

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO

**PROJETO DE VIABILIDADE ECONÔMICO FINANCEIRA DE UM
SERVIÇO DE INFORMAÇÃO DE ANTECEDENTES AO
EMPREGADOR**

EDUARDO HAVERROTH MACIEL

Florianópolis, junho de 2001

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO
COORDENADORIA DE ESTÁGIOS

**PROJETO DE VIABILIDADE ECONÔMICO FINANCEIRA DE UM
SERVIÇO DE INFORMAÇÃO DE ANTECEDENTES AO
EMPREGADOR**

EDUARDO HAVERROTH MACIEL

Orientado por:
GERSON RIZZATTI

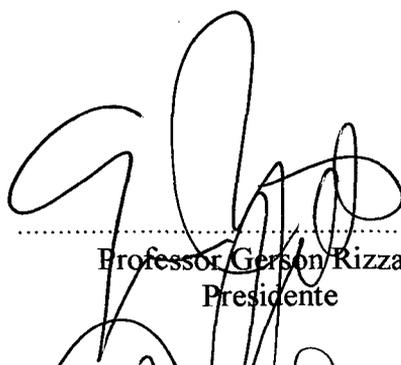
Co-orientador:
SINÉSIO STEFANO DUBIELA OSTROSKI

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO:
Administração geral
Recursos humanos

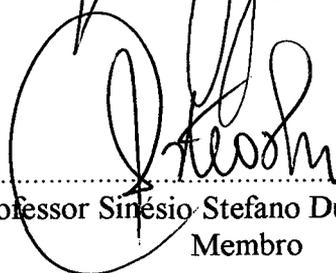
Florianópolis, abril de 2001.

Este trabalho de Conclusão de Estágio foi apresentado e julgado perante a banca examinadora que atribuiu nota 8,5 ao aluno Eduardo Haverroth Maciel, na disciplina Estágio Supervisionado – CAD 5401.

Banca Examinadora



Professor Gerson Rizzatti,
Presidente



Professor Sinésio Stefano Dubiela Ostroski
Membro



Professor Pedro Carlos Schenini
Membro

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família, principalmente aos meus Pais, pelo carinho, compreensão e apoio dedicados a mim ao longo deste curso.

Agradeço ao professor Gerson Rizzatti pela orientação e dedicação durante a realização deste projeto, assim como a todo o corpo docente desta instituição de ensino.

E principalmente a Deus, que me concedeu a graça da perseverança, dedicação e coragem, para tornar isso tudo possível.

MUITO OBRIGADO!

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS.....	4
LISTA DE ANEXOS.....	9
LISTA DE TABELAS.....	10
LISTA DE GRÁFICOS.....	11
LISTA DE QUADROS.....	12
SINOPSE.....	13
INTRODUÇÃO.....	14
1.1 Caracterização do empreendimento.....	14
1.2 Tema Problema.....	14
1.3 Justificativa.....	15
1.3.1 Importância.....	15
1.3.2 Oportunidade.....	15
1.3.3 Viabilidade.....	15
2. OBJETIVOS.....	17
2.1 Objetivo geral.....	17
2.2 Objetivos Específicos.....	17
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
3.1 Empreendedorismo.....	18
3.2 O estudo de viabilidade.....	20
3.3 Aspectos mercadológicos.....	20
3.3.1 Mercado consumidor.....	21
3.3.2 Mercado concorrente.....	21
3.3.3 Mercado fornecedor.....	22
3.3.4 Pesquisa de mercado.....	23
3.3.5 Estratégia de marketing.....	24
3.4 Aspectos jurídicos e legais.....	25

3.4.1	Aspectos jurídicos.....	25
3.4.2	Aspectos legais.....	26
3.5	Aspectos técnicos.....	26
3.5.1	Processo produtivo.....	26
3.5.2	Localização.....	27
3.5.3	Layout.....	27
3.6	Aspectos administrativos.....	28
3.6.1	Tipo de estrutura.....	28
3.6.1	Terceirização.....	30
3.7	Aspectos ambientais.....	32
3.8	Aspectos financeiros.....	32
3.8.1	Investimento.....	32
3.8.2	Financiamento.....	33
3.8.3	Receitas.....	34
3.8.4	Custo X Despesas.....	34
3.8.5	Depreciação.....	35
3.8.6	Análise do Risco.....	35
3.8.7	Ponto de equilíbrio.....	36
3.8.8	Técnicas de análise de alternativas de investimento.....	37
4	METODOLOGIA.....	39
4.1	Tipo de pesquisa.....	39
4.2	Estudo do mercado consumidor.....	39
4.2.1	Metodologia aplicada na pesquisa.....	39
4.2.2	Amostragem.....	40
4.3	Estudo do mercado concorrente.....	41
4.4	Estudo dos aspectos jurídico/legais, técnico, administrativo e financeiro.....	41

