

**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE COTIA**

**GABRIELA DOS SANTOS ANDRADE**

**LEONARDO XAVIER DE SOUZA**

**CENTRO DE TREINAMENTO PARA NOVOS TALENTOS**

**COTIA**

**2022**

**GABRIELA DOS SANTOS ANDRADE  
LEONARDO XAVIER DE SOUZA**

**CENTRO DE TREINAMENTO PARA NOVOS TALENTOS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado a Faculdade de Tecnologia  
de Cotia apresentado como requisito para  
a obtenção do título de Tecnologia em  
Gestão Empresarial.

Orientador: Prof. Francisco Eugenio  
Barrela

**COTIA  
2022**

## **Dedicatória**

Dedicamos esse trabalho a todos aqueles que torceram pelo nosso sucesso e nos apoiaram até o momento, em especial nosso orientador Francisco Eugenio Barrela que desde o terceiro semestre compartilhou conosco grande parte dos seus conhecimentos.

Dedicamos também esse trabalho a nós mesmos, sabemos o quão foi difícil chegar até aqui e com o apoio que prestamos um ao outro foi inquestionável para as nossas realizações acadêmicas.

## **Agradecimentos**

Agradecemos a nossa família e amigos que nos apoiaram desde o início, que tiveram paciência e compreensão quanto abdicação de momentos de lazer para a realização de nossas obrigações acadêmicas.

Somos gratos aos professores que nos instruíram e auxiliaram não somente em questões acadêmicas, mas em âmbito profissional. Gostaríamos de enfatizar os feedbacks que o Professor Elias Fernandes Gorgonho Farias nos propôs, suas aulas voltadas a construção de um projeto foram de grande importância para o nosso aprendizado. Agradecemos também o aprendizado disponibilizado pelo professor Alberto Messias Rodrigues Bastos, onde nos auxiliou com a conclusão do plano financeiro desse projeto.

Nossos colegas de classe também são de extrema importância em nossa passagem pela Fatec, a união da turma é algo nítido que nos trouxe troca de experiências e rendeu algumas amizades.

Os nós recebidos e portas que foram fechadas também fazem parte do agradecimento, pois através deles nos tornamos mais resistentes e nos sentimos cada vez mais prontos para novos desafios.

## Resumo

Esse projeto tem como objetivo inserir jovens de 16 a 21 anos no mercado de trabalho através de parcerias com empresas de Cotia e região.

A pandemia acabou ocasionando o desemprego de muitas pessoas, em contrapartida fechou portas de emprego a quem não tem muita experiência, por isso queremos oferecer treinamentos de *Customer Service* que possibilitem a ingressão e aprimorem a qualidade do trabalho de jovens.

Sabemos que é um grande caminho a percorrer, porém existe um grande potencial tanto para as empresas que precisam de mão de obra qualificada a um custo mais baixo, como para aqueles que precisam de uma oportunidade de trabalho.

Temos em vista que jovens bem encaminhados podem se tornar excelentes profissionais e isso faz com que a criminalidade não vire uma opção aos que vem de comunidades carentes.

## **Abstract**

The objective of this project is to bring younger 16 to 24 years old in the labor market through partners with companies in the city of Cotia.

The pandemic increases the unemployment to a lot of people, on the other hand it closed doors to employment of people that do not have job experience, we would like to offer training that can permit entering youngsters that don't have any relation with the companies.

We know that is a long way to go, but there is immense potential both for companies that need skills labor at a lower cost, and for those who need a job opportunity.

We have in mind that well-directed youngsters can become excellent professionals and it makes criminality do not become an option for those who come from underprivileged communities.

## **Lista de Gráficos**

<b>Gráfico 1 - Percentuais De Nem-Nem % Faixa De 15 A 29 Anos.....</b>	<b>17</b>
<b>Gráfico 2 - PIB Industrial do Brasil .....</b>	<b>22</b>
<b>Gráfico 3 - Evolução Da Taxa De Desemprego.....</b>	<b>27</b>
<b>Gráfico 4 - Disponibilidade De Computador Em Domicílio.....</b>	<b>29</b>
<b>Gráfico 5 - Situação De Ocupação Brasileira .....</b>	<b>34</b>
<b>Gráfico 6 - Distribuição Por Faixa Etária- 2016 .....</b>	<b>39</b>
<b>Gráfico 7 - Jovens Por Condição De Atividade Segundo Faixa Etária. ....</b>	<b>40</b>
<b>Gráfico 8 - Idade .....</b>	<b>47</b>
<b>Gráfico 9 - Opinião dos respondentes sobre capacitação em CS .....</b>	<b>48</b>
<b>Gráfico 10 - Problemas com Atendimento ao Cliente .....</b>	<b>49</b>
<b>Gráfico 11 - Segmentos com problemas no atendimento .....</b>	<b>50</b>
<b>Gráfico 12 - Impacto na fidelização com bom atendimento .....</b>	<b>51</b>

## **Lista de Figuras**

<b>Figura 1 - PIB e Preços do Mercado no 2º Trimestre de 2020 .....</b>	<b>26</b>
<b>Figura 2 - Ameaças e Oportunidades .....</b>	<b>37</b>
<b>Figura 3 - Benchmarking .....</b>	<b>43</b>
<b>Figura 4 - SWOT .....</b>	<b>44</b>
<b>Figura 5 - CAVAS .....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 6 - Página do LinkedIn para captação de clientes e alunos .....</b>	<b>62</b>
<b>Figura 7 - Logo do Centro de Treinamento para Novos Talentos .....</b>	<b>63</b>
<b>Figura 8 - Página inicial do site CTNT .....</b>	<b>64</b>
<b>Figura 9 - Janela para os usuários adicionar os dados para contato .....</b>	<b>65</b>
<b>Figura 10 - Planta baixa 2D CTNT.....</b>	<b>66</b>
<b>Figura 11 - Planta baixa 3D CTNT.....</b>	<b>67</b>



## Lista de Tabelas

Tabela 1 – Investimento Inicial / Cenário realista.....	66
Tabela 2 - Investimento Inicial / Cenário otimista.....	67
Tabela 3 - Investimento Inicial / Cenário pessimista.....	68
Tabela 4 - Despesa fixa mensal no 1º ano.....	69
Tabela 5 - Despesa fixa mensal no 2º ano.....	70
Tabela 6 - Despesa fixa mensal no 3º ano.....	71
Tabela 7 - Despesa fixa mensal no 4º ano.....	72
Tabela 8 - Despesa fixa mensal no 5º ano.....	73
Tabela 9 - Custo Variável em um período de 5 anos.....	74
Tabela 10 – Custo de Aquisição Inicial. ....	75
Tabela 11 – Fluxo de Caixa no cenário realista. ....	75
Tabela 12 – Fluxo de Caixa no cenário otimista. ....	76
Tabela 13 – Fluxo de Caixa no cenário pessimista. ....	76
Tabela 14 – DRE do cenário realista no 1º ano.....	77
Tabela 15 – DRE do cenário realista no 2º ano.....	78
Tabela 16 – DRE do cenário realista no 3º ano.....	78
Tabela 17 – DRE do cenário realista no 4º ano.....	79
Tabela 18 – DRE do cenário realista no 5º ano.....	79
Tabela 19 – DRE do cenário otimista no 1º ano.....	80
Tabela 20 – DRE do cenário otimista no 2º ano.....	81
Tabela 21 – DRE do cenário otimista no 3º ano.....	81
Tabela 22 – DRE do cenário otimista no 4º ano.....	82
Tabela 23 – DRE do cenário otimista no 5º ano.....	82
Tabela 24 – DRE do cenário pessimista no 1º ano.....	83
Tabela 25 – DRE do cenário pessimista no 2º ano.....	84
Tabela 26 – DRE do cenário pessimista no 3º ano.....	84
Tabela 27 – DRE do cenário pessimista no 4º ano.....	85
Tabela 28 – DRE do cenário pessimista no 5º ano.....	85
Tabela 29 - Ponto de equilíbrio do 2ºano no cenário realista.....	86
Tabela 30 – ROI no cenário realista em um período de 5 anos. ....	86

### Lista de Abreviaturas e Siglas

CNJ	Conselho Nacional De Justiça
CTNT	Centro de Treinamento Para Novos Talentos
DIEESE	Departamento Intersindical de Estatística e estudos Socioeconômicos
EEPA	Encontro de Engenharia de Produção Agroindustrial
FAESA	Faculdade de Administração Espírito-santense
FGV	Faculdades Getúlio Vargas
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INEP	Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira.
IOEB	Índice de Oportunidades da Educação Brasileira
MEC	Ministério da Educação
MVP	Mínimo Produto Viável
NUBE	Núcleo Brasileiro de Estágios
OIT	Organização Mundial do Trabalho
PEA	População Economicamente Ativa
PIB	Produto Interno Bruto
PNEA	Política Nacional de Educação Ambiental
SEAD	Superintendência de Educação a Distância
TIC	Tecnologia da informação e comunicação
UNICEF	Fundo das Nações Unidas para a Infância

## Sumário

<b>1.</b>	<b>Introdução .....</b>	<b>15</b>
<b>2.</b>	<b>Resumo Executivo .....</b>	<b>16</b>
<b>3.</b>	<b>Mercado Potencial.....</b>	<b>17</b>
<b>3.1.</b>	<b>Problemas .....</b>	<b>18</b>
<b>3.2.</b>	<b>Visão Social .....</b>	<b>19</b>
<b>3.3.</b>	<b>Análise do Perfil do Cliente .....</b>	<b>20</b>
<b>3.4.</b>	<b>Demanda Potencial .....</b>	<b>21</b>
<b>4.</b>	<b>Análise Macro Ambiental / Ambiente Geral / Macroestrutural .....</b>	<b>22</b>
<b>4.1.</b>	<b>Cenário Mundial .....</b>	<b>22</b>
<b>4.2.</b>	<b>Números e Fatos Mundiais.....</b>	<b>22</b>
<b>4.3.</b>	<b>Cenário Nacional .....</b>	<b>23</b>
<b>4.4.</b>	<b>Nível de Escolaridade .....</b>	<b>24</b>
<b>4.5.</b>	<b>Cenário Estadual .....</b>	<b>24</b>
<b>4.6.</b>	<b>Relação com Estudo:.....</b>	<b>24</b>
<b>4.7.</b>	<b>Cenário Regional.....</b>	<b>25</b>
<b>4.8.</b>	<b>Economia .....</b>	<b>25</b>
<b>4.9.</b>	<b>Demografia .....</b>	<b>28</b>
<b>4.10.</b>	<b>Tecnológico.....</b>	<b>28</b>
<b>4.11.</b>	<b>Meio Ambiente .....</b>	<b>30</b>
<b>4.12.</b>	<b>Cultural .....</b>	<b>31</b>
<b>4.13.</b>	<b>Conclusão aa Análise Macro Ambiental.....</b>	<b>31</b>
<b>5.</b>	<b>Análise Setorial.....</b>	<b>32</b>
<b>5.1.</b>	<b>Análise Geral de Setor / Mercado .....</b>	<b>32</b>
<b>5.2.</b>	<b>Análise do Ramo .....</b>	<b>32</b>
<b>5.3.</b>	<b>Caracterização do Ramo .....</b>	<b>32</b>
<b>5.4.</b>	<b>Cadeia Produtiva .....</b>	<b>33</b>
<b>5.5.</b>	<b>Participações no PIB e no PEA.....</b>	<b>35</b>
<b>5.6.</b>	<b>Evolução Histórica e Faturamento do Setor .....</b>	<b>35</b>
<b>5.8.</b>	<b>Tendências .....</b>	<b>36</b>
<b>5.9.</b>	<b>Ameaças e Oportunidades .....</b>	<b>37</b>

5.11.	Análise Qualitativa do Público .....	38
5.12.	Análise Quantitativa Do Público.....	39
5.13.	Análise da Informação sobre o Público.....	41
5.14.	Análise das 5 Forças de Porter.....	41
5.15.	Ameaça De Novos Entrantes .....	41
5.16.	Ameaça de Produtos e/ou Serviços Substitutos .....	41
5.17.	Poder de Barganha dos Fornecedores.....	41
5.18.	Poder de Barganha dos Compradores .....	42
5.19.	Rivalidade entre os Concorrentes.....	42
5.20.	Tabela comparativa de benchmarking do Centro de Treinamento de Novos Talentos .....	42
5.21.	Conclusão da Análise Setorial, 5 Forças de Porter e Benchmarking	43
6.	ANÁLISE SWOT .....	44
6.2.	Fraquezas .....	45
6.3.	Oportunidades.....	46
6.4.	Ameaças .....	46
7.	Pesquisas.....	47
7.1.	Respostas Da Pesquisa.....	47
8.	Validação.....	52
8.1.	Proposta MVP .....	52
8.2.	Negócio .....	52
8.3.	Fluxos.....	52
8.4.	Persona .....	53
8.5.	O que será testado. ....	54
8.6.	Questões a serem respondidas .....	54
8.7.	Protótipo .....	55
8.8.	Teste .....	55
8.9.	Mensurar opiniões e resultados.....	55
8.10.	Aprimorar .....	56

<b>9. Modelo de Negócio.....</b>	<b>56</b>
<b>9.1 CANVAS.....</b>	<b>56</b>
<b>9.2. Segmento de Mercado .....</b>	<b>57</b>
<b>9.3. Proposta de Valor .....</b>	<b>57</b>
<b>9.4. Canais .....</b>	<b>58</b>
<b>9.5. Relacionamento com Clientes .....</b>	<b>58</b>
<b>9.6. Fluxos de Receitas .....</b>	<b>58</b>
<b>9.7. Recursos Chave.....</b>	<b>58</b>
<b>9.8. Atividades Chaves .....</b>	<b>58</b>
<b>9.9. Parcerias Chaves .....</b>	<b>59</b>
<b>9.10. Estrutura de Custo.....</b>	<b>59</b>
<b>10. Plano de Marketing.....</b>	<b>59</b>
<b>10.1. Marca.....</b>	<b>60</b>
<b>10.2. Site.....</b>	<b>61</b>
<b>11. Arranjo Físico .....</b>	<b>63</b>
<b>12. Plano Financeiro .....</b>	<b>65</b>
<b>12.1. Investimento Inicial .....</b>	<b>66</b>
<b>12.2. Custos Fixos.....</b>	<b>68</b>
<b>12.3. Custo Variável .....</b>	<b>73</b>
<b>12.4. Custo de Aquisições .....</b>	<b>74</b>
<b>12.5. Fluxo de Caixa .....</b>	<b>75</b>
<b>12.6. Demonstração de Resultado do Exercício (DRE).....</b>	<b>76</b>
<b>12.7. DRE do Cenário Realista .....</b>	<b>77</b>
<b>12.8. DRE do Cenário Otimista.....</b>	<b>80</b>
<b>12.9. DRE do Cenário Pessimista .....</b>	<b>83</b>
<b>12.10 Ponto de Equilíbrio e Viabilidade do Serviço .....</b>	<b>85</b>
<b>12.11. Conclusão .....</b>	<b>86</b>

<b>13. Itens Desconsiderados e não avaliados .....</b>	<b>87</b>
<b>14. Referências Bibliográficas .....</b>	<b>88</b>

## 1. Introdução

Atualmente o mercado de trabalho brasileiro é um dos mais afetados pela crise mundial. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o desemprego tem um recorde de 14,7% no trimestre encerrado em abril de 2021.

A preocupação em se manter ou ingressar no mercado de trabalho é recorrente e após a chegada da pandemia essa preocupação aumentou.

A partir desses dados, será apresentada uma proposta a fim de incentivar o interesse dos adolescentes no mercado de trabalho, o Centro de Treinamento para Novos Talentos (CTNT). O intuito desse projeto é fazer com que os jovens tenham melhores condições para ingressarem no mercado de trabalho sem a obrigatoriedade de um Curso Superior.

O Centro de Treinamento para Novos Talentos busca apoio de empresas para se tornarem parceiras e iniciar a jornada como Jovem Aprendiz ou Efetivo dos alunos que conseguirem o certificado do curso, que será obtido após eles estudarem de forma intensiva de 15 a 20 dias com professores qualificados, buscando também instigar o interesse dos estudantes a preparação para futuros vestibulares a fim de iniciar um curso superior.

Missão – Desenvolver e orientar os adolescentes e jovens para o mercado de trabalho na área de *Customer Service*, diminuir o índice de desemprego e formar profissionais dedicados, responsáveis e criativos.

Visão – Ser referência no ensino em *Customer Service*, buscando constantemente inovação e excelência.

Valores – Respeito, dedicação, transparência, inclusão social, diversidade e a formação de profissionais éticos.

## 2. Resumo Executivo

O propósito do Centro de Treinamento para Novos Talentos é trazer igualdade social para os jovens de baixa renda, auxiliar a ingressão no mercado de trabalho e diminuir o índice de desemprego no Brasil, que por sua vez, se encontra em 11,1% de acordo com uma notícia divulgada pelo G1 Economia em abril de 2022, mesmo que esse percentual tenha reduzido quando comparamos com o ano anterior (2021) podemos considerar negativa no cenário econômico brasileiro. Enfatizamos que o nosso foco é na qualidade do atendimento ao cliente (*Customer Service*).

Atualmente, é possível encontrar diversos cursos profissionalizantes direcionados a áreas específicas, o Centro de Treinamento para Novos Talentos, será totalmente voltado para a área de atendimento ao cliente a fim de buscar o desenvolvimento dos alunos e trazer aos usuários atendimentos em níveis de excelência.

O objetivo do projeto é vender um curso voltado ao atendimento ao cliente para empresas que tem um alto índice de rotatividade e que não tem tempo o suficiente para treinar seus colaboradores, além disso, pretendemos ensinar os jovens de forma direta a fim de garantir a qualificação profissional e ao final do curso a ingressão direta no mercado de trabalho, seja como Jovem Aprendiz ou Efetivo. Com a obtenção do certificado, consequentemente o currículo dos alunos são melhorados e as portas do mercado de trabalho são abertas.

São inúmeras possibilidades de desenvolvimento que o projeto pode proporcionar aos seus adeptos, tanto em questões econômicas ao que diz respeito as parcerias, tanto a nível de desenvolvimento profissional.

O Centro de Treinamento para Novos Talentos deseja firmar parcerias com grandes empresas na região de Cotia, como, por exemplo, AstraZeneca, Firmenich, B2W, Gerdau e outras.

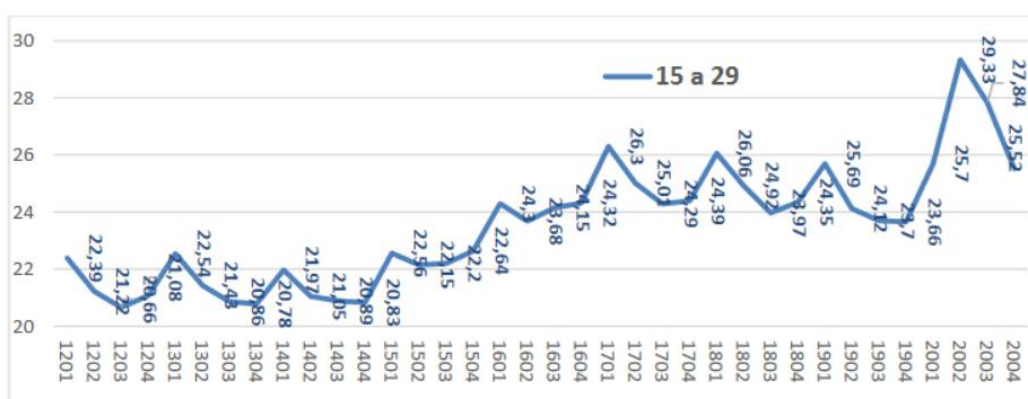


### 3. Mercado Potencial

De acordo com o IBGE, apenas 5,2% das pessoas até 30 anos de idade possuem curso profissionalizante, além disso, dados apontam que 13,5% das pessoas começaram a buscar cursos para se desenvolver profissionalmente.

Segundo dados de pesquisa da Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2021), as pessoas entre 15 e 29 anos que não estudam e trabalham atingiu o recorde de 29,33% no segundo trimestre de 2020. (FGV SOCIAL, 2021).

**Gráfico 1 - Percentuais De Nem-Nem % Faixa De 15 A 29 Anos.**



**Fonte:** Adaptado, FGV Social, 2021.

Com base nos dados divulgados pela Agência de Notícias do IBGE, em 2014, apenas 2,2% das pessoas de 15 anos ou mais (3,4 milhões de pessoas) estavam realizando cursos profissionalizantes, quando mais de 40 milhões de pessoas gostariam de obter essa qualificação. De acordo com essa mesma pesquisa, em 2014, 2,2% dos estudantes a partir de 15 anos estavam buscando qualificação profissional, sendo 2,3% entre mulheres, 2,1% entre homens, 2,2% entre pretos ou pardos e 2,1% entre os brancos. Nesse mesmo ano, 40,1 milhões de pessoas entre 15 e 29 anos tinham interesse em fazer um curso profissionalizante. (AGÊNCIA DE NOTÍCIAS IBGE, 2017).

Para ingressar-se no mercado de trabalho, os estudantes buscam por cursos complementares e entre eles o profissionalizante, tendo a possibilidade de se desenvolver e especializar nas mais diversas áreas, obtendo também uma vantagem antes de iniciar sua graduação.

### **3.1. Problemas**

De acordo com uma pesquisa realizada pela Accenture em 2016, foi divulgado que as empresas brasileiras perderam cerca de 217 bilhões de dólares devido a clientes que migraram para a concorrência insatisfeito com os serviços prestados.

A pesquisa foi realizada com base em dados colhidos em uma pesquisa com 24.000 pessoas em 33 países, 1300 dessas pessoas são brasileiras.

Por conta do mau atendimento, 86 dos consumidores locais passaram a comprar de outros fornecedores. De acordo com os entrevistados, melhorar o atendimento no primeiro contato com o cliente e o atendimento presencial são fatores que podem melhorar esses resultados.

Os varejistas são as empresas que mais sofrem com a perda dos clientes, sendo 35% dos respondentes, operadoras de telefonia celular e provedoras de internet ficam em segundo lugar com 33% das menções, em sequência as fornecedoras de TV a cabo com 31%, operadoras de telefonia fixa com 29% e planos de saúde com 15%.

Nessa mesma pesquisa, entre os motivos para escolher um fornecedor, o serviço de atendimento ao cliente ficou em segundo lugar com 50% dos respondentes, atrás apenas do preço citado por 65% deles. (EXAME, 2016).

Com base na pesquisa realizada pela Accenture em 2016, o Centro de Treinamentos para Novos Talentos entende que o atendimento ao cliente tem uma grande importância para a imagem da empresa, esse setor representa a porta de entrada de uma empresa e é de extrema importância que as atividades relacionadas sejam realizadas com qualidade e eficiência, por isso, o projeto será voltado para suprir essas necessidades de acordo com o negócio da empresa que irá comprar o nosso curso.

Algumas empresas possuem foco no atendimento telefônico, outras no digital e algumas vezes em ambas, com isso, o Centro de Treinamento para Novos Talentos enfatiza que os cursos poderão ser personalizados de acordo com a necessidade da empresa.

Neste tópico, podemos concluir que o principal problema que o Centro de Treinamento para Novos Talentos irá resolver em questão é o atendimento de baixa qualidade nas empresas a fim de garantir que seus colaboradores atendam as

expectativas dos clientes, trazendo fidelidade e diminuindo a migração desses clientes para a concorrência.

### **3.2. Visão Social**

De acordo com o CNJ (Conselho Nacional de Justiça), existem mais de 22 mil jovens infratores internados nas 461 unidades socioeducativas espalhadas pelo Brasil. O levantamento também constatou que 8 em cada 10 jovens infratores decidem não seguir a criminalidade novamente e projetos de reintegração os auxiliam nessa jornada. (CNJ, 2020). Durante as audiências com a Vara da infância e juventude, as áreas de interesse dos internos são colocadas em pauta para que sejam encaminhados ao programa que melhor atenda ao seu perfil. Após a passagem pelo projeto, a maioria é encaminhada para empresas onde iniciam como menores aprendizes.

O Instituto Sou da Paz afirmou que 67,7% dos infratores de São Paulo que internos na Fundação Casa não estavam estudando quando foram detidos. Para saber o motivo do abandono dos estudos foi feita uma pesquisa com mais de 300 jovens de 12 a 17 anos e chegaram à seguinte apuração:

- 32,5% Afirmaram que não gostavam de estudar;
- 24,4% Se envolveram com o crime;
- 9,1% Precisaram interromper os estudos para trabalhar;
- 9,1% Foram expulsos ou mudaram de escola;
- 7,6% Tiveram envolvimento com drogas.

Em um outro lado, também estão os jovens carentes que não estão envolvidos com atos ilícitos, mas precisam ingressar no mercado de trabalho de alguma forma e precisam de um apoio, por estarem no início de uma jornada, podem sofrer com a insegurança, afinal conseguir o primeiro emprego pode ser uma tarefa um pouco difícil pela falta de experiência e a baixa qualificação.

Uma pesquisa realizada pelo Dieese (Departamento Intersindical de Estatística e Estudo Socioeconômico) apontou que o índice de desemprego entre os chefes de

família é um dos motivos que fazem com que os jovens entrem no mercado de trabalho cada vez mais cedo. (DIEESE-2019).

A lei nº 10.097/2000, regulamenta que as empresas de médio e grande portes contratem aprendizes de 5% a 15% da sua demanda de funcionários de acordo com suas demandas de trabalho. A lei também decreta que o aprendiz esteja matriculado e seja assíduo em uma instituição de ensino.

### **3.3. Análise do Perfil do Cliente**

Na região sudeste do Estado de São Paulo existem alguns programas que auxiliam os jovens a se colocarem no mercado de trabalho, porém considerando a quantidade de pessoas desempregadas sem experiência profissional o auxílio é bem limitado, pois é quase que impossível atender a todos.

Com o passar dos tempos, o vínculo com os clientes está ficando cada vez mais importante para a cultura da empresa, pois os feedbacks contribuem na sua reputação e desenvolvimento.

Anteriormente para conseguir o emprego às pessoas precisavam levar currículos físicos até as empresas ou em escritórios de Recursos Humanos, mas hoje com a ajuda da tecnologia o contato entre o candidato e o recrutador ficou mais estreito, em contrapartida as exigências do mercado ficaram mais rigorosas e muitas vezes é necessária a passagem por processos exaustivos com inúmeras etapas.

Muitas empresas procuram pessoas com o perfil mais aberto a desafios, que sejam criativos e trabalhem com entusiasmo e os jovens estão dispostos a enfrentá-los, portanto nossa proposta é unir esses dois lados levando para a empresa o perfil desejado e auxiliando o público na conquista de seu primeiro emprego.

Em 2019, a NUBE fez uma entrevista com mais de 26.000 jovens entre 15 e 26 anos em várias regiões brasileiras e 53,39% responderam que trabalhar em algo inovador seria o ideal para os seus perfis e de acordo com o analista de treinamentos da empresa, essa visão vai de acordo com o que muitas empresas estão dispostas a oferecer, pois estão preocupadas com a visão do futuro e ideias inovadoras são sempre bem-vindas.

Já 24,21% desse público entrevistado prefere iniciar a carreira em empresas jovens que ainda estão em crescimento, em seus pensamentos o crescimento mútuo entre funcionário e empresa impactam na carreira.

12,04% preferem empresas mais tradicionais e possuem um perfil mais conservador e 4, 37% preferem locais que sejam eficientes, mas que a competitividade seja baixa, pois consideram que a possibilidade de efetivação esteja no baixo índice de rivalidades. (NUBE, 2019).

### **3.4. Demanda Potencial**

As empresas estão buscando a cada dia conseguirem ficar mais próximos de seus clientes e para isso é necessário que elas estejam atentas ao que os clientes precisam e desejam daquele produto e/ou serviço.

O *Customer Service* tem na sua essência o foco total no cliente e o objetivo é trazer boas experiência e retê-lo, colocando-se a frente da concorrência.

Os talentos do Centro de Treinamento para Novos Talentos aprenderão meios de se relacionar com o público com o foco na qualidade, sondando e entendendo qual a melhor forma de tornar os serviços de nossos parceiros o ideal aos olhos do cliente.

Como São Paulo possui o maior PIB industrial do Brasil, o foco está em encaminhar os alunos para as empresas da Região Metropolitana.

**Gráfico 2 - PIB Industrial do Brasil.**

UF	representação no PIB industrial (%)		indústria no PIB total da UF (%)
	do país	da região	
São Paulo	29,8	54,2	21,1
Rio de Janeiro	11,4	20,8	23,8
Minas Gerais	10,9	19,8	26,5
Paraná	7,1	37,6	24,5
Rio Grande do Sul	6,8	35,7	22,4
Santa Catarina	5,0	26,6	26,7
Bahia	4,1	32,4	21,5
Pará	3,5	50,7	31,0
Espírito Santo	2,9	5,2	32,4
Goiás	2,7	41,8	20,8
Pernambuco	2,5	19,5	20,3
Amazonas	2,2	32,3	34,3
Ceará	1,9	14,9	18,1
Mato G. do Sul	1,6	24,8	22,3
Mato Grosso	1,5	22,4	15,8
Maranhão	1,2	9,7	18,5
Rio Grande do Norte	0,9	6,8	19,1
Distrito Federal	0,7	11,0	4,2
Paraíba	0,7	5,3	15,5
Sergipe	0,6	4,5	20,0
Rondônia	0,5	7,9	17,5
Alagoas	0,4	3,5	12,0
Piauí	0,4	3,3	12,4
Tocantins	0,3	4,4	12,3
Amapá	0,1	2,0	11,7
Roraima	0,1	1,5	11,0
Acre	0,1	1,2	8,0

**Fonte:** Adaptado, Poder 360, 2021.

## 4. Análise Macro Ambiental / Ambiente Geral / Macroestrutural

### 4.1. Cenário Mundial

De acordo com a OIT (Organização Mundial do Trabalho), mais de 70 milhões de jovens estão sem trabalhar no mundo, além disso dados apontam que existe uma crise no emprego juvenil, onde há déficit qualitativa e quantitativa de mão de obra.

Em 2012, houve uma conferência internacional do trabalho, onde foram recomendados ajustes que auxiliassem na capacitação do público mais jovem, além disso, metas foram estipuladas para que o trabalho seja cada vez mais produtivo e eficaz até 2030. (Organização Mundial do Trabalho-2021).

### 4.2. Números e Fatos Mundiais

- A taxa de desemprego juvenil global equivale à 13,1%;

- Pessoas mais jovens possuem o triplo de chance de estarem desempregadas que os adultos;
- Três à cada quatro jovens não possuem empregos formais;
- 16,7% dos jovens de países emergentes vivem abaixo da linha da pobreza;
- 21,8% dos jovens não estudam ou trabalham e a maior parte desse público são mulheres;
- Estimasse que até 2030 o trabalho juvenil aumente em 25,6 milhões e esse público precisará de oportunidades de empregos.

#### **4.3. Cenário Nacional**

No Brasil é permitido que um jovem ingresse ao mercado de trabalho como aprendiz a partir dos 14 anos, porém a idade mínima para admissão é 16 anos. Analisando de maneira geral, os jovens brasileiros costumam entrar no mercado de trabalho cedo e por isso são vistos como bons trabalhadores, mas alguns detalhes dificultam a vida dessas pessoas, como a baixa remuneração, a rotatividade elevada e a conciliação entre trabalho e estudo.

Alguns programas sociais procuram intermediar o assunto escola-trabalho, como forma de auxiliar seus alunos, mas ainda falta apoio principalmente de órgãos públicos. A falta de boas condições laborais traz maus resultados a longo prazo que prejudicam nossos jovens, tornando-os vulneráveis dentro das organizações.

De acordo com o IBGE 31,4% dos jovens brasileiros encontram-se desempregados e no terceiro trimestre de 2020 foi quando atingiu seu maior índice, por efeitos da pandemia ocasionada pelo COVID-19. (IBGE-2020)

O público de 14-17 anos é o que mais possuem dificuldades de conseguir uma colocação no mercado, pois seu regime de contratação é específico e podem atuar apenas como menores aprendizes.

Os maiores percentuais de desemprego estão nos seguintes Estados:

- Bahia- 20,7%
- Sergipe- 20,3%
- Alagoas- 20%

Já os menores são:

- Santa Catarina- 6,6%
- Mato Grosso- 9,9%
- Paraná- 10,2%
- Rio Grande do Sul- 10,3%

#### **4.4. Nível de Escolaridade**

De acordo com o IBGE 24,3% dos jovens desempregados não concluíram o ensino médio, já o percentual de pessoas que estão com o superior incompleto chega a 17,1% e apenas 7% desse grupo possuem alguma graduação. (PNAD – IBGE, 2020).

#### **4.5. Cenário Estadual**

A Fundação Escola de Sociologia de São Paulo realizou uma pesquisa com 400 jovens de 15 a 19 anos, onde foi apontado que cerca de 30% desse público da capital paulista encontra-se desempregado. De acordo com a apuração quase 405 dessas pessoas ainda moram com os pais e no momento encontram-se sem renda, mas 24% deles recebem entre 1 e 2 salários-mínimos. (Fundação Escola de Sociologia de São Paulo- 2021).

#### **4.6. Relação com Estudo:**

É importante observar as relações a seguir:

- 30% conciliam trabalho e estudo;
- 37% Apenas estudam;
- 25% Apenas trabalham;
- 8% Não trabalham e não estudam.



Durante a pesquisa a maior parte dos jovens apontaram que não trabalham por falta de experiência e sentem falta de algo que os auxiliem a iniciar suas carreiras profissionais.

#### **4.7. Cenário Regional**

A Prefeitura de Cotia em parceria com o Estado de São Paulo, iniciou um projeto que auxilia na inserção de jovens no mercado de trabalho, trata-se de uma turma com 25 pessoas que receberão dicas de relacionamento no mercado de trabalho e aperfeiçoamento de habilidades técnicas, porém é um número muito limitado considerando os 16,8% de taxa de desemprego da região metropolitana de SP, de acordo com a apuração do SEAD e DIEESE.

#### **4.8. Economia**

A economia é responsável por gerar recursos para o nosso país, visando o consumo, distribuição e produção de bens e serviços necessários ao ser humano.

No primeiro trimestre de 2021, a quantidade de pessoas desempregadas cresceu em 880 mil comparando com dezembro de 2020, atingindo 14,8 milhões de pessoas. De fato, esses números impactam a economia do país.

Além de reabrir o setor de serviços, é necessário expandir a indústria e para isso acontecer é preciso aumentar o número de investimento na economia.

O impacto da pandemia na economia, aliado à baixa escolaridade dos trabalhadores e a piora das condições no ambiente de negócio do país são umas das causas no aumento do índice de desemprego no Brasil. Destacando a queda de 4,1% no Produto Interno Bruto (PIB) em 2020, a economia não pode gerar postos de trabalho com carteira assinada para diminuir o número dos desempregados. (GAZETA, 2021).

Comparando com o segundo trimestre de 2020, o PIB teve crescimento de 12,4% no segundo trimestre de 2021. Esse valor teve alta de 11,7% e os Impostos

sobre Produtos Líquidos de Subsídios avançaram em 16,8 de acordo com dados apresentados pelo IBGE. (IBGE, 2021).

**Figura 1 - PIB e Preços do Mercado no 2º Trimestre de 2020.**

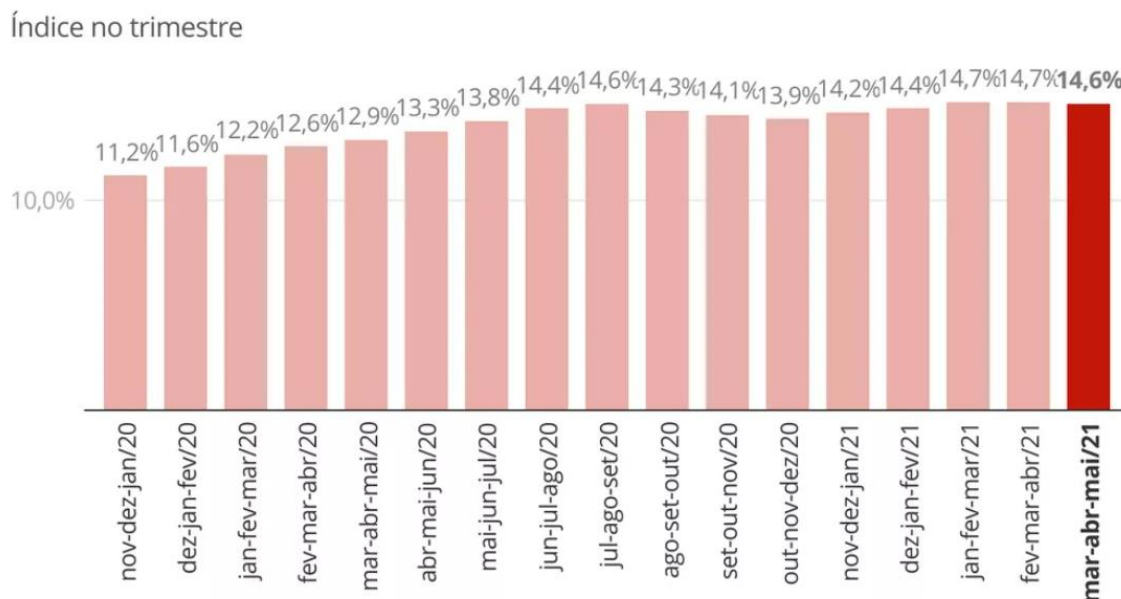
<b>Taxas (%)</b>	<b>2020.II</b>	<b>2020.III</b>	<b>2020.IV</b>	<b>2021.I</b>	<b>2021.II</b>
Acumulado ao longo do ano / mesmo período do ano anterior	-5,6	-5,0	-4,1	1,0	<b>6,4</b>
Últimos quatro trimestres / quatro trimestres imediatamente anteriores	-2,1	-3,4	-4,1	-3,8	<b>1,8</b>
Trimestre / mesmo trimestre do ano anterior	-10,9	-3,9	-1,1	1,0	<b>12,4</b>
Trimestre / trimestre imediatamente anterior (com ajuste sazonal)	-9,0	7,7	3,1	1,2	<b>-0,1</b>

**Fonte:** Adaptado, IBGE, 2020.

De acordo com o IBGE, o nível de ocupação ficou em 48,9% e esse indicador está abaixo de 50% desde o trimestre terminado em 2020. Isso indica que menos da metade da população em idade para trabalhar está no mercado de trabalho.