5	ASPECTOS MERCADOLÓGICOS.....	42
5.2	O Mercado.....	42
5.2	Mercado consumidor.....	42
5.2.1	Considerações sobre a pesquisa.....	59
5.3	Estratégia de Marketing.....	61
5.4	Mercado concorrente.....	61
5.5	Mercado fornecedor.....	61
5.6	A marca.....	62
6	ASPECTOS JURÍDICOS E LEGAIS.....	64
6.2	Tipo de sociedade.....	64
6.3	Caracterização da empresa.....	65
6.4	Etapas para registro de Sociedade por Cotas de Responsabilidade Limitada.....	66
7	ASPECTOS TÉCNICOS.....	67
7.2	Processo produtivo.....	67
7.3	Equipamentos.....	68
7.4	Localização.....	69
7.5	Layout.....	70
8	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	71
8.2	A estrutura organizacional.....	71
9	ASPECTOS AMBIENTAIS.....	72
10	ASPECTOS FINANCEIROS.....	73
10.2	Financiamento.....	73
10.3	Investimento.....	73
10.4	Investimentos fixos.....	73
10.5	Depreciação.....	75
10.6	Estrutura de custos.....	76

10.7	Investimentos iniciais.....	78
10.8	Composição da receita operacional.....	79
10.9	Resultado Operacional.....	80
11	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	81
11.2	Conclusão.....	81
11.3	Recomendações.....	81
12	REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA.....	82
	ANEXOS.....	85

LISTA DE ANEXOS

Anexo 01 – Questionário

Anexo 02 – Contrato Social e Roteiro de firma individual

Anexo 03 – Modelo de resultado da pesquisa

Anexo 04 – Certidão do Fórum da Capital

Anexo 05 – Certidão do Fórum Regional do Estreito

Anexo 06 – Certidão do Tribunal Regional do Trabalho

Anexo 07 – Certidão do Sistema de Proteção ao Cheque

Anexo 08 – Modelo de panfleto

Anexo 09 – Modelo de ficha de coleta de dados e cadastro

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 -	Perfil: segundo o sexo.....	43
Tabela 02 -	Perfil: segundo a faixa etária.....	44
Tabela 03 -	Perfil: segundo o estado civil.....	45
Tabela 04 -	Perfil: segundo a renda familiar.....	46
Tabela 05 -	Perfil: segundo a principal atividade.....	47
Tabela 06 -	Perfil: segundo o número de empregados que possui em casa.....	48
Tabela 07 -	Perfil: segundo o número de empregados que possui no setor de atuação.....	49
Tabela 08 -	Perfil: segundo a obtenção de referências de seus empregados antes de contratar.....	50
Tabela 09 -	Perfil: segundo o número de contratações realiza em média por ano.....	51
Tabela 10 -	Perfil: segundo a admissão de um empregado que possua antecedentes criminais.....	52
Tabela 11 -	Perfil: segundo a admissão de um empregado que possua antecedentes trabalhistas.....	53
Tabela 12 -	Perfil: segundo a admissão de um empregado que possua antecedentes civis.....	54
Tabela 13 -	Perfil: segundo a admissão de um empregado que possua dívidas protestadas em cartório.....	55
Tabela 14 -	Perfil: segundo a necessidade de efetuar demissão em virtude de ato lesivo (furto, ameaça, agressão, descuido com equipamentos) praticado pelo empregado contra o empregador ou seu patrimônio.....	56
Tabela 15 -	Perfil: segundo o quanto pagaria por uma informação confiável a esse respeito.....	57

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 - Perfil: segundo o sexo.....	43
Gráfico 02 - Perfil: segundo a faixa etária.....	44
Gráfico 03 - Perfil: segundo o estado civil.....	45
Gráfico 04 - Perfil: segundo a renda familiar.....	46
Gráfico 05 - Perfil: segundo a principal atividade.....	47
Gráfico 06 - Perfil: segundo o número de empregados que possui em casa.....	48
Gráfico 07 - Perfil: segundo o número de empregados que possui no setor de atuação.....	49
Gráfico 08 - Perfil: segundo a obtenção de referências de seus empregados antes de contratar.....	50
Gráfico 09 - Perfil: segundo o número de contratações realizadas em média por ano.....	51
Gráfico 10 - Perfil: segundo a admissão de um empregado que possua antecedentes criminais.....	52
Gráfico 11 - Perfil: segundo a admissão de um empregado que possua antecedentes trabalhistas.....	53
Gráfico 12 - Perfil: segundo a admissão de um empregado que possua antecedentes civis.....	54
Gráfico 13 - Perfil: segundo a admissão de um empregado que possua dívidas protestadas em cartório.....	55
Gráfico 14 - Perfil: segundo a necessidade de efetuar demissão em virtude de ato lesivo (furto, ameaça, agressão, descuido com equipamentos) praticado pelo empregado contra o empregador ou seu patrimônio.....	56
Gráfico 15 - Perfil: segundo o quanto pagaria por uma informação confiável a esse respeito.....	57