Comparando com o ano de 2020, a busca por trabalho aumentou em 2,9 milhões de pessoas. A responsabilidade por esse crescimento foi devido ao aumento do desemprego no país. (G1 Economia, 2020).

**Gráfico 3 - Evolução Da Taxa De Desemprego.**



**Fonte:** IBGE, 2021.

Contudo, essa instabilidade no mercado é um ponto negativo para a economia, é uma barreira para os jovens que ainda não tiveram oportunidade de se ingressar no mercado de trabalho.

Com isso, o CTNT buscar diminuir de forma considerável o índice de desemprego no Brasil com ênfase na ingressão dos jovens no mercado.

#### **4.9. Demografia**

Nossas pesquisas trazem dados de 2019 até 2021, e a pesquisa mais recente organizada pelo IBGE aponta que o Brasil possui 14,8 milhões de desempregados e esse número é equivalente a 14,7% da população economicamente ativa.

O índice de desemprego maior está entre os jovens de 14 a 17 anos, onde 46% procuram por emprego, logo em seguida estão os jovens de 18 a 24 anos que correspondem à 31% da população desempregada. (IBGE-2021).

#### **4.10. Tecnológico**

A tecnologia possui uma grande influência na organização, em sua estrutura e comportamento organizacional, a forma de administração da empresa, existindo um imperativo tecnológico determinado por ela, que impõe condições a estrutura e ao comportamento. (X EEPA, 2016, P. 9).

Em um estudo realizado em 2017 com 4.000 professores chamado “O que pensam os professores brasileiros sobre a tecnologia digital em sala de aula?” nos mostrou que 55% dos lecionadores utilizam tecnologia em suas aulas.

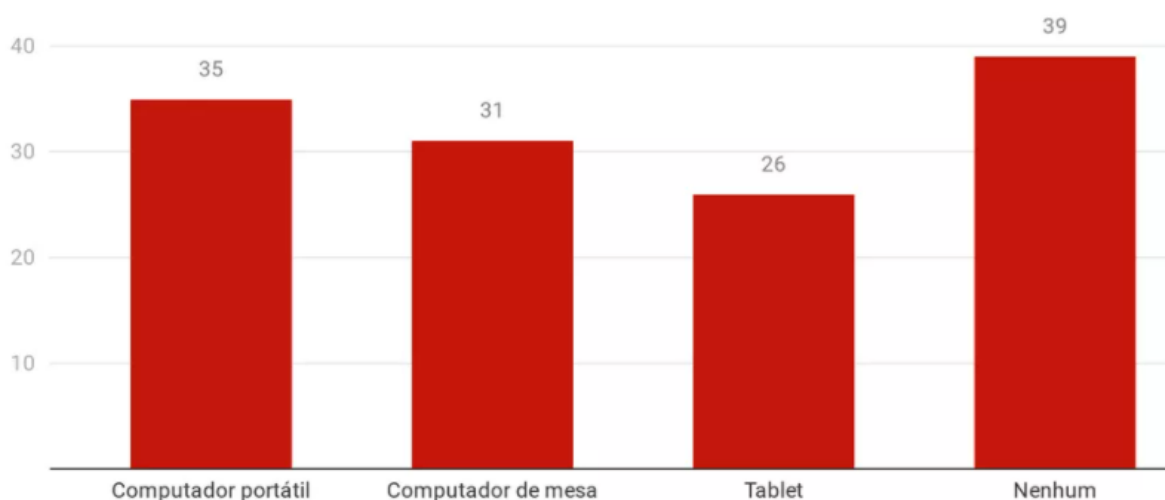
De acordo com uma pesquisa realizada em 29 de janeiro de 2020 pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), é nítida a necessidade de implementar a tecnologia na aprendizagem em escolas de educação básica a fim de minimizar os impactos negativos nos processos de aprendizagem. De acordo com O Censo Escolar, na educação infantil, a internet está presente em 85% das escolas de ensino particular. Nas escolas municipais, o percentual é de 52,7%. As escolas municipais do ensino fundamental é a que tem menor capacidade tecnológica, sendo de 9,9% escolas que possuem lousa digital, 54,4% têm projetor multimídia, 38,3% disponibilizam computador em mesa, 23,8% contam com o auxílio de computadores portáteis, 52,0% possuem internet banda larga e 23,8% oferecem internet para o uso dos estudantes. (INEP, 2020).

Com a pesquisa realizada e divulgada pela TIC educação em 2019, aponta que 39% dos estudantes de escolas públicas não têm computador ou outra plataforma em casa. Nas escolas particulares o índice negativo é de 9%. (TIC, 2019).

Com o início a pandemia em 2020, foi necessário o fechamento das escolas para evitar a contaminação do COVID-19 e sem meios de acesso à internet. De acordo com um levantamento realizado em novembro e 2020 pelo Unicef, o Fundo de Emergência Internacional das Nações Unidas para a Infância, aproximadamente 3,7 milhões de estudantes matriculados não tiveram acesso a atividades escolares e não conseguiram estudar de forma remota. (UNICEF, 2020).

**Gráfico 4 - Disponibilidade De Computador Em Domicílio.**

Respostas dadas por alunos de escolas públicas urbanas à pesquisa TIC Educação



**Fonte:** TIC Educação, 2019.

Atualmente a tecnologia está presente no dia a dia das pessoas, seja na vida pessoal quanto no ambiente empresarial e principalmente nas indústrias com a chegada da Indústria 4.0.

É importante a implementação da tecnologia em todas as escolas no mundo, com isso o uso de papeis e apostilas seriam reduzidos de forma significativa tendo como consequência favorecendo o meio ambiente, além disso a disponibilidade de materiais e atividades se torna mais fácil e dinâmica e de forma compartilhada.

Por outro lado, o Brasil encontra-se em desvantagem quando falamos em inovação e tecnologia. Atualmente (outubro, 2021) o dólar se encontra em 5,37 Reais, com isso, é inacessível as famílias de baixa renda manterem os computadores atualizados para os estudos.

#### **4.11. Meio Ambiente**

A ecologia e meio ambiente está relacionada com a Indústria 4.0 que por sua vez está relacionada com o mundo acadêmico. O uso de materiais como papeis, cadernos e apostilas têm influência que diz respeito a essas questões.

É necessário o investimento na tecnologia no Brasil, incentivar as escolas e faculdades a substituírem o uso de materiais físicos por materiais digitais, além de diminuir o desmatamento que é uma das coisas responsáveis pelo aquecimento global, irá introduzir os jovens no mercado atual que exige vasto conhecimento tecnológicos. Após décadas, chegou a Quarta Revolução Industrial que tem como ênfase trabalhar com máquinas, com esse ponto, além das indústrias e organizações, é importante trazer esse feito para o mundo acadêmico, principalmente para quem está prestes a entrar no mercado de trabalho.

De acordo com a Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA), a Lei nº 9795 indica como objetivo o estímulo da conscientização pública sobre a proteção do meio ambiente por meio da educação. Em seu capítulo 1º - Educação Ambiental (1999).

É notável que o mundo está sofrendo com a falta de empatia pelo meio ambiente e essa questão também se diz a respeito da educação ambiental nos ambientes acadêmicos. Logo os nossos recursos chegarão em seu esgotamento e não teremos a possibilidade de reverter o feito. Diante disso, a introdução e o auxílio referente a preocupação com o meio ambiente são de extrema relevância para os adolescentes.

Pensando no bem-estar dos lecionadores, alunos e integrantes do grupo, decidimos que as aulas serão realizadas inteiramente de forma remota, sem a necessidade de sair de casa.

#### **4.12. Cultural**

O conhecimento tem presença garantida em qualquer projeção que se faça do futuro. Por isso há um consenso de que o desenvolvimento de um país está condicionado à qualidade da sua educação. (SCIELO, 2000).

É importante destacar a necessidade da educação na sociedade para que ela seja desenvolvida. Segundo Gadotti (1999), a prática da educação é muito anterior ao pensamento pedagógico, que surge com a reflexão sobre a prática, pela necessidade de sistematizá-la e organizá-la em função de determinados objetivos.

Segundo Paulo Freire (1993), a educação como intervenção pode inspirar mudanças radicais na sociedade, na economia, nas relações humanas e na busca dos direitos, ou seja, uma sociedade sem educação não evolui. (Educação Pública, 2018).

Não é possível criar uma organização sem distinguir suas origens. As empresas seguem uma cultura de acordo com os pensamentos dos fundadores e podem ser moldadas ao decorrer dos anos com suas necessidades. Quando falamos de um Centro de Treinamento para Novos Talentos, sabemos que vamos moldar os métodos de ensino de acordo com as necessidades do mercado e dos alunos, assim como acontece com todo o tipo de organização.

Obter resultados sociais significativos, produzir mudanças para melhorar a vida das pessoas, fortalecer o autoconceito e a descoberta das próprias capacidades, clarificar valores genuínos, preservar a riqueza da vida humana e renovar as razões de esperança no futuro do mundo (MELO NETO; FRÓES apud OLIVEIRA, 2003).

#### **4.13. Conclusão aa Análise Macro Ambiental**

Contudo, por mais que o Brasil esteja passando por uma crise econômica e trazendo como consequência o desemprego, as pessoas não deixam de buscar por conhecimento para obter maiores chances de ingressar no mercado.

Não devemos considerar apenas o momento da crise, mas também há expectativas do futuro tendo um mercado com maior estabilidade e chance para todos, devemos levar em consideração como um mercado benéfico.

## **5. Análise Setorial**

### **5.1. Análise Geral de Setor / Mercado**

A busca pelo emprego não é uma coisa que deixará de acontecer, atualmente, o mercado é extremamente competitivo e os candidatos sem as diversas qualificações necessárias são facilmente descartados. O surgimento de cursos especializados voltados as áreas de interesse dos mercados são altas, incluindo os cursos profissionalizantes.

De acordo com o Ministério da Educação, no dia 28 de março de 2019 foi divulgado dados referentes ao ano de 2018, mostrando que foram feitas 964.593 matrículas em 11.159 cursos distribuídos em 647 instituições no Brasil.

A educação profissional teve um aumento de 0,9 em 2019, alcançando 1.914.749 de alunos matriculados, de acordo com dados do Censo Escolar da Educação Básica, realizado pelo INEP. (E+B, SILVA 2020).

### **5.2. Análise do Ramo**

Conforme o que já foi citado em alguns tópicos anteriores, o intuito do CTNT é auxiliar os adolescentes e diminuir o índice de desemprego de modo geral, sendo assim, aulas preparatórias e voltadas ao atendimento ao consumidor.

Nós seremos um grupo do Setor Terciário, onde prestaremos serviços a empresas que se interessem no treinamento de suas equipes.

### **5.3. Caracterização do Ramo**

O Centro de Treinamento para Novos Talentos surgiu através da análise do índice de desemprego no Brasil e a falta de oportunidade para pessoas com baixa



qualificação. Na cidade de Cotia existem alguns cursos profissionalizantes e entre eles o CEPRO como referência. Com isso, esses cursos não oferecem um segmento específico igual ao CTNT.

Contudo, foi identificada a oportunidade de diminuir o número de desemprego na região de Cotia com as qualificações geradas através do curso.

O negócio pode tomar proporções inimagináveis de forma benéfica a todos, principalmente para a economia, podendo também acrescentar futuramente diversos outros cursos direcionados a outras áreas específicas de interesse de cada qual, desde a área administrativa até a área de R&S e outros.

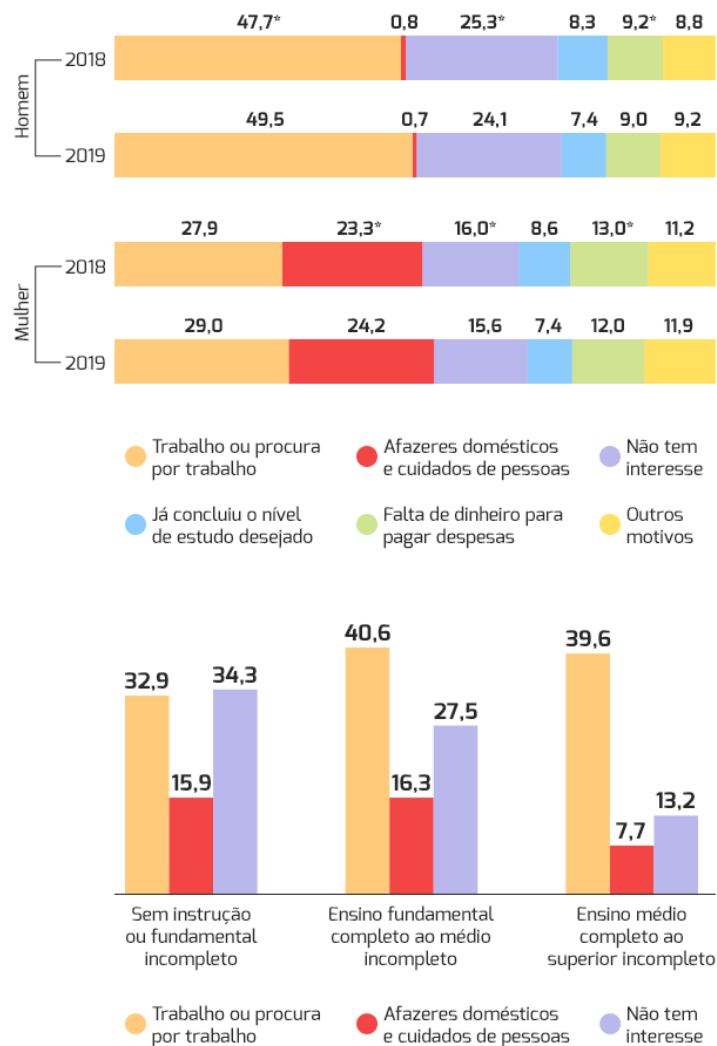
Vamos apresentar para as empresas algumas informações relevantes, como o interesse pela diminuição do índice de desemprego e os benefícios de moldar um profissional desde o início da sua carreira para suas empresas. Será essencial a clareza referente ao preço e valor dos serviços que serão prestados.

#### **5.4. Cadeia Produtiva**

Alguns jovens tiveram que deixar seus estudos para trabalhar e ajudar suas famílias financeiramente, o problema é que atualmente o número de jovens nessas condições ultrapassam 24 milhões, um índice muito alto, pois consequentemente essas ficam estagnadas na vida e não qualificam suas carreiras.

De acordo com o gráfico 5, podemos verificar os motivos que pessoas de 15 a 29 anos de idade não frequentam instituições de ensino.

**Gráfico 5 - Situação De Ocupação Brasileira.**



**Fonte:** IBGE, 2018.

Com as informações obtidas podemos perceber a importância do incentivo a educação junto as atividades laborais, pois a estagnação acaba fazendo com que essas pessoas parem de estudar e em contrapartida não procurem um ensino superior que irá proporcionar melhores condições futuras.

### **5.5. Participações no PIB e no PEA**

A recuperação do mercado de trabalho brasileiro vem caminhando em passos lentos, ainda existe um número de pessoas desempregadas muito elevado e foi desencadeado um novo recorde no que diz respeito a “Índice de miséria.”

O que desencadeou o aumento da pobreza no país foi a alta na inflação e o aumento do consumo de vida que a pandemia da COVID-19 ajudou a desencadear.

Pesquisas que utilizam como base os costumes das famílias de classes mais baixas retratam que parte da população que vivem em área urbana estão em situação de miséria ou tiveram que diminuir a quantidade de itens comprados em supermercados.

Com grande parte da população desempregada, os que possuem menos ou nenhuma experiência saem em desvantagem e esse grupo que temos o intuito de ajudar. (G1-Economia-2021).

### **5.6. Evolução Histórica e Faturamento do Setor**

O ensino profissionalizante foi originalizado na Primeira República, sendo valorizado pela primeira vez na década de 1960, tendo a mão-de-obra formada nas Escolas Técnicas Federais e absorvida pelas empresas privadas ou estatais.

Na década de 1980 a educação profissional foi consolidada em torno de mudanças de rumos para a educação brasileira, com pensamentos de políticas educacionais. Nesse cenário a história da educação passou a se relacionar com o ensino profissionalizante, com o crescimento da informática e da internet no Brasil.

Os cursos profissionalizantes eram chamados de Primeiro Plano e seu objetivo era preparar as pessoas para dominar a nova tecnologia que se consolidava e prepará-los para as oportunidades do mercado de trabalho. (EVOLUA, 2016).

Atualmente o objetivo dos cursos profissionalizantes continuam os mesmos, além disso, existem cursos profissionalizantes para as mais diversas áreas, desde ambiental até cozinha.

### **5.7. Grau e Concentração de Profissionalização e de Mecanização**

O Governo Federal nos anos 2000 criou o projeto de jovens aprendizes com o objetivo de promover o ensino profissional e capacitação de pessoas entre 14 e 24 anos.

Em 2005 a LEI DA APRENDIZAGEM foi regulamentada e com ela ficaram estipulado que médias e grandes empresas tenham uma porcentagem de funcionários em condição de aprendizes, suas jornadas são caracterizadas pela baixa carga horária, conciliação com os estudos e o direito à benefícios: carteira assinada, vale transporte, 13º salário e contribuição com o FGTS.

Os requisitos para Jovem Aprendiz são: Ter idade entre 14 e 24 anos, não ter comprovação de trabalho em carteira profissional, estar regulamente matriculado em uma instituição de ensino e os jovens de nível médio precisam realizar um curso técnico junto com o programa, geralmente jovens de baixa renda possuem prioridade na seleção, mas este não é um fator eliminatório.

Algumas organizações ofertam vagas em suas redes ou realizam processos por agencias, outro método de se candidatar a esse programa é através de instituições que gerenciam vagas como: Programa Jovem Cidadão, Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE), Associação Brasileira de Emprego e Estágio (ABRE), entre outras.

### **5.8. Tendências**

De acordo com os dados divulgados pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) o número de pessoas que estão procurando está em torno de 14,4 milhões de pessoas (PODER 360, 2021).

Conforme citado nos tópicos anteriores, a taxa de desocupação está em 14% e com a pressão do desemprego junto a pandemia, tem movimentado o mercado de cursos profissionalizantes no Brasil. De acordo com o Estadão (Economia e Negócios), apenas 10% dos alunos que terminam o ensino médio no Brasil saem de cursos técnico.

Segundo o Centro Universitário EAD FAESA, a área de tecnologia tende a crescer mais ainda em 2021, a pandemia impulsionou esse setor com os novos modelos de atendimento online em diversos outros setores. Conforme citamos, estamos visando a ampliação do negócio com cursos direcionados a diversas áreas, principalmente a área de TI, sendo uma das carreiras que deve crescer de forma considerável com a nova realidade.

### 5.9. Ameaças e Oportunidades

Após analisar os dados mencionados, podemos entender que o Centro de Treinamento para Novos Talentos possui diversos aspectos que podem ser influenciados de forma positiva e negativa.

**Figura 2 - Ameaças e Oportunidades.**

Fatores Externos	Fatores Positivos Oportunidades	Fatores Negativos Ameaças
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento considerável de empregabilidade na região de Cotia;</li> <li>• Baixa concorrência no ramo de Customer Service;</li> <li>• Busca por conhecimento profissional;</li> <li>• Empresas com alta rotatividade de funcionários na área de CS;</li> <li>• Empresas com evasão no atendimento ao cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desinteresse dos adolescentes no mercado de trabalho;</li> <li>• Redução de investimento das empresas parceiras;</li> <li>• Crise econômica;</li> <li>• Aumento do desemprego no Brasil.</li> </ul>

**Fonte:** os autores, 2022.

### 5.10. Público Em Potencial

De acordo com a FGV, no último semestre de 2020, 31,29% das mulheres, 29,09% dos pretos, 32% de moradores do Nordeste, 27,41% dos moradores de periferia, 27,39% dos chefes de família e 66,81 de pessoas sem instruções se encontravam desempregadas. (ESTADO DE MINAS, E+B, 2021).

Sabemos que muitas pessoas buscam os cursos profissionalizantes para conseguir a recolocação no mercado de trabalho. O CTNT será um curso profissionalizante que além de introduzir os jovens no mercado de trabalho com ênfase em *Customer Service*, conforme dito em outro tópico, pretendemos ampliar os cursos oferecidos, podendo também trazer os adultos que gostariam da recolocação no mercado.

A CTNT procura por informações sobre o nosso público em potencial e chegamos à conclusão de que além da dificuldade de se ingressar no mercado de trabalho, está cada vez mais difícil conseguir a realocação. O nosso objetivo não é ter uma grande quantidade de alunos, mas diminuir o índice do desemprego no Brasil, com isso, o nosso público não será limitado.

#### **5.11. Análise Qualitativa do Público**

Temos como objetivo captar integrantes da região Oeste (Cotia, Itapevi, Osasco e Carapicuíba), o público-alvo são jovens da periferia que ainda não adentraram o mercado de trabalho ou que possuem algum tipo de dificuldade na recolocação, sabemos que a grande maioria não dispõe de grandes recursos financeiros.

De acordo com o Site Scielo Brasil, a Unesco realizou uma pesquisa onde consta que jovens de periferia carregam a responsabilidade de ajudar suas famílias, a grande maioria recebe menos que três salários-mínimos, enquanto outra parte possui pais que estão desempregados, esse fato acaba fazendo com que precisem se integrar ao mercado mais cedo e aspectos como lazer ficam em segundo plano.

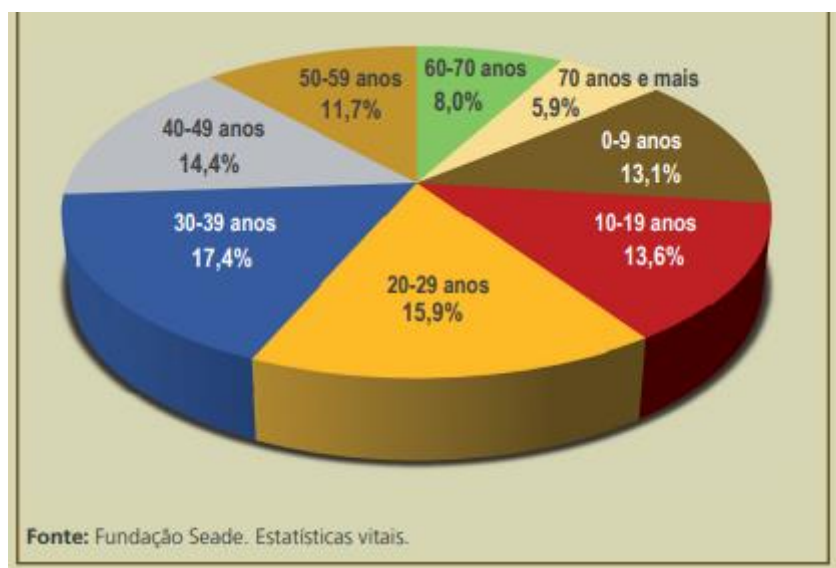
Uma grande parte desse público estão em estado de vulnerabilidade social e em alguns casos podem levar a criminalidade ou atos de violência. Essas vulnerabilidades precisam ser assistidas e programas de inclusão podem ajudar no processo.

### 5.12. Análise Quantitativa Do Público

Com o objetivo de se obter informações concretas e relevantes sobre aspectos públicos que estão interligados a educação, realizamos uma pesquisa qualitativa referente a situação dos jovens de São Paulo.

De acordo com indicadores do SEAD, o Estado de São Paulo possui 11,7 milhões de crianças, adolescentes e jovens de até 29 anos e essa população corresponde a 43% de seus habitantes. (SEAD-2017).

**Gráfico 6** - Distribuição Por Faixa Etária – 2016.



**Fonte:** Adaptado, Fundação SEAD, 2016.

Ainda com base na pesquisa, podemos verificar os jovens de acordo com seus afazeres diários, trazendo à tona a relevância da política pública e o como está associada a educação:

**Gráfico 7 - Jovens Por Condição De Atividade Segundo Faixa Etária.**

**GRÁFICO 1**

**JOVENS, POR CONDIÇÃO DE ATIVIDADE, SEGUNDO FAIXA ETÁRIA**  
**ESTADO DE SÃO PAULO – 2012-2018**



Fonte: IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua; Fundação Seade.

(1) Subocupados por insuficiência de horas trabalhadas: pessoas que trabalharam menos de 40 horas semanais em um único trabalho ou no conjunto de todos os seus trabalhos, mas que gostariam e estavam disponíveis para trabalhar mais horas. Para o período 2012-2013 foram utilizadas as horas efetivamente trabalhadas e para 2017-2018, as horas habitualmente trabalhadas, devido a mudanças no questionário.

**Fonte:** Fundação SEAD.



### **5.13. Análise da Informação sobre o Público**

Analisando os dados obtidos, pudemos perceber que os mais jovens encontram mais dificuldades em conseguir empregos e fica nítido que possuem o maior índice de desocupação na pesquisa.

Sendo assim vemos como uma oportunidade de negócio o trabalho com esse público, lapidando suas carreiras e criando parcerias com empresas da região.

### **5.14. Análise das 5 Forças de Porter**

“Segundo Porter, “a essência da estratégia é escolher o que não fazer”. Essa ferramenta tem a função de auxiliar a organização nas tomadas de decisões, com isso, vamos entender o que está acontecendo no mercado e onde nós vamos encontrar as principais oportunidades e como devemos prosseguir.

### **5.15. Ameaça De Novos Entrantes**

Com base nas pesquisas realizadas não foi encontrada nenhuma empresa que forneça o serviço dirigido ao *Customer Service* em Cotia e Região.

### **5.16. Ameaça de Produtos e/ou Serviços Substitutos**

Por não termos um concorrente direto na área, não consideramos que exista ameaças dos serviços prestados.

### **5.17. Poder de Barganha dos Fornecedores**

O poder de barganha dos patrocinadores é baixo, pois os insumos que serão necessários são apenas o básico para o dia a dia.

### **5.18. Poder de Barganha dos Compradores**

É alto, pois as empresas buscam um vínculo maior com seus clientes e funcionários cada vez mais capacitados que supram e superem suas expectativas.

### **5.19. Rivalidade entre os Concorrentes**

Nesse ponto identificamos que a rivalidade entre os concorrentes é baixa no mercado de ensino profissionalizante, principalmente no ramo de *Customer Service*.

### **5.20. Tabela comparativa de benchmarking do Centro de Treinamento de Novos Talentos**

Na figura 3 o Centro de Treinamento para Novos Talentos apresenta o Benchmarking. O intuito dessa tabela não é comparar apenas o diferencial que oferecemos e sim relacionar as atividades com os nossos concorrentes diretos e indiretos.

O CTNT por sua vez oferece um curso com ênfase no *Customer Service* para empresas e alunos que se interessarem pela área, os demais cursos mencionados oferecem cursos desde Marketing até Programação. Mesmo que essas áreas sejam distintas quando comparamos com o que o CTNT oferece, consideramos concorrentes indiretos.

**Figura 3 – Benchmarking.**

COMPARATIVO						
Qualificação profissional.	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Encaminhamento para empresas.	✓	✓	✗	✗	✗	✗
Especialização em Customer Service.	✓	✗	✗	✗	✗	✗
Treinamento personalizado.	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Palestras mensais.	✓	✗	✗	✓	✗	✗
Para empresas e usuários	✓	✓	✓	✓	✓	✓
EAD e presencial.	✗	✓	✓	✗	✓	✗
Certificado de conclusão.	✓	✓	✓	✓	✓	✓

**Fonte:** os autores, 2022.

### 5.21. Conclusão da Análise Setorial, 5 Forças de Porter e Benchmarking

É de extrema importância ter o conhecimento sobre o mercado que estamos entrando e se a nossa empresa atenderá aos requisitos. Existe uma série de fatores que podem impactar o processo de integração no mercado, como por exemplo o fato de sermos um grupo iniciando no mercado e as empresas terem receios de fecharem um acordo conosco. Dito isso, acreditamos que não devemos nos preocupar com a concorrência, conforme citado anteriormente, estamos entrando no mercado com o mesmo objetivo dos outros Centros Profissionalizante, sendo ajudar os jovens de classes baixas a ingressarem no mercado de trabalho e oferecer serviços que dão ênfase a excelência no contato com o público.

## 6. ANÁLISE SWOT

Análise SWOT é a sigla em inglês de Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats, sendo em português a Matriz FOFA (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças).

Essa ferramenta foi desenvolvida por Albert Humphrey entre a década de 60 e 70 e como o próprio nome já diz, é utilizada para identificar os pontos fortes e fracos da empresa.

De forma resumida, o Centro de Treinamento para Novos Talentos apresenta de forma resumida a SWOT do negócio.

**Figura 4 – SWOT.**

	Fatores Positivos Forças	Fatores Negativos Fraquezas
Fatores Externos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Profissionais qualificados e preparados;</li><li>• B2B e B2C;</li><li>• Ênfase em CS;</li><li>• Modalidade EAD;</li><li>• Encaminhamento para empresas;</li><li>• Curso personalizado de acordo com necessidades.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• É um grupo novo;</li><li>• Desvalorização das pessoas pelo CS;</li><li>• Concorrentes indiretos que oferecem cursos online.</li></ul>
	Oportunidades	Ameaças
Fatores Internos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Interesse dos jovens pelo mercado de trabalho;</li><li>• Aumento significativo na empregabilidade;</li><li>• Público-alvo: classes médias e baixas;</li><li>• Crescimento do grupo na região e estado;</li><li>• Aumento dos estudantes por EAD.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desinteresse das empresas e alunos;</li><li>• Concorrência madura;</li><li>• Ainda não temos um professor fixo.</li></ul>

**Fonte:** os autores.

## **6.1. Forças**

Conforme citado nos tópicos anteriores, a taxa de desemprego no Brasil se atingiu o recorde de 14,6% em 2021 (IBGE, 2021). Dessa forma, ainda que a porcentagem do desemprego no Brasil tenha sofrido uma pequena queda no 1º trimestre de 2022 ela se encontra em 11,1%, ainda um número alto para a população brasileira. (G1 ECONOMIA, 2022).

Além disso, somos uma empresa B2B e B2C com ênfase em *Customer Service* na modalidade EAD. Devido a pandemia do COVID-19, o número de ingressantes na modalidade EAD ultrapassou a quantidade de estudantes que optaram por iniciar a graduação presencial, de acordo com o CNN Brasil, o número de alunos subiu em 378% em 10 anos no país. (CNN Brasil, 2020).

O mercado atual é de grande concorrência e exigências e a busca das pessoas pela ingressão no mercado de trabalho ou recolocação é recorrente. Com essa busca pela empregabilidade e ajuda de pessoas envolvidas diariamente com a mídia, destacando a importância de ter cursos extras e profissionalizantes em seu currículo, certamente alcançaremos o objetivo de diminuir a taxa de empregabilidade e espalhar conhecimento.

## **6.2. Fraquezas**

O Centro de Treinamentos para Novos Talentos ainda não assinou nenhuma parceria com alguma empresa. De fato, essas questões são de grande impacto porque o projeto não pode realizar nenhuma divulgação antes de concluir essa etapa.

A equipe é totalmente nova na área, sabemos que já existem diversas escolas e centros profissionalizantes espalhados pelo Brasil, mas é importante ressaltar que o nosso ponto central será na região de Cotia, Itapevi e Carapicuíba, onde encontramos apenas uma escola profissionalizante. Por outro lado, existem diversos cursos online que oferecem cursos com segmentos distintos, mas ainda assim consideramos nossos concorrentes indiretos.

Não podemos desconsiderar que o setor de *Customer Service* não é tão valorizado como os outros, o CTNT tem como um dos objetivos mudar essa imagem do setor que é a porta de entrada de uma empresa.

### **6.3. Oportunidades**

Sabemos que a busca pela empregabilidade é recorrente, mas nem todas as pessoas estão preparadas para enfrentar o mercado ou até mesmo que cursos extracurriculares são um diferencial no momento da decisão da contratação.

Após fecharmos parcerias com empresas interessadas, poderemos iniciar a divulgação e instigar o interesse dos jovens.

Após coletarmos um número considerável de interessados, será realizada uma palestra junto as empresas parceiras para apresentar a proposta do curso, onde será de total interesse do público.

Buscamos jovens com grande interesse no mercado de trabalho e queremos aumentar de forma significativa a empregabilidade na região. Não eliminamos a ideia de expandir o negócio para outros estados, mas por hora o foco inicial é na região onde nasceu o projeto.

### **6.4. Ameaças**

A escassez do mercado pode ser um fator que desmotiva as pessoas a estudarem e se especializarem em alguma área, com isso corremos o risco de não despertar o interesse das pessoas a se ingressarem no curso, mesmo que de forma gratuita.

O grupo Rio Branco está no mercado há anos e é um grande concorrente, mas podemos usar dessa concorrência uma oportunidade para criar uma parceria.

As empresas podem não assinar nenhuma parceria e isso seria de grande impacto para o objetivo do projeto, que é levar os jovens para as empresas parceiras para iniciarem sua trajetória profissional.

## 7. Pesquisas

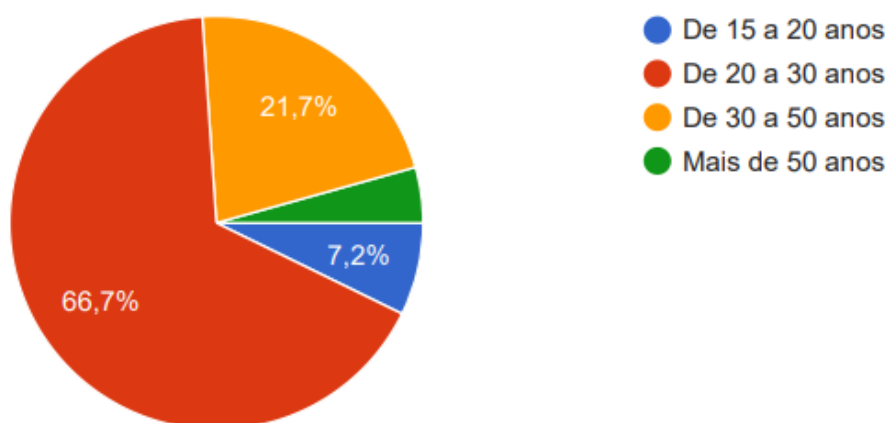
Elaboramos uma pesquisa pelo Google Forms entre os dias 13 e 16 de junho de 2022 na qual obtivemos um total de 68/69 respostas e através dessa pesquisa identificamos a persona que a nossa empresa deseja como público-alvo. Mesmo que o grupo já tenha em mente um público a pesquisa é importante para identificarmos também se o público tem interesse em um curso com ênfase em *Customer Service*. Das 69 respostas 83,8% (57 respondentes) dos participantes consideram a realização de um curso ajudaria na capacitação de operadores de atendimento e 16,2% (11 respondentes) dos participantes acreditam que talvez ajudaria, 0% dos participantes disseram que não. Consideramos esse resultado positivo para o nosso projeto.

### 7.1. Respostas Da Pesquisa

**Gráfico 8 – Idade.**

Qual sua idade?

69 respostas



**Fonte:** os autores, 2022.

Essa questão foi abordada a fim de identificar qual metodologia devemos abordar o público em nossa região. Nessa pesquisa, a maioria dos respondentes tem entre 20 e 30 anos, ou seja, 66,7%, em segundo lugar temos a faixa etária de 30 a 50

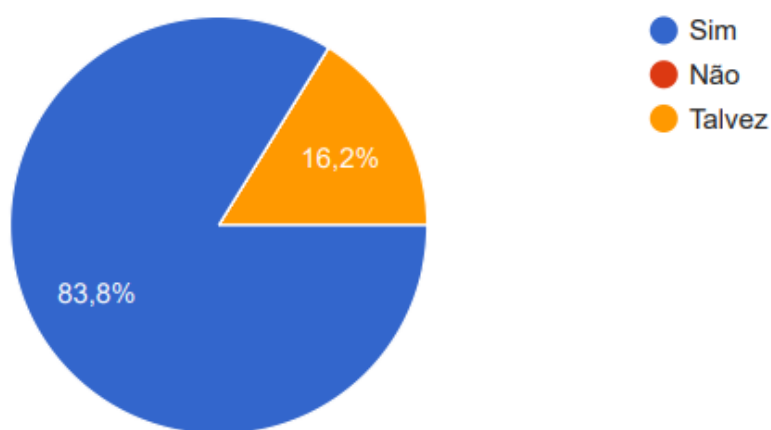
anos (21,7%), em terceiro lugar temos pessoas de 15 a 20 anos (7,2%) e por último pessoas com mais de 50 anos (4,4%).

Com base nessas informações, entendemos que podemos seguir com a divulgação em escolas e faculdades porque a maioria dos respondentes estão entre 15 e 30 anos conforme apresentado no gráfico 9.

**Gráfico 9** – Opinião dos respondentes sobre capacitação em CS.

Você acredita que um centro de treinamento ajudaria na capacitação de operadores de atendimento?

68 respostas



**Fonte:** os autores, 2022.

Essa questão foi de extrema importância para o nosso projeto, conforme mencionado anteriormente, 57 (83,8%) dos respondentes responderam que um Centro de Treinamento ajudaria na capacitação de operadores de atendimento, 11 (16,2%) dos respondentes acreditam que talvez ajudaria e ninguém respondeu que não ajudaria.

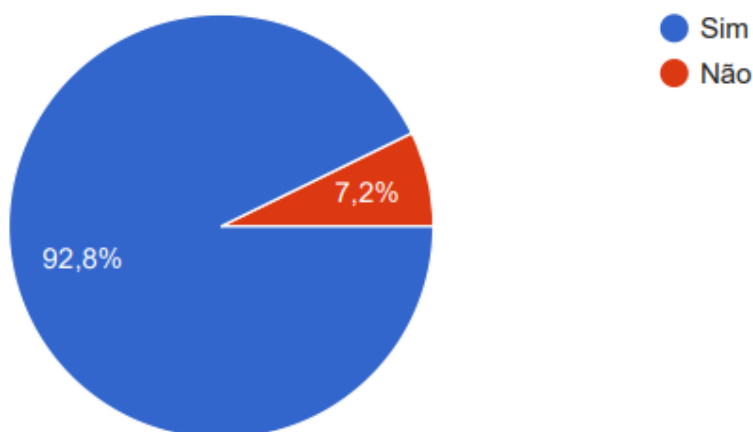
Com base nessa questão respondida no gráfico 10 junto ao cenário realista do nosso plano financeiro, asseguramos que o nosso projeto é viável em questões financeiras e por aceitação do público.