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Equipamentos de informática.....	74
Quadro 02 - Móveis.....	74
Quadro 03 - Total dos investimentos fixos.....	75
Quadro 04 - Total das depreciações.....	75
Quadro 05 - Custos Fixos.....	76
Quadro 06 - Despesas fixas.....	77
Quadro 07 - Custos fixos totais.....	77
Quadro 08 - Custo do produto vendido.....	77
Quadro 09 - Custos variáveis.....	78
Quadro 10 - Investimentos iniciais.....	78
Quadro 11- Resultado operacional.....	80

SINOPSE

O presente projeto constitui-se de uma análise da viabilidade econômica e financeira para a implantação de uma empresa de consultoria, que forneceria aos empregadores, sejam estes empresários ou empregadores domésticos, informações precisas e confiáveis a respeito do empregado que pretendem contratar.

A verificação destas informações se dá através da pesquisa dos antecedentes criminais, trabalhistas, civis, e títulos protestados em cartório. Tais antecedentes são devidamente documentados por meio de certidões emitidas pelos respectivos órgãos competentes (Fórum da Capital e Regional do Estreito, Justiça do trabalho e Sistema de Proteção ao Cheque).

Para a devida fundamentação deste estudo se fez necessário a pesquisa referente a teoria junto a autores nas mais diversas áreas da Administração.

Utilizou-se uma pesquisa mercadológica junto aos possíveis empregadores, concluída em março de 2001, na qual identifica-se o perfil sócio-econômico dos mesmos.

Para a análise da situação financeira do empreendimento, utiliza-se projeções de investimento iniciais, capital de giro, custos, despesas e receitas. A partir desses dados, pode-se calcular indicadores financeiros como: margem de contribuição, ponto de equilíbrio, taxa de retorno e período de *payback*, que constata a viabilidade do projeto.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho levantou dados necessários para um estudo de viabilidade de uma empresa de consultoria na área de recursos humanos. Tal empresa prestadora de serviços realizará o levantamento de todos os antecedentes do candidato ao posto de trabalho. Foram analisados os principais pontos da Administração Geral, centrando estudos nos aspectos mercadológicos, jurídicos, técnicos e financeiros.

A realização de um projeto é imprescindível antes de se inserir no mercado, pois com este pode obter uma série de dados que irão auxiliá-lo tanto na parte econômica, como social de seu empreendimento.

O empreendimento que será foco desse estudo está inserido na área de recursos humanos.

1.1 Caracterização do Empreendimento

O empreendimento se caracteriza por uma empresa, que presta serviços de consultoria, com a elaboração de um documento contendo todas as informações necessárias a respeito dos antecedentes do candidato, inclusive com as devidas certidões, para que o empregador realize uma contratação segura.

1.2 Tema Problema

Ao analisar o empreendimento, levanta-se a seguinte questão:

“É viável econômica e financeiramente, na grande Florianópolis, a implantação de uma empresa de consultoria para o fornecimento de informações a respeito dos antecedentes criminais, trabalhistas, civis e dívidas protestadas em cartório de um candidato a uma vaga, seja em uma empresa ou em emprego doméstico?”

1.3 Justificativa

Os investimentos em segurança tem aumentado de maneira significativa nos últimos anos. Os níveis de criminalidade, principalmente nos grandes centros, crescem assustadoramente, obrigando as empresas a serem mais seletivas em relação às pessoas que farão parte da sua organização. Uma pessoa mal intencionada pode trazer prejuízos imensuráveis ao grupo, sendo às vezes impossível identificar que pessoa é responsável por atos lesivos praticados contra a organização.

Não se deve permitir que um novo empregado entre em uma empresa ou mesmo casa, sem antes saber algumas importantes informações sobre este, como por exemplo, se já respondeu a algum processo crime, ou mesmo se já foi demitido por justa causa.

Tais informações são de suma importância, já que a posse das mesmas pode evitar a contratação de pessoa problemática, que provavelmente ocasionará problemas e danos para toda a organização.

1.3.1 Importância

A importância de tal empreendimento se dá devido ao momento de grande insegurança e violência pelo qual passa a sociedade atualmente, sendo de extrema necessidade que se conheça mais a fundo as pessoas que fazem parte da organização ou de sua vida familiar.

1.3.2 Oportunidade

A necessidade de novas contratações ocasionadas por frequentes demissões e pelo crescimento ainda que não muito significativo de um mercado em expansão, aliados ao crescimento da criminalidade, são fatores que parecem oportunizar o empreendimento que oferece um serviço novo, pouco explorado e de fácil consecução, são fatores oportunistas do empreendimento.

1.3.3 Viabilidade

A viabilidade do projeto fica demonstrada pelo baixo investimento inicial, pequena estrutura necessária para o funcionamento, pequena mão