**Gráfico 10** – Problemas com Atendimento ao Cliente.

Você já teve problemas com serviço de atendimento ao cliente?

69 respostas



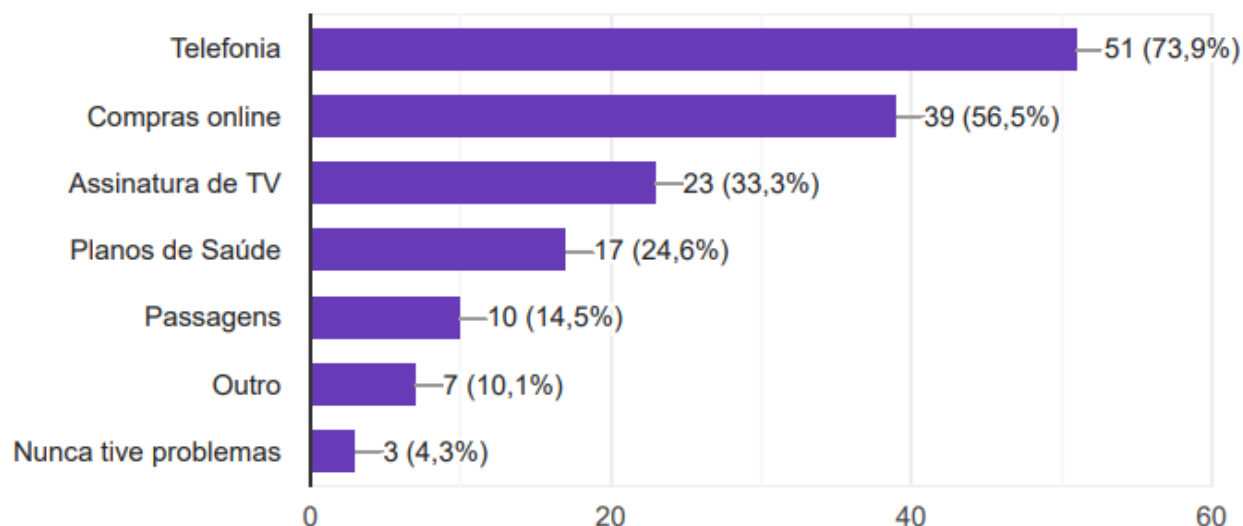
**Fonte:** os autores, 2022.

Ainda reforçando a viabilidade do nosso projeto através da aceitação do público, nessa questão temos uma resposta positiva de 69 pessoas, 92,8% (64 respondentes) já tiveram problemas com o serviço de atendimento ao cliente e 7,2% (4 respondentes) responderam que não. Pensando na quantidade de respondentes junto ao percentual deles que já tiveram problemas com atendimento, entendemos que um curso com ênfase em *Customer Service* seja de importância para melhorar a qualidade nesse setor.

**Gráfico 11 – Segmentos com problemas no atendimento.**

Em quais segmentos você já teve problemas com atendimento?

69 respostas



Fonte: os autores, 2022.

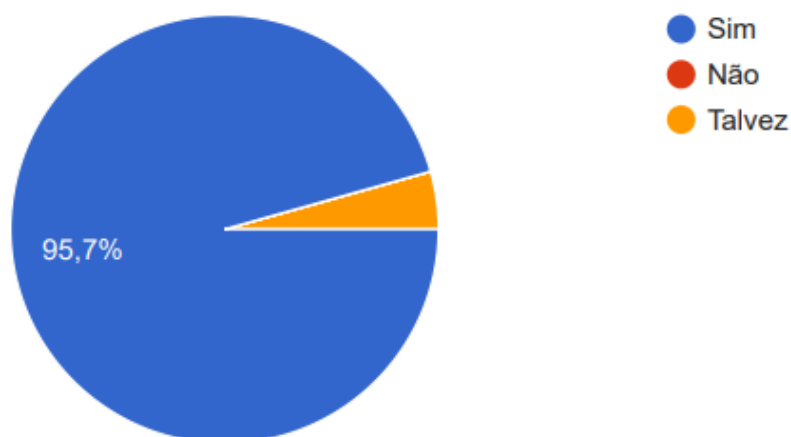
Essa pesquisa foi muito importante para o nosso projeto, através dela o Centro de Treinamento para Novos Talentos consegue entender quais tipos de empresas tem mais problemas com atendimento. Nessa questão, possibilitamos que o respondente escolhesse mais de uma opção. Ainda com 69 respostas, 51 dos respondentes (73,9%) tem mais problemas com empresas de Telefonia e em segundo lugar 39 dos respondentes tem problemas com compras online (56,5%), 23 dos respondentes ainda tem problemas com assinatura de TV (33,3%), 17 dos respondentes tem problemas com planos de saúde (24,6%), 10 deles com passagens (14,5%) e apenas 3 respondentes nunca teve problemas com atendimento (4,3%).

Com base nessa pesquisa conforme demonstrada no gráfico 12, entendemos que empresas de telefonia e compras online em geral podem ser as principais empresas que buscaremos oferecer o nosso curso com ênfase em Customer Care para melhorar a qualidade no atendimento e diminuir os problemas.

**Gráfico 12** – Impacto na fidelização com bom atendimento.

Você acredita que um bom atendimento impacta na fidelização de clientes?

69 respostas



**Fonte:** os autores, 2022.

Ainda pensando na aceitação do nosso projeto, a pesquisa exibida no gráfico 13 nos ajuda a reafirmar que o nosso projeto é viável nessa questão. Das 69 respostas, 95,7% (66 pessoas) responderam que um bom atendimento impacta na fidelização dos clientes, apenas 4,3% (3 pessoas) responderam que talvez e ninguém respondeu que não. Acreditamos no potencial desse projeto tanto para diminuir a rotatividade nas empresas quanto para a melhoria na qualidade do atendimento nas empresas.

## **8. Validação**

Pelo isolamento causado pela COVID-19 não foi possível realizar a validação do MVP, porém nossa proposta é de utilizar as redes sociais como forma de divulgação e captação de membros e recursos para que o projeto seja realizado a distância, porém assim que tudo normalizar nossa meta é fazer com que as atividades do CTNT se tornem presenciais.

### **8.1. Proposta MVP**

Temos como objetivo apresentar nossas ideias a empresas que possam vir ser nossas parceiras com o projeto e fazer a divulgação nas redes sociais para que parte dos seguidores do conteúdo se tornem membros da CTNT.

### **8.2. Negócio**

É um centro de treinamento voltado ao *Customer Service* e serviços de capacitação vendidos a empresas. O negócio pode ser analisado através do CANVAS no tópico 9.1.

### **8.3. Fluxos**

O nosso fluxo deve ser iniciado por meio dos interesses das empresas e dos jovens que buscam uma oportunidade de emprego. O contato com o Centro de Treinamento para Novos Talentos deverá ser realizado através de Leads ou contato direto por e-mail, site ou presencialmente.

Exemplo do fluxo:

- Carta de interesse/Lead;
- Solicitação de matrícula;
- Checagem de vagas disponíveis;
- Lista de espera/Cadastro do aluno;
- Capacitação;
- Certificação;
- Encaminhamento para empresas. (Em caso de compra apenas do usuário).

#### **8.4. Persona**

A persona do Centro de Treinamentos para Novos Talentos foi construída em duas partes que se completam, empresas e usuários.

Foi necessário dividir a persona em duas partes porque não podemos segmentar apenas em um único público, no caso as empresas.

São empresas que:

- Tem um grande índice de rotatividade;
- Preza pelo plano de carreira dos funcionários;
- Possui uma alta demanda de trabalho;
- Não tem disponibilidade para realizar treinamentos;
- Não atribui feedbacks para o operador com frequência;
- São de todos os tamanhos, pequena, média e grande porte;
- Preza pela qualidade no atendimento.

Os usuários geralmente:

- Tem entre 16 e 21 anos de idade;
- São estudantes do ensino médio ou recém-formados no ensino médio;
- Buscam excelência no âmbito profissional;
- Querem entrar no mercado de trabalho ou completar a renda;
- Residem em Cotia, Itapevi ou Região;

- Seu maior desafio é ter uma oportunidade de emprego.

### **8.5. O que será testado.**

O Teste será realizado para entendermos se o método estabelecido pelo grupo é aceito pelos possíveis clientes, junto a outros fatores para concluirmos a venda.

Os itens que serão testados foram definidos em:

- Aceitação das aulas presenciais e online.

Entendemos que após a pandemia o número de pessoas que tem como preferência o ensino remoto aumentou.

De acordo com uma pesquisa levantada pela Época Negócios mais de 3,7 milhões de alunos que ingressaram em redes públicas e privadas em 2020 e dentro desse número 2 milhões optaram por cursos a distância, enquanto 1,7 milhão escolheram o ensino presencial. (ÉPOCA NEGÓCIOS, 2022).

Mesmo que os dados citados não sejam direcionados a cursos profissionalizantes podemos usar os dados como base e referência para determinar a preferência dos estudantes.

- Preço do curso;
- Turnos das aulas em modo presencial ou semipresencial;
- Formas de pagamento;
- Interesse na abordagem do tema *Customer Service*;
- Venda do serviço.

### **8.6. Questões a serem respondidas**

Será realizada uma pesquisa via Google Forms após a aula experimental (protótipo) para entendermos se estamos atendendo as necessidades das empresas e usuários. Essa pesquisa será moldada com as questões que corresponde ao que será testado.

É importante que as empresas tenham interesse na abordagem do tema porque é segmentado para a excelência do atendimento ao cliente.

### **8.7. Protótipo**

O protótipo ideal para entendermos a viabilidade do nosso serviço é a elaboração de uma aula experimental de forma online. Nessa aula será apresentado os seguintes tópicos:

- Introdução ao *Customer Service*;
- A importância da qualidade no atendimento;
- Atendimento humanizado;
- Entendendo o cliente;
- Processo de encaminhamento para as empresas.

### **8.8. Teste**

Conforme citado no tópico anterior o teste será realizado através da aula experimental sequencialmente a pesquisa no Google Forms para entendermos a satisfação e viabilidade do nosso serviço.

### **8.9. Mensurar opiniões e resultados**

Após analisarmos o resultado da pesquisa será necessário analisar se a abordagem do curso atende a expectativa das empresas e dos usuários correlacionando ao preço do serviço.

### **8.10. Aprimorar**

De acordo com os resultados da pesquisa nós estaremos abertos a possíveis mudanças caso sejam relevantes para atender as expectativas dos usuários.

Possíveis itens a serem reavaliados:

- Metodologia da aula;
- Modalidade da aula;
- Valor do serviço;
- Expansão para novas áreas.

## **9. Modelo de Negócio**

Independente do segmento, qualquer tipo de proposta é necessário a utilização de métodos ou ferramentas que auxiliam os proprietários a buscar melhorias e novas ideias, dito isso, nós vamos apresentar o Canvas, essa ferramenta possibilitará a visualização clara e objetiva da CTNT, mostrando os caminhos para atingir as metas estabelecidas.

### **9.1 CANVAS**

O Canvas é uma metodologia que vem sendo usada em todo o mundo nas mais diversas organizações, desenvolvida pelo Suíço Alexander Osterwalder em sua tese de doutorado, com a participação de Yves Pigneur.

Essa metodologia é um modelo que permite toda a visualização da empresa ou organização contendo nove blocos do modelo do negócio, assim facilitando a análise do processo como um todo auxiliando a termos insights e planejamento de forma simples e caso necessário, refazê-lo por inteiro.



**Figura 5 – CANVAS.**

<b>PARCERIAS CHAVES</b>  Professores Empresas parceiras	<b>OFERTAS DE VALOR</b>  Formação de profissionais na área de CS Excelência em CS Conexão com empresas Certificação	<b>RELACIONAMENTO</b>  Murais em escolas, faculdades e empresas Redes sociais	<b>SEGMENTO DE MERCADO</b>  Venda de curso com ênfase em CS Pessoas à procura de oportunidades de trabalho Empresas com alta rotatividade de funcionários Empresas que trabalham com CS Empresas com alta demanda de trabalho
<b>ATIVIDADES CHAVES</b>  Aulas com ênfase em CS <i>Soft Skills</i>	<b>RECURSOS CHAVES</b>  Material didático Softwares e Hardwares Professores e alunos	<b>CANAIS</b>  LinkedIn Site próprio	
<b>ESTRUTURA DE CUSTOS</b>  Salários Manutenção de softwares e hardwares Atualização de materiais Marketing digital			<b>FONTE DE RECEITA</b>  Venda de curso com ênfase em CS para empresas Venda de curso para pessoas interessadas na área (B2B e B2C)

**Fonte:** os autores, 2022.

## 9.2. Segmento de Mercado

O Centro de Treinamento para Novos Talentos tem como objetivo realizar vendas de um curso online voltado para o atendimento ao cliente, ou seja, *Customer Service*, propondo qualidade e excelência. O CTNT busca empresas com alta rotatividade de funcionários e alta demanda de trabalho, não descartamos as pessoas que também estão à procura de desenvolvimento.

## 9.3. Proposta de Valor

O Centro de Treinamento para Novos Talentos propõe como a preparação dos alunos para o mercado de trabalho e aprendizado referente ao ramo de *Customer Service*, auxiliando na fidelização da empresa para com os clientes e sua imagem junto a formação de profissionais qualificados.

#### **9.4. Canais**

O Centro de Treinamento para Novos Talentos conta com uma página no LinkedIn para divulgar seu projeto e conectar com alunos e empresas, o CTNT também conta com um site próprio que é possível qualquer pessoa entender a proposta do nosso projeto e solicitar contato através de um formulário.

#### **9.5. Relacionamento com Clientes**

Por meio de reuniões, manteremos um relacionamento frequente e colaborativo com as empresas parceiras. Deixaremos sempre em evidência o que está acontecendo e o que será realizado por meio das redes sociais.

#### **9.6. Fluxos de Receitas**

O Fluxo de Receitas do Centro de Treinamento para Novos Talentos tem como receita a venda do curso para as empresas parceiras e para as pessoas interessadas em se desenvolver na área de *Customer Service*, ressaltamos que somos um grupo *B2B e B2C*.

#### **9.7. Recursos Chave**

Para obtermos sucesso, contaremos com aulas ministradas por professores qualificados e materiais didáticos atualizados conforme as tendências empresariais, computadores são indispensáveis para a realização do projeto.

#### **9.8. Atividades Chaves**

Aulas sobre atualidade, etiqueta ao telefone, reforços da língua portuguesa e informática básica, além disso, as Soft Skills é um tema imprescindível para uma carreira de sucesso.

## **9.9. Parcerias Chaves**

Contaremos com uma rede de empresas parceiras, acreditamos que seremos relevantes o suficiente para firmar essas parcerias a fim de ampliar o nosso negócio e contribuir com melhorias nessas empresas.

## **9.10. Estrutura de Custo**

Para mantermos o nosso projeto em um alto nível de qualidade será necessário entender todos os salários dos professores. A demanda pelo curso é de grande importância para conseguirmos manter um equilíbrio entre a qualidade e preço, por isso, apostaremos na comunicação do Marketing, além disso, é de grande importância manter os materiais atualizados e a manutenção dos *Softwares e Hardwares*.

## **10. Plano de Marketing**

A proposta é obter reconhecimento através dos serviços prestados e nos sobressair ao sermos comparados a outras organizações do meio, como referência em aprendizado e empregabilidade, conquistando adeptos e parceiros pela região Oeste de São Paulo.

O Centro de Treinamento para Novos Talentos contará com as empresas parceiras e patrocinadores para o pagamento de salários dos orientadores e demais funcionários.

Os consumidores vão tomar conhecimento do nosso grupo através de anúncios nas redes sociais como LinkedIn, Facebook e Instagram. Buscaremos também a permissão das escolas públicas para anunciarmos em sala de aula o curso que estará disponível gratuitamente para os alunos.

Uma das nossas expectativas é cativar o público com o diferencial de incentivo para as especializações em aberto e a introdução do cuidado com o cliente. Conforme citado anteriormente, o nosso intuito é fazer a diferença na sociedade.

**Figura 6 -** Página do LinkedIn para captação de clientes e alunos.



**Criação:** os autores, 2022.

## 10.1. Marca

Mesmo que nosso programa esteja no início ainda, queremos fazer nosso nome no mercado e mostrar que é possível influenciar as pessoas de maneira positiva, mostrando que é possível desenvolver um profissional na área de atendimento ao cliente, ressignificando a forma negativa que as pessoas enxergam essa área.

**Figura 7** - Logo do Centro de Treinamento para Novos Talentos.



**Criação:** os autores, 2022.

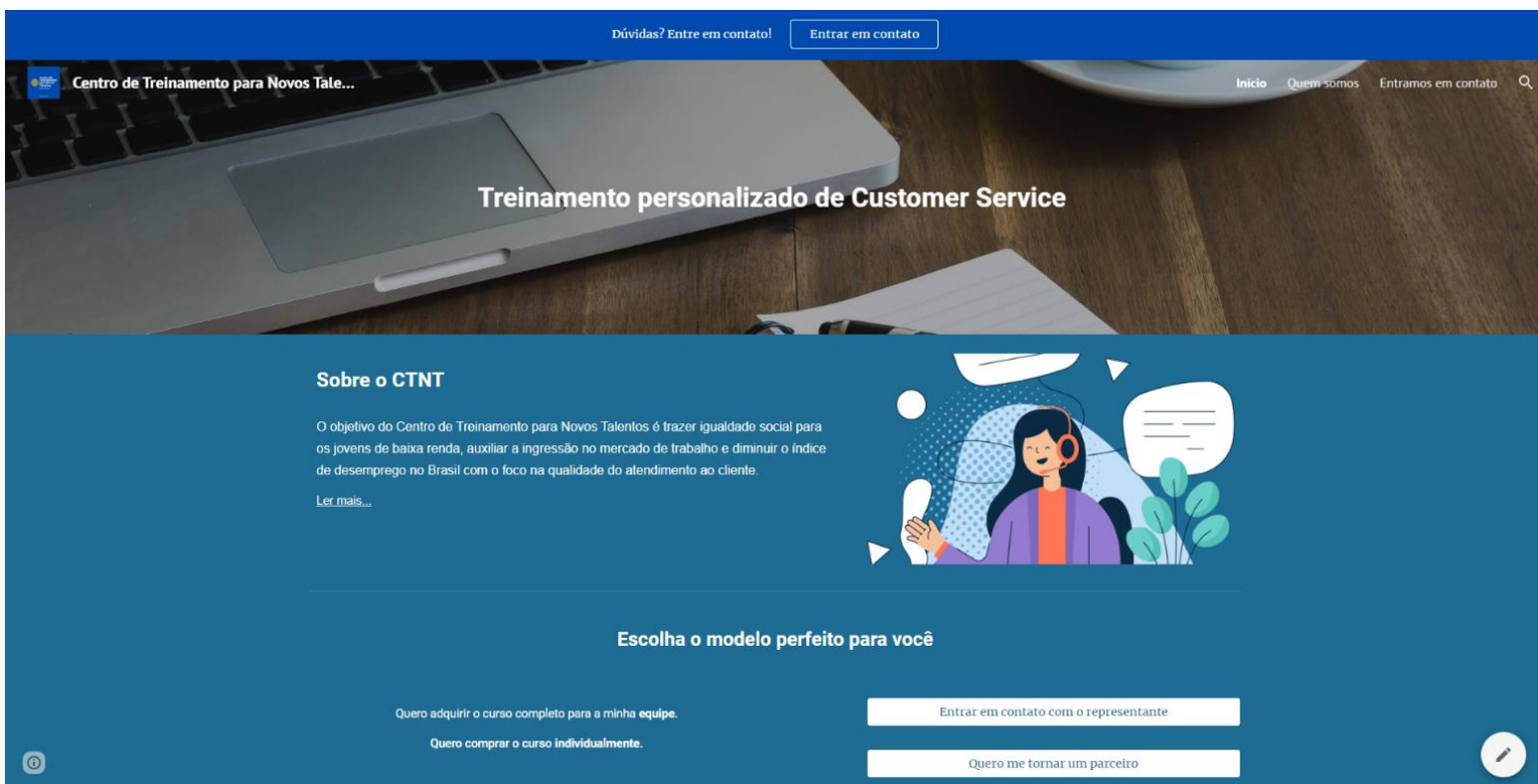
## **10.2. Site**

O site do Centro de Treinamentos para Novos talentos foi criado através do Google Sites, seu propósito é mostrar para as empresas e futuros alunos o propósito do programa.

O site é responsivo, ou seja, ele se adapta a todos os dispositivos, adaptando os textos e imagens de acordo com o método acessado, além disso, clicando em “Entrar em contato” e “Quero me tornar um parceiro” o usuário é direcionado para a página do

LinkedIn ou WhatsApp de um dos representantes. O site ainda está em desenvolvimento e será concluído em breve.

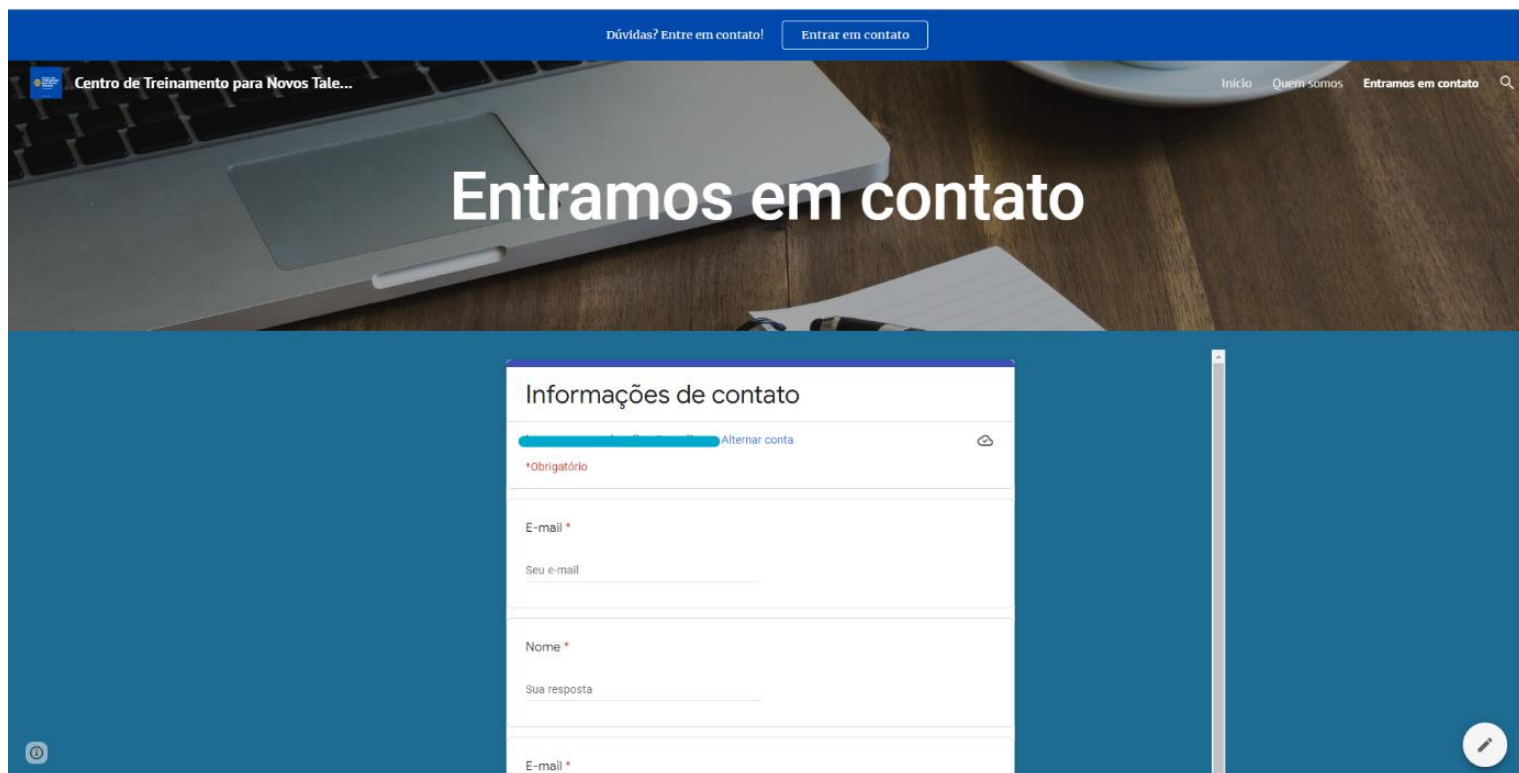
**Figura 8** - Página inicial do site do CTNT.



**Criação:** os autores, 2022.

Caso o usuário tenha a preferência de ser contatado, nós disponibilizamos uma janela no site do CTNT para o usuário colocar os seus dados e adicionar comentários através do Google Forms, onde os dados e comentários são direcionados diretamente para o e-mail de um dos colaboradores.

**Figura 9** - Janela para os usuários adicionar os dados para contato.



A imagem mostra uma interface web com um cabeçalho azul contendo o texto "Dúvidas? Entre em contato!" e um botão "Entrar em contato". Abaixo, há uma barra de navegação com links: "Centro de Treinamento para Novos Tale...", "Início", "Quem somos" e "Entramos em contato". O título principal da página é "Entramos em contato". No centro, há um formulário branco sobreposto a uma imagem de fundo de um laptop e uma caneta. O formulário, intitulado "Informações de contato", possui um campo de login com o link "Alternar conta" e um ícone de nuvem. Abaixo, há campos obrigatórios marcados com um asterisco vermelho: "E-mail", "Nome" e "E-mail". Os campos de texto são rotulados "Seu e-mail", "Sua resposta" e "E-mail".

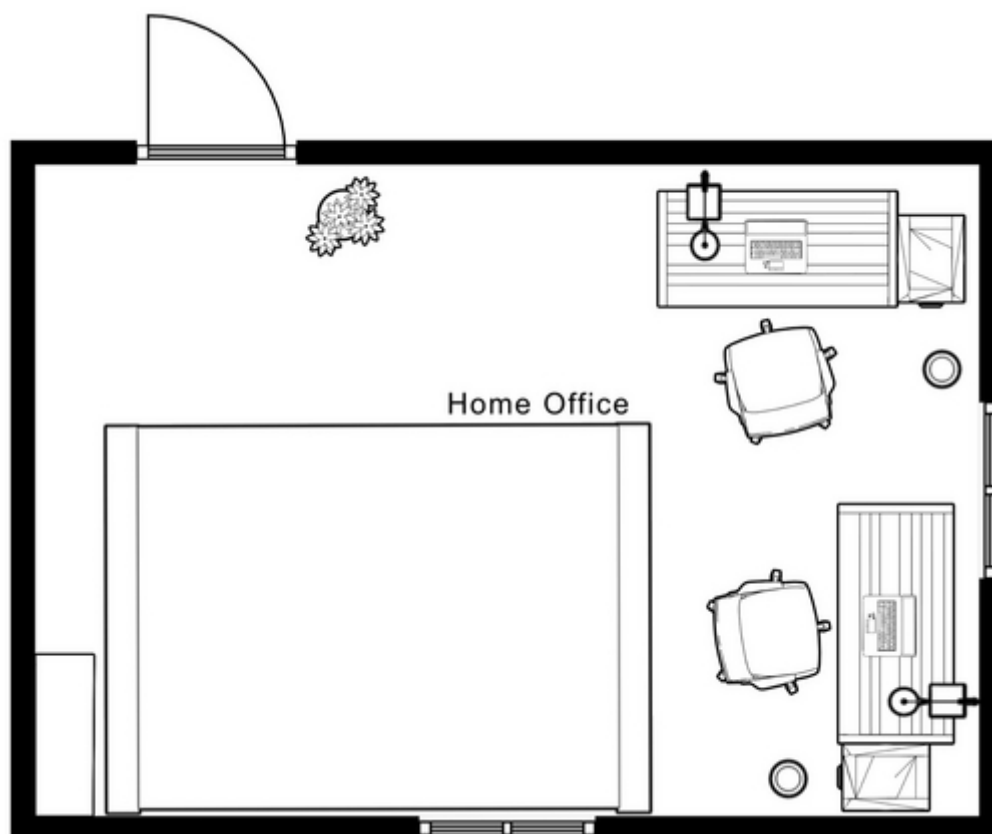
**Criação:** os autores, 2022.

## 11. Arranjo Físico

Devido ao nosso serviço ser proposto de modo Home Office, optamos por montar um escritório em uma sala para filtrar os Leads e exercer as atividades administrativas do projeto.

A planta abaixo é uma simulação de como pretendemos montar a nossa sala.

**Figura 10** - Planta baixa 2D CTNT.



**Criação:** os autores, 2022.



**Figura 11** - Planta baixa 3D CTNT.



**Criação:** os criadores, 2022,

## **12. Plano Financeiro**

O plano financeiro projeta os valores dentro do negócio, é uma questão complexa que pede atenção redobrada porque se trata do investimento dos sócios e investidores.

Entendemos que todas as empresas precisam de investimentos iniciais e o retorno não ocorre de imediato, mas sim em um determinado período para o retorno seja realizado.

"O planejamento financeiro é uma ferramenta de estratégia e análise que precisa ser utilizada para guiar sua empresa na direção de seus objetivos e metas". (TOTVS, 2021)

### 12.1. Investimento Inicial

O investimento inicial refere-se aos valores necessários para o funcionamento e viabilização de uma organização. Para otimizar os custos é preciso definir onde o investimento que será aplicado e trabalhar de forma estratégica de acordo com a necessidade de cada operação, seja serviço ou produto.

Conforme apresentado na tabela 1, podemos analisar o investimento inicial do Centro de Treinamento para Novos Talentos, o capital de giro com o custo de aquisição no cenário realista. Nesse cenário, o ponto de equilíbrio ocorre em 20 meses.

**Tabela 1 – Investimento Inicial / Cenário realista.**

DESCRIÇÃO	VALOR
Máquinas e equipamentos	R\$ 164,90
Moveis e utensílios	R\$ 2.794,00
Material de Informática	R\$ 8.038,98
Smartphones	R\$ 2.798,00
<b>Total em Ativos operacionais</b>	<b>R\$ 13.795,88</b>
<b>Valor necessário até que a empresa atinja o PEC</b>	<b>R\$ 238.055,50</b>
<b>Total de Capital de Giro</b>	<b>R\$ 238.055,50</b>
<b>INVESTIMENTO TOTAL</b>	<b>R\$ 251.851,38</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

A projeção do investimento inicial foi elaborada para analisar o cenário otimista e o cenário pessimista. O quadro 2 mostra o capital de giro do cenário otimista e o ponto de equilíbrio nesse cenário acontece no mês 12 conforme podemos analisar na tabela 2.

**Tabela 2 - Investimento Inicial / Cenário otimista.**

<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>VALOR</b>
Máquinas e equipamentos	R\$ 164,90
Moveis e utensílios	R\$ 2.794,00
Material de Informática	R\$ 8.038,98
Smartphones	R\$ 2.798,00
<b>Total em Ativos operacionais</b>	<b>R\$ 13.795,88</b>
<b>Valor necessário até que a empresa atinja o PEC</b>	<b>R\$ 121.415,20</b>
<b>Total de Capital de Giro</b>	<b>R\$ 121.415,20</b>
<b>INVESTIMENTO TOTAL</b>	<b>R\$ 135.211,08</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

No cenário pessimista, o ponto de equilíbrio se encontra no mês 32 (tabela 3).

**Tabela 3** - Investimento Inicial / Cenário pessimista.

DESCRIÇÃO	VALOR
Máquinas e equipamentos	R\$ 164,90
Moveis e utensílios	R\$ 2.794,00
Material de Informática	R\$ 8.038,98
Smartphones	R\$ 2.798,00
<b>Total em Ativos operacionais</b>	<b>R\$ 13.795,88</b>
<b>Valor necessário até que a empresa atinja o PEC</b>	<b>R\$ 325.156,50</b>
<b>Total de Capital de Giro</b>	<b>R\$ 325.156,50</b>
<b>INVESTIMENTO TOTAL</b>	<b>R\$ 338.952,38</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

## 12.2. Custos Fixos

“Custo fixo é um gasto que se mantém igual independentemente da quantidade de produtos ou serviços vendidos. Quer a empresa venda mais, quer a empresa venda menos, os custos fixos permanecem os mesmos.” (NUBANK, 2022).

O Centro de Treinamento para Novos Talentos demonstra abaixo a projeção dos custos fixos que a empresa terá no último mês de cada ano no período de 5 (cinco) anos, começando no mês 01 até o mês 60 sem a necessidade de alteração em nenhum custo nos diferentes cenários demonstrados nas tabelas 1, 2 e 3.

**Tabela 4** - Despesa fixa mensal no 1º ano.

ANO 1		
CUSTO FIXOS	PREÇO AO MÊS	TOTAL NO ANO
Salários	R\$ 2.500,00	R\$ 30.000,00
Encargos sobre salários	R\$ 1.500,00	R\$ 18.000,00
Pró-labore dos sócios	R\$ 8.000,00	R\$ 96.000,00
Internet	R\$ 98,00	R\$ 1.176,00
Aluguéis	R\$ 1.700,00	R\$ 20.400,00
Energia Elétrica	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Telefone Fixo	R\$ 120,00	R\$ 1.440,00
Telefone Celular	R\$ 160,00	R\$ 1.920,00
Serviços Contabilidade	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Combustíveis	R\$ 560,00	R\$ 6.720,00
Manutenção de Veículos	R\$ 230,00	R\$ 2.760,00
Despesas diversas	R\$ 1.200,00	R\$ 14.400,00
Férias	R\$ 900,00	R\$ 10.800,00
13º salário	R\$ 3.000,00	R\$ 36.000,00
Licenças/Plataformas	R\$ 390,00	R\$ 390,00
Seguros		
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 20.958,00</b>	<b>R\$ 251.496,00</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

**Tabela 5** - Despesa fixa mensal no 2º ano.

ANO 2		
CUSTO FIXOS	PREÇO AO MÊS	TOTAL NO ANO
Salários	R\$ 3.575,00	R\$ 42.900,00
Encargos sobre salários	R\$ 2.145,00	R\$ 25.740,00
Pró-labore dos sócios	R\$ 11.440,00	R\$ 137.280,00
Internet	R\$ 140,14	R\$ 1.681,68
Aluguéis	R\$ 2.431,00	R\$ 29.172,00
Energia Elétrica	R\$ 429,00	R\$ 5.148,00
Telefone Fixo	R\$ 171,60	R\$ 2.059,20
Telefone Celular	R\$ 228,80	R\$ 2.745,60
Serviços Contabilidade	R\$ 429,00	R\$ 5.148,00
Combustíveis	R\$ 800,80	R\$ 9.609,60
Manutenção de Veículos	R\$ 328,90	R\$ 3.946,80
Despesas diversas	R\$ 1.716,00	R\$ 20.592,00
Férias	R\$ 1.287,00	R\$ 15.444,00
13º salário	R\$ 4.290,00	R\$ 51.480,00
Licenças/Plataformas	R\$ 429,00	R\$ 5.148,00
Seguros		
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 29.841,24</b>	<b>R\$ 358.094,88</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

**Tabela 6** - Despesa fixa mensal no 3º ano.

ANO 3		
CUSTO FIXOS	PREÇO AO MÊS	TOTAL NO ANO
Salários	R\$ 3.682,25	R\$ 44.187,00
Encargos sobre salários	R\$ 2.209,35	R\$ 26.512,20
Pró-labore dos sócios	R\$ 11.783,20	R\$ 141.398,40
Internet	R\$ 144,34	R\$ 1.732,13
Aluguéis	R\$ 2.503,93	R\$ 30.047,16
Energia Elétrica	R\$ 441,87	R\$ 5.302,44
Telefone Fixo	R\$ 176,75	R\$ 2.120,98
Telefone Celular	R\$ 235,66	R\$ 2.827,97
Serviços Contabilidade	R\$ 441,87	R\$ 5.302,44
Combustíveis	R\$ 824,82	R\$ 9.897,89
Manutenção de Veículos	R\$ 338,77	R\$ 4.065,20
Despesas diversas	R\$ 1.767,48	R\$ 21.209,76
Férias	R\$ 1.325,61	R\$ 15.907,32
13º salário	R\$ 4.418,70	R\$ 53.024,40
Licenças/Plataformas	R\$ 471,90	R\$ 5.662,80
Seguros		
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 30.766,51</b>	<b>R\$ 369.198,09</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

**Tabela 7** - Despesa fixa mensal no 4º ano.

ANO 4		
CUSTO FIXOS	PREÇO AO MÊS	TOTAL NO ANO
Salários	R\$ 3.774,31	R\$ 45.291,68
Encargos sobre salários	R\$ 2.264,58	R\$ 27.175,01
Pró-labore dos sócios	R\$ 12.077,78	R\$ 144.933,36
Internet	R\$ 147,95	R\$ 1.775,43
Aluguéis	R\$ 2.566,53	R\$ 30.798,34
Energia Elétrica	R\$ 452,92	R\$ 5.435,00
Telefone Fixo	R\$ 181,17	R\$ 2.174,00
Telefone Celular	R\$ 241,56	R\$ 2.898,67
Serviços Contabilidade	R\$ 452,92	R\$ 5.435,00
Combustíveis	R\$ 845,44	R\$ 10.145,34
Manutenção de Veículos	R\$ 347,24	R\$ 4.166,83
Despesas diversas	R\$ 1.811,67	R\$ 21.740,00
Férias	R\$ 1.358,75	R\$ 16.305,00
13º salário	R\$ 4.529,17	R\$ 54.350,01
Licenças/Plataformas	R\$ 519,09	R\$ 6.229,08
Seguros		
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 31.571,06</b>	<b>R\$ 378.852,75</b>

**Fonte:** os autores, 2022.



**Tabela 8** - Despesa fixa mensal no 5º ano.

ANO 5		
CUSTO FIXOS	PREÇO AO MÊS	TOTAL NO ANO
Salários	R\$ 3.849,79	R\$ 46.197,51
Encargos sobre salários	R\$ 2.309,88	R\$ 27.718,51
Pró-labore dos sócios	R\$ 12.319,34	R\$ 147.832,03
Internet	R\$ 150,91	R\$ 1.810,94
Aluguéis	R\$ 2.617,86	R\$ 31.414,31
Energia Elétrica	R\$ 461,98	R\$ 5.543,70
Telefone Fixo	R\$ 184,79	R\$ 2.217,48
Telefone Celular	R\$ 246,39	R\$ 2.956,64
Serviços Contabilidade	R\$ 461,98	R\$ 5.543,70
Combustíveis	R\$ 862,35	R\$ 10.348,24
Manutenção de Veículos	R\$ 354,18	R\$ 4.250,17
Despesas diversas	R\$ 1.847,90	R\$ 22.174,80
Férias	R\$ 1.385,93	R\$ 16.631,10
13º salário	R\$ 4.619,75	R\$ 55.437,01
Licenças/Plataformas	R\$ 571,00	R\$ 6.851,99
Seguros		
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 32.244,03</b>	<b>R\$ 386.928,13</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

### 12.3. Custo Variável

“Custo variável é um gasto que varia de acordo com a quantidade de produtos ou serviços vendidos. Se a empresa vender mais, portanto, os custos variáveis aumentam e vice-versa.” (NUBANK, 2021).

Na tabela 9 o Centro de Treinamento para Novos Talentos apresenta o custo variável unitário de acordo com o preço de venda do curso, o custo variável sobe à medida que a venda do curso é realizada. Na demonstração abaixo é possível visualizar o valor no último mês referente ao ano no cenário realista.

Ressaltamos que o preço inicial de venda unitária é de R\$ 350,00 e o custo variável unitário inicial é de R\$ 140,00.

**Tabela 9** - Custo Variável em um período de 5 anos.

Ano 1   Mês 12		
Curso Unitário	R\$	350,00
Variável Unitário	R\$	140,00
Qtd. Vendida		<b>346</b>
Ano 2   Mês 24		
Curso Unitário	R\$	423,50
Variável Unitário	R\$	184,80
Qtd. Vendida		<b>948</b>
Ano 3   Mês 36		
Curso Unitário	R\$	419,65
Variável Unitário	R\$	170,94
Qtd. Vendida		<b>2596</b>
Ano 4   Mês 48		
Curso Unitário	R\$	459,07
Variável Unitário	R\$	194,81
Qtd. Vendida		<b>4720</b>
Ano 5   Mês 60		
Curso Unitário	R\$	501,56
Variável Unitário	R\$	195,66
Qtd. Vendida		<b>4800</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

#### 12.4. Custo de Aquisições

O Centro de Treinamento para Novos Talentos apresenta na tabela 10 os itens que serão necessários para começar o projeto. Ressaltamos que o curso será na modalidade EAD, excluindo a necessidade de gastos com locações de imóveis.

Os valores estão de acordo com o presente momento com a possibilidade de sofrer alterações sem aviso prévio.

**Tabela 10** – Custo de Aquisição Inicial.

Itens	Quantidade	Valor	Total / Produto
Computador	2	R\$ 3.419,99	R\$ 6.839,98
Mesas	2	R\$ 549,00	R\$ 1.098,00
Cadeiras	2	R\$ 349,00	R\$ 698,00
Poltronas	2	R\$ 499,00	R\$ 998,00
Celulares	2	R\$ 1.399,00	R\$ 2.798,00
Impressora	1	R\$ 1.199,00	R\$ 1.199,00
Telefone	1	R\$ 164,90	R\$ 164,90
Total			<b>R\$ 13.795,88</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

## 12.5. Fluxo de Caixa

“O objetivo do Fluxo de Caixa é apurar o saldo disponível no momento e projetar o futuro, para que exista sempre capital de giro acessível tanto para o custeio da operação da empresa quanto para os investimentos em melhorias.” (SEBRAE, 2013).

Na tabela 11 demonstramos o saldo do último mês referente ao ano mencionado no cenário realista.

**Tabela 11** – Fluxo de Caixa no cenário realista.

Fluxo de Caixa	
Final ano 1	<b>-R\$ 178.696,00</b>
Final ano 2	<b>-R\$ 59.359,50</b>
Final ano 3	<b>R\$ 225.795,57</b>
Final ano 4	<b>R\$ 513.297,07</b>
Final ano 5	<b>R\$ 618.603,67</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

Na tabela 12 demonstramos o saldo do último mês referente ao ano mencionado no cenário otimista.

**Tabela 12** – Fluxo de Caixa no cenário otimista.

Fluxo de Caixa	
Final ano 1	<b>-R\$ 123.382,00</b>
Final ano 2	<b>R\$ 1.966,80</b>
Final ano 3	<b>R\$ 718.792,15</b>
Final ano 4	<b>R\$ 2.398.688,13</b>
Final ano 5	<b>R\$ 8.741.522,90</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

Na tabela 13 demonstramos o saldo do último mês referente ao ano mencionado no cenário pessimista.

**Tabela 13** – Fluxo de Caixa no cenário pessimista.

Fluxo de Caixa	
Final ano 1	<b>-R\$ 219.142,00</b>
Final ano 2	<b>-R\$ 106.014,50</b>
Final ano 3	<b>-R\$ 149.208,06</b>
Final ano 4	<b>R\$ 127.620,71</b>
Final ano 5	<b>R\$ 385.700,62</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

O Centro de Treinamento para Novos Talentos se encontra a disposição para demonstrar como foi realizado os cálculos para encontrarmos os valores descritos nos Fluxos de Caixas acima.

## 12.6. Demonstração de Resultado do Exercício (DRE)

“Demonstração do Resultado do Exercício, também conhecida como DRE, é um documento contábil de demonstração cujo objetivo é detalhar a formação do resultado líquido de um exercício pela confrontação das receitas, custos e despesas

de uma empresa, apuradas segundo o princípio contábil. Receitas e despesas devem ser incluídas na operação do resultado do período em que ocorrem.” (SEBRAE, 2017).

## 12.7. DRE do Cenário Realista

Diante as informações analisadas o Centro de Treinamento para Novos Talentos demonstra a projeção do DRE na tabela 14 até a tabela 18 referente aos 5 anos consecutivos no cenário realista com o *Payback* efetivo em 3 anos, 6 meses e 3 dias.

**Tabela 14 – DRE do cenário realista no 1º ano.**

2023		
Vendas Brutas	R\$	121.100,00
Deduções de Vendas	R\$	6.300,00
Vendas Líquidas	R\$	114.800,00
Custo Variável Total	R\$	48.440,00
Margem de Contribuição	R\$	66.360,00
Despesa Operacional	R\$	251.496,00
Lucro Operacional Líquido	R\$	185.136,00
Resultado Não Operacional		
Lucro antes dos Impostos	R\$	185.136,00
Impostos		
Lucro Líquido	R\$	185.136,00
<b>ROI</b>		<b>-73,51%</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

**Tabela 15** – DRE do cenário realista no 2º ano.

2024		
Vendas Brutas	R\$	388.041,50
Deduções de Vendas	R\$	23.282,49
Vendas Líquidas	R\$	364.759,01
Custo Variável Total	R\$	170.881,20
Margem de Contribuição	R\$	193.877,81
Despesa Operacional	R\$	271.127,20
Lucro Operacional Líquido	R\$	77.249,39
Resultado Não Operacional		
Lucro antes dos Impostos	R\$	77.249,39
Impostos		
Lucro Líquido	R\$	77.249,39
ROI		-30,67%

**Fonte:** os autores, 2022.

**Tabela 16** – DRE do cenário realista no 3º ano.

2025		
Vendas Brutas	R\$	1.031.996,35
Deduções de Vendas	R\$	61.919,78
Vendas Líquidas	R\$	970.076,57
Custo Variável Total	R\$	438.605,86
Margem de Contribuição	R\$	531.470,71
Despesa Operacional	R\$	364.307,56
Lucro Operacional Líquido	R\$	167.163,15
Resultado Não Operacional		
Lucro antes dos Impostos	R\$	167.163,15
Impostos		
Lucro Líquido	R\$	167.163,15
ROI		66,37%

**Fonte:** os autores, 2022.

**Tabela 17 – DRE do cenário realista no 4º ano.**

2026		
Vendas Brutas	R\$	2.098.516,00
Deduções de Vendas	R\$	335.762,56
Vendas Líquidas	R\$	1.762.753,44
Custo Variável Total	R\$	929.348,42
Margem de Contribuição	R\$	833.405,02
Despesa Operacional	R\$	398.031,95
Lucro Operacional Líquido	R\$	435.373,07
Resultado Não Operacional		
Lucro antes dos Impostos	R\$	435.373,07
Impostos		
Lucro Líquido	R\$	435.373,07
<b>ROI</b>		<b>172,87%</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

**Tabela 18 – DRE do cenário realista no 5º ano.**

2027		
Vendas Brutas	R\$	2.364.636,00
Deduções de Vendas	R\$	378.341,76
Vendas Líquidas	R\$	1.986.294,24
Custo Variável Total	R\$	927.644,00
Margem de Contribuição	R\$	1.058.650,24
Despesa Operacional	R\$	440.046,57
Lucro Operacional Líquido	R\$	618.603,67
Resultado Não Operacional		
Lucro antes dos Impostos	R\$	618.603,67
Impostos		
Lucro Líquido	R\$	618.603,67
<b>ROI</b>		<b>245,62%</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

## 12.8. DRE do Cenário Otimista

Da mesma forma, as informações coletadas serviram como base para analisarmos o DRE do cenário otimista do Centro de Treinamento para Novos Talentos na tabela 19 até a tabela 23 referentes aos 5 anos consecutivos com o *Payback* efetivo em 2 anos e 24 dias.

**Tabela 19** – DRE do cenário otimista no 1º ano.

2023		
Vendas Brutas	R\$	212.800,00
Deduções de Vendas	R\$	11.046,00
Vendas Líquidas	R\$	201.754,00
Custo Variável Total	R\$	85.120,00
Margem de Contribuição	R\$	116.634,00
Despesa Operacional	R\$	251.496,00
Lucro Operacional Líquido	R\$	134.862,00
Resultado Não Operacional		
Lucro antes dos Impostos	R\$	134.862,00
Impostos		
Lucro Líquido	R\$	134.862,00
ROI		-99,74%

**Fonte:** os autores, 2022.



**Tabela 20** – DRE do cenário otimista no 2º ano.

2024		
Vendas Brutas	R\$	699.660,50
Deduções de Vendas	R\$	41.979,63
Vendas Líquidas	R\$	657.680,87
Custo Variável Total	R\$	308.022,40
Margem de Contribuição	R\$	349.658,47
Despesa Operacional	R\$	271.127,20
Lucro Operacional Líquido	R\$	78.531,27
Resultado Não Operacional		
Lucro antes dos Impostos	R\$	78.531,27
Impostos		
Lucro Líquido	R\$	78.531,27
ROI		58,08%

**Fonte:** os autores, 2022.

**Tabela 21** – DRE do cenário otimista no 3º ano.

2025		
Vendas Brutas	R\$	1.892.544,50
Deduções de Vendas	R\$	113.552,67
Vendas Líquidas	R\$	1.778.991,83
Custo Variável Total	R\$	803.926,20
Margem de Contribuição	R\$	975.065,63
Despesa Operacional	R\$	364.307,56
Lucro Operacional Líquido	R\$	610.758,07
Resultado Não Operacional		
Lucro antes dos Impostos	R\$	610.758,07
Impostos		
Lucro Líquido	R\$	610.758,07
ROI		451,71%

**Fonte:** os autores, 2022.

**Tabela 22** – DRE do cenário otimista no 4º ano.

2026		
Vendas Brutas	R\$	6.051.141,25
Deduções de Vendas	R\$	968.182,60
Vendas Líquidas	R\$	5.082.958,65
Custo Variável Total	R\$	2.636.117,33
Margem de Contribuição	R\$	2.446.841,32
Despesa Operacional	R\$	398.031,95
Lucro Operacional Líquido	R\$	2.048.809,37
Resultado Não Operacional		
Lucro antes dos Impostos	R\$	2.048.809,37
Impostos		
Lucro Líquido	R\$	2.048.809,37
<b>ROI</b>		<b>1515,27%</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

**Tabela 23** – DRE do cenário otimista no 5º ano.

2027		
Vendas Brutas	R\$	19.023.103,03
Deduções de Vendas	R\$	3.043.696,48
Vendas Líquidas	R\$	15.979.406,55
Custo Variável Total	R\$	6.797.837,08
Margem de Contribuição	R\$	9.181.569,47
Despesa Operacional	R\$	440.046,57
Lucro Operacional Líquido	R\$	8.741.522,90
Resultado Não Operacional		
Lucro antes dos Impostos	R\$	8.741.522,90
Impostos		
Lucro Líquido	R\$	8.741.522,90
<b>ROI</b>		<b>6465,09%</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

## 12.9. DRE do Cenário Pessimista

Aproveitando os dados analisados, também foi possível realizar o DRE do Cenário pessimista dos 5 anos consecutivos com o *Payback* efetivo de 4 anos e 26 dias na tabela 24 até a tabela 29.

**Tabela 24** – DRE do cenário pessimista no 1º ano.

2023		
Vendas Brutas	R\$	54.250,00
Deduções de Vendas	R\$	2.856,00
Vendas Líquidas	R\$	51.394,00
Custo Variável Total	R\$	21.700,00
Margem de Contribuição	R\$	29.694,00
Despesa Operacional	R\$	251.496,00
Lucro Operacional Líquido	R\$	221.802,00
Resultado Não Operacional		
Lucro antes dos Impostos	R\$	221.802,00
Impostos		
Lucro Líquido	R\$	221.802,00
ROI		-65,44%

**Fonte:** os autores, 2022.

**Tabela 25** – DRE do cenário pessimista no 2º ano.

2024		
Vendas Brutas	R\$	149.226,00
Deduções de Vendas	R\$	8.953,56
Vendas Líquidas	R\$	140.272,44
Custo Variável Total	R\$	65.830,80
Margem de Contribuição	R\$	74.441,64
Despesa Operacional	R\$	271.127,20
Lucro Operacional Líquido	R\$	196.685,56
Resultado Não Operacional		
Lucro antes dos Impostos	R\$	196.685,56
Impostos		
Lucro Líquido	R\$	196.685,56
<b>ROI</b>		<b>-58,03%</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

**Tabela 26** – DRE do cenário pessimista no 3º ano.

2025		
Vendas Brutas	R\$	376.761,00
Deduções de Vendas	R\$	22.605,66
Vendas Líquidas	R\$	354.155,34
Custo Variável Total	R\$	160.252,40
Margem de Contribuição	R\$	193.902,94
Despesa Operacional	R\$	364.307,56
Lucro Operacional Líquido	R\$	170.404,62
Resultado Não Operacional		
Lucro antes dos Impostos	R\$	170.404,62
Impostos		
Lucro Líquido	R\$	170.404,62
<b>ROI</b>		<b>-50,27%</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

**Tabela 27** – DRE do cenário pessimista no 4º ano.

2026		
Vendas Brutas	R\$	1.150.801,48
Deduções de Vendas	R\$	184.128,24
Vendas Líquidas	R\$	966.673,24
Custo Variável Total	R\$	501.801,30
Margem de Contribuição	R\$	464.871,94
Despesa Operacional	R\$	398.031,95
Lucro Operacional Líquido	R\$	66.839,99
Resultado Não Operacional		
Lucro antes dos Impostos	R\$	66.839,99
Impostos		
Lucro Líquido	R\$	66.839,99
<b>ROI</b>		<b>19,72%</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

**Tabela 28** – DRE do cenário pessimista no 5º ano.

2027		
Vendas Brutas	R\$	1.844.416,08
Deduções de Vendas	R\$	295.106,57
Vendas Líquidas	R\$	1.549.309,51
Custo Variável Total	R\$	723.562,32
Margem de Contribuição	R\$	825.747,19
Despesa Operacional	R\$	440.046,57
Lucro Operacional Líquido	R\$	385.700,62
Resultado Não Operacional		
Lucro antes dos Impostos	R\$	385.700,62
Impostos		
Lucro Líquido	R\$	385.700,62
<b>ROI</b>		<b>113,79%</b>

**Fonte:** os autores, 2022.

### 12.10 Ponto de Equilíbrio e Viabilidade do Serviço

“O ponto de equilíbrio é um indicador de segurança do negócio. É ele que mostra o quanto é necessário vender para que as receitas se igualem aos custos. Ele

indica em que momento, a partir das projeções de vendas do empreendedor, a empresa igualará suas receitas e seus custos.” (SEBRAE, 2014).

Conforme citado na Tabela 1 que explica e analisa o investimento inicial no cenário realista, ressaltamos que o ponto de equilíbrio do Centro de Treinamento para Novos Talentos ocorre em 20 meses, sendo necessário a venda de 80 cursos. No mês 20 é alcançado um total de 86 vendas.

**Tabela 29** - Ponto de equilíbrio do 2ºano no cenário realista.

Mês	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	Total/Ano
Curso	46	50	55	60	66	72	79	86	94	103	113	124	948
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Preço	385,00	385,00	385,00	385,00	385,00	385,00	423,50	423,50	423,50	423,50	423,50	423,50	
Custo	154,00	154,00	154,00	154,00	154,00	154,00	184,80	184,80	184,80	184,80	184,80	184,80	

**Fonte:** os autores, 2022.

Demonstramos na tabela 30 a estimativa do retorno no cenário realista em um período de 5 anos.

**Tabela 30** – ROI no cenário realista em um período de 5 anos.

ROI - Centro de Treinamentos para Novos Talentos (Realista)					
Ano	2023	2024	2025	2026	2027
%	-73,51%	-30,67%	66,37%	172,87%	245,62%

**Fonte:** os autores, 2022.

## 12.11. Conclusão

Diante desse cenário, concordamos que o projeto do Centro de Treinamento para Novos Talentos é viável porque são necessários apenas 20 meses para atingir o ponto de equilíbrio, sendo assim a venda de 86 cursos, além disso, o ROI no cenário realista é atingido no período de 2 anos.

### 13. Itens Desconsiderados e não avaliados

O Centro de Treinamento para Novos Talentos desconsiderou a ideia inicial de ter a modalidade de aulas presenciais e junto a ela o espaço físico, esse fator foi relevante para diminuir os custos do nosso plano financeiro, porque além de diminuir os custos com o aluguel, evitamos gastos com funcionários como recepcionistas e mais professores. O CTNT também desconsiderou a ideia de ter turnos diferentes porque as aulas serão de forma online e com isso optamos por ter apenas um professor no nosso quadro de funcionários.

Com isso, decidimos que a venda dos cursos será realizada para empresas e pessoas com interesse em se desenvolver na área de *Customer Service*, trazendo a possibilidade de os funcionários das empresas contratantes assistirem as aulas da própria empresa ou da sua residência, assim como as demais pessoas interessadas no curso.

Não avaliamos a aceitação e viabilidade do nosso projeto em outros estados, conforme mencionado anteriormente, queremos consolidar o nosso negócio na região de Cotia e na Capital de São Paulo, mas não descartamos a expansão do projeto no futuro.

O CTNT não desconsidera a possibilidade de expandir o tema do nosso curso, temos uma ênfase inicial em *Customer Service*, mas pretendemos atender as necessidades das empresas e ampliar o nosso portfólio a partir dessas propostas.

## 14. Referências Bibliográficas

A GAZETA. **O desemprego e seus efeitos devastadores, da economia à saúde. 2021.** Disponível em: <https://www.agazeta.com.br/artigos/o-desemprego-e-seus-efeitos-devastadores-da-economia-a-saude-0521> Acesso em: 25 set 2021

ADMINISTRADORES. COM. **Canvas: o que é e para que serve? 2019.** Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/canvas-o-que-e-e-para-que-serve> Acesso em: 25 set 2021.

AGÊNCIA BRASIL – EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. **Jovens entram cada vez mais cedo no mercado de trabalho, diz pesquisa. 2003.** Disponível em: <http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2003-02-16/jovens-entram-cada-vez-mais-cedo-no-mercado-de-trabalho-diz-pesquisa> Acesso em: 22 set 2021.

AGÊNCIA IBGE NOTÍCIAS IBGE. **Desemprego mantém recorde de 14,7% no trimestre encerrado em abril. 2021.** Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/31050-desemprego-mantem-recorde-de-14-7-no-trimestre-encerrado-em-abril> Acesso em: 22 set 2021.

AGÊNCIA IBGE NOTÍCIAS IBGE. **Mais de 40 milhões de pessoas gostariam de fazer qualificação profissional, mas apenas 3,4 milhões frequentavam esse tipo de curso em 2014. 2017.** Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/9427-mais-de-40-milhoes-de-pessoas-gostariam-de-fazer-qualificacao-profissional-mas-apenas-3-4-milhoes-frequentavam-esse-tipo-de-curso-em-2014> Acesso em: 26 set 2021.

AGÊNCIA IBGE NOTÍCIAS IBGE. **PIB fica em -0,1% no 2º trimestre de 2021. 2021.** Disponível em: < <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/31494-pib-fica-em-0-1-no-2-trimestre-de-2021> > Acesso em: 25 set 2021.

AMPLIAR SECOVI – SP. **Aumenta a procura de cursos online durante a pandemia. Você já escolheu o seu? 2021.** Disponível em: <https://ampliar.org.br/crescimento-de-cursos-online/> Acesso em: 25 set 2021.



CAMP PINHEIROS. **Seja nosso apoiador (sem data).** Disponível em: [https://www.campustalentos.org.br/?gclid=CjwKCAjwq9mLBhB2EiwAuYdMtfTEL0MTGcVWq\\_VUEdFbEQJiXAxocZ2EnBU5DmSryoRkQFzh4tQU-xoC3jAQAvD\\_BwE](https://www.campustalentos.org.br/?gclid=CjwKCAjwq9mLBhB2EiwAuYdMtfTEL0MTGcVWq_VUEdFbEQJiXAxocZ2EnBU5DmSryoRkQFzh4tQU-xoC3jAQAvD_BwE)

Acesso em: 25 out 2021.

CASASBAHIA - **Cadeira de Escritório Cosco Home Niagara Giratória com Regulagem de Altura – Preto.** (sem data). Disponível em: <https://www.casasbahia.com.br/cadeira-de-escritorio-cosco-home-niagara-giratoria-com-regulagem-de-altura-preto/p/55015697> Acesso em: 02 mar 2022.

CASASBAHIA - **Mesa de Escritório Politorno Espanha com 2 Portas e 3 gavetas.** (sem data). Disponível em: <https://www.casasbahia.com.br/Mesa-de-Escritorio-Politorno-Espanha-com-2-Portas-e-3-gavetas/p/239991> Acesso em: 02 mar 2022.

CASASBAHIA - **Smartphone Motorola Moto G10 Cinza Aurora 64GB, 4GB Ram, Tela de 6.5”, Câmera Traseira Quádrupla, Android 11 e Processador Qualcomm 460 Octa-Core.** (sem data). Disponível em: <https://www.casasbahia.com.br/Telefones-Celulares/Smartphones/Android/smartphone-motorola-moto-g10-cinza-aurora-64gb-4gb-ram-tela-de-6-5-camera-traseira-quadrupla-android-11-e-processador-qualcomm-460-octa-core-55019913.html?IdSku=55019913> Acesso em: 02 mar 2022.

CASASBAHIA - **Telefone com Fio Intelbras TC 60 ID com Identificação de Chamadas e Viva-Voz – Preto.** (sem data). Disponível em: <https://www.casasbahia.com.br/Telefones-Celulares/TelefoniaFixa/Telefonescomfio/telefone-com-fio-intelbras-tc-60-id-com-identificacao-de-chamadas-e-viva-voz-preto-825173.html?IdSku=825173> Acesso em: 02 mar 2022.

CENTRO DE TREINAMENTO PARA NOVOS TALENTOS. **Treinamento personalizado de Customer Service.** (sem data). Disponível em: < <https://sites.google.com/view/customerservicetreinamentos/in%C3%ADcio> > Acesso em: 01 jun 2022.

CEPRO. 2022. Disponível em: < <https://www.cepro.org.br/Site/sobre-cepro.aspx> > Acesso em: 24 mar 2022.

CNJ – CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA. **Projetos inovadores ressocializam jovens em conflito com a Lei. 2018** Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/projetos-inovadores-ressocializam-jovens-em-conflito-com-a-lei/> Acesso em: 1 out 2021.

CNN BRASIL - **Graduação a distância: número de alunos sobe 378% em 10 anos no Brasil. 2020.** Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/numero-de-alunos-em-graduacoes-a-distancia-no-brasil-salta-378-em-uma-decada/> Acesso em: 15 jun 2022.

CNN BRASIL. **Pesquisa aponta recorde de jovens fora do mercado de trabalho durante a pandemia. 2021.** Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/pesquisa-aponta-recorde-de-jovens-fora-do-mercado-de-trabalho-durante-pandemia/> Acesso em: 25 set 2021.

ComSchool. 2022. Disponível em: <<https://www.comschool.com.br/quem-somos>> Acesso em: 24 mar 2022.

EAD FAESA – CENTRO UNIVERSITÁRIO. **Conheça as profissões em alta em 2022 e pós-pandemia. 2020** Disponível em: <https://ead.faesa.br/blog/profissoes-alta-2021-pandemia> Acesso em: 4 nov 2021.

EDUCAÇÃO PÚBLICA. **Resenha do artigo “A aquisição da escrita: teoria, reflexão e aplicação”. 2021.** Disponível em: <https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/21/42/resenha-do-artigo-ra-aquisicao-da-escrita-teoria-reflexao-e-aplicacao> Acesso em: 19 out 2021.

ÉPOCA NEGÓCIOS. **CURSO A DISTÂNCIA TEM MAIOR ADESÃO DO QUE PRESENCIAL NO BRASIL PELA 1ª vez. 2022.** Disponível em <https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2022/02/epoca-negocios-curso-a-distancia-tem-maior-adesao-do-que-presencial-no-brasil-pela-1a-vez.html> Acesso em: 06 abr 2022.

ESP – ESCOLA SÃO PELEGRINO. **ENTENDA 4 DIFERENÇAS ENTRE CURSOS PROFISSIONALIZANTES E TÉCNICOS. 2020.** Disponível em: <https://blog.escolasaopelegrino.com.br/entenda-4-diferencas-entre-cursos-profissionalizantes-e-tecnicos/> Acesso em: 22 set 2021.

**EVOLUA. A história do ensino profissionalizante no Brasil. 2016.** Disponível em: <https://ensinointerativo.com.br/historia-ensino-profissionalizante-interativo-no-brasil/>  
Acesso em: 30 out 2021.

**EXAME - Por atender mal, empresas perdem clientes e US\$ 217 bilhões. 2016.** Disponível em: <https://exame.com/negocios/por-atender-mal-empresas-perdem-clientes-e-us-217-bilhoes/> Acesso em: 15 jun 2022.

**FGV SOCIAL. Juventudes, Educação e Trabalho: Impactos da Pandemia nos Nem-Nem. 2021.** Disponível em: <https://www.cps.fgv.br/cps/NemNem/> Acesso em 25 set 2021.

**FLOORPLANNER. 2D & 3D floorplans fast and easy!. (sem data).** Disponível em: <https://floorplanner.com/> Acesso em: 13 abr 2022.

**G1 ECONOMIA - Desemprego fica estável em 11,1% no 1º trimestre e atinge quase 12 milhões, diz IBGE. 2022.** Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/04/29/desemprego-fica-em-111percent-no-1o-trimestre-diz-ibge.ghtml> Acesso em: 15 jun 2022.

**GLOBO – G1. 30% dos jovens do município de São Paulo estão desempregados, diz pesquisa. 2019.** Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/10/29/30percent-dos-jovens-da-capital-paulista-estao-desempregados-diz-pesquisa.ghtml> Acesso em: 1 out 2021.

**GLOBO – G1. 67,7% dos jovens infratores em SP não frequentavam a escola quando foram detidos pela última vez. 2018.** Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2018/08/15/677-dos-jovens-infratores-em-sp-nao-frequentavam-a-escola-quando-foram-detidos-pela-ultima-vez.ghtml> Acesso em: 1 out 2021.

**GLOBO – G1. Como abrir um curso profissionalizante. 2021.** Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/centro-oeste/especial-publicitario/nochalks/nochalks-plataforma-ead-e-lms/noticia/2021/08/05/como-abrir-um-curso-profissionalizante.ghtml> Acesso em: 22 set 2021

**GLOBO – G1. Desemprego sobe para 14,7% no 1º trimestre e atinge recorde de 14,8 milhões de brasileiros. 2021.** Disponível em:

<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/05/27/desemprego-atinge-147percent-no-1o-trimestre-diz-ibge.ghtml> Acesso em: 22 set 2021.

GLOBO – G1. **Ensino remoto na pandemia: os alunos ainda sem internet ou celular após um ano de aulas à distância. 2021.** Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2021/05/03/ensino-remoto-na-pandemia-os-alunos-ainda-sem-internet-ou-celular-apos-um-ano-de-aulas-a-distancia.ghtml>

Acesso em: 25 set 2021.

GLOBO – G1. **Quase 40% dos alunos de escolas públicas não têm computador ou tablet em casa, aponta estudo. 2020.** Disponível em: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/2020/06/09/quase-40percent-dos-alunos-de-escolas-publicas-nao-tem-computador-ou-tablet-em-casa-aponta-estudo.ghtml>

Acesso em: 22 set 2021.

GOV – MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Ministério da Educação divulga dados da educação profissional. 2019.** Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/ultimas-noticias/209-564834057/74611-mec-divulga-dados-da-educacao-profissional> Acesso em: 26 set 2021.

GOV – MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Pesquisa revela dados sobre tecnologias nas escolas. 2021.** Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/assuntos/noticias/censo-escolar/pesquisa-revela-dados-sobre-tecnologias-nas-escolas> Acesso em: 22 set 2021.

IMPACTA. 2022. Disponível em: [https://www.impacta.com.br/?gclid=CjwKCAjwrfCRBhAXEiwAnkmKmefZwTH8lxT0WljtVYxCpXwT5Brn5Tlt8a4KqXux3gyhDGGeNivd1RoCdCAQAvD\\_BwE](https://www.impacta.com.br/?gclid=CjwKCAjwrfCRBhAXEiwAnkmKmefZwTH8lxT0WljtVYxCpXwT5Brn5Tlt8a4KqXux3gyhDGGeNivd1RoCdCAQAvD_BwE) Acesso em: 24 mar 2022.

INFO NET – O QUE É NOTÍCIA EM SERGIPE. **Cresce procura por cursos profissionalizantes no país. 2021.** Disponível em: <https://infonet.com.br/noticias/educacao/cresce-procura-por-cursos-profissionalizantes-no-pais/> Acesso em: 26 set 2021.

INSTITUTO PROA - Transforme o seu futuro! Conquiste o seu primeiro emprego, SEJA PROANE. **(sem data).** Disponível em: <https://www.proa.org.br/> Acesso em: 15 jun 2022.

JORNAL COTIA AGORA. **Falta trabalho para 27,6 milhões de pessoas no país, aponta IBGE. 2018.** Disponível em:

<https://www.jornalcotiaagora.com.br/tag/emprego/> Acesso em: 1 out 2021.

LENOVO - **Notebook IdeaPad 3i (15" Intel).** (sem data). Disponível em:

<https://www.lenovo.com/br/pt/laptops/ideapad/serie-300/IdeaPad-3i-15-inch-Intel/p/82BSS00200> Acesso em: 02 mar 2022.

MOVPLAN – TECNOLOGIA E INOVAÇÃO. **Entenda a importância da tecnologia em sala de aula. 2020.** Disponível em: <https://movplan.com.br/blog/tecnologia-em-sala-de-aula/> Acesso em: 10 out 2021.

NUBANK. O que é custo fixo e variável? Entenda a diferença. 2021. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/custo-fixo-e-variavel/> Acesso em: 10 jun 2022.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. **Emprego Juvenil. 2016.** Disponível em: <https://www.ilo.org/brasilia/temas/emprego/lang--pt/index.html> Acesso em: 27 set 2021.

PODER 360. **Brasil tem 14,4 milhões desempregados e taxa de desocupação de 14,1%. 2021.** Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/brasil-tem-144-milhoes-desempregados-e-taxa-de-desocupacao-de-141/> Acesso em: 4 nov 2021.

PODER 360. **Desemprego atinge 31,4% dos jovens no Brasil, diz IBGE. 2020.** Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/desemprego-atinge-314-dos-jovens-no-brasil-diz-ibge/> Acesso em: 27 set 2021.

PONTO FRIO - **Multifuncional Tanque de Tinta Canon Mega Tank G4110 Wireless - Impressora, Copiadora, Scanner e Fax.** (sem data). Disponível em: [https://www.pontofrio.com.br/multifuncional-tanque-de-tinta-canon-mega-tank-g4110-wireless-impressora-copiadora-scanner-e-fax-55008613/p/55008613?utm\\_medium=cpc&utm\\_source=GP\\_PLA&IdSku=55008613&idLojista=16&tipoLojista=1P&utm\\_campaign=gg\\_pmax\\_core\\_info&gclid=Cj0KCQjwwJuVBhCAARIsAOPwGARrislcuz-BRNjUItC0xKeBLOsR9YrAVx4SO6c\\_LxxLMRz5\\_KHxhDUaAlxOEALw\\_wcB](https://www.pontofrio.com.br/multifuncional-tanque-de-tinta-canon-mega-tank-g4110-wireless-impressora-copiadora-scanner-e-fax-55008613/p/55008613?utm_medium=cpc&utm_source=GP_PLA&IdSku=55008613&idLojista=16&tipoLojista=1P&utm_campaign=gg_pmax_core_info&gclid=Cj0KCQjwwJuVBhCAARIsAOPwGARrislcuz-BRNjUItC0xKeBLOsR9YrAVx4SO6c_LxxLMRz5_KHxhDUaAlxOEALw_wcB) Acesso em: 02 mar 2022.

PREFEITURA DE COTIA. **COTIA AVANÇA EM OPORTUNIDADES NA EDUCAÇÃO ENTRE 2015 E 2021, APONTA IOEB. 2021.** Disponível em: <https://cotia.sp.gov.br/noticia/3452/cotia-avanca-em-oportunidades-na-educacao-entre-2015-e-2021-aponta-ioeb> Acesso em: 29 out 2021.

Presidência da República. LEI No 10.097, DE 19 DE DEZEMBRO DE 2000. Disponível em: < [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L10097.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L10097.htm) > Acesso em: 24 mar 2022.

QUERO BOLSA. **Educação ambiental nas escolas: por que ela deve ser implementada? 2020.** Disponível em: <https://querobolsa.com.br/revista/educacao-ambiental-nas-escolas-por-que-ela-deve-ser-implementada> Acesso em: 25 set. 2021.

RADIO AGÊNCIA NACIONAL. **Pesquisa aponta que os jovens são os mais afetados pelo desemprego. 2021.** Disponível em: < <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2021-08/pesquisa-aponta-que-os-jovens-sao-os-mais-afetados-pelo-desemprego> > Acesso em 21 out 2021.

REDE BRASIL ATUAL. **Taxa de desemprego na região metropolitana de São Paulo fica estável, mas em nível alto. 2019.** Disponível em <https://www.redebrasilatual.com.br/economia/2019/06/taxa-de-desemprego-na-regiao-metropolitana-de-sao-paulo-fica-estavel-mas-em-nivel-alto/> Acesso em: 1 out 2021.

RIO BRANCO – CEPRO. **Inclusão social. Realização de sonhos. Fortalecimento da autoestima. Formação de excelência para o mundo do trabalho. (sem data).** Disponível em: <https://www.cepro.org.br/Site/sobre-cepro.aspx> Acesso em: 4 nov 2021.

RIO BRANCO - CEPRO. **Sobre o Cepro. (sem data).** Disponível em: <https://www.cepro.org.br/Site/sobre-cepro.aspx#diferenciais> Acesso em: 25 out 2021.

SCIELO. **Jovens em situação de pobreza, vulnerabilidades sociais e violências. 2002.** Disponível em: Cadernos de Pesquisa, p. 143 – 176 < <https://www.scielo.br/j/cp/a/TvShMLYjsKJ8FDZfbBVrMKN/?format=pdf&lang=pt> > Acesso em: 29 out 2021

SCIELO. **Perspectivas atuais da educação. 2000.** Disponível em: <https://www.scielo.br/j/spp/a/hbD5jkw8vp7MxKvfvLHsW9D/?lang=pt> Acesso em: 19 out 2021.

SEBRAE - **Como fazer um demonstrativo de resultados. 2017.** Disponível em: < <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-fazer-um-demonstrativo-de-resultados,48f3ace85e4ef510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 13 jun 2022.

SEBRAE - **O que é o fluxo de caixa e como aplicá-lo no seu negócio. 2013.** Disponível em: < <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/fluxo-de-caixa-o-que-e-e-como-implantar,b29e438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Acesso em: 13 jun 2022.

SEBRAE - **Ponto de equilíbrio: ferramenta para manter seu negócio seguro. 2014.** Disponível em: < <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosFinancas/ponto-de-equilibrio,67ca5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em: 13 jun 2022.

TERRA. **Cursos profissionalizantes reduzem chance de desemprego na pandemia. 2021.** Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/cursos-profissionalizantes-reduzem-chance-de-desemprego-nnapandemia,d53d7192b694d6f478bda7cab125cf4fik2iqgud.html> Acesso em: 22 set 2021.

TOTVS. **Planejamento financeiro: o que é, importância e dicas. 2021.** Disponível em: <https://www.totvs.com/blog/servicos-financeiros/planejamento-financeiro/> Acesso em: 10 jun 2022.

Udemy, 2022. Disponível em: < <https://about.udemy.com/pt-br/>> Acesso em: 24 mar 2022.

UOL – MUNDO EDUCAÇÃO. **O mercado de trabalho está cada vez mais exigindo qualificação, por isso, houve um crescimento na procura do ensino profissionalizante. (sem data).** Disponível em:

<https://mundoeducacao.uol.com.br/educacao/ensino-profissionalizante.htm>

Acesso

em: 26 set 2021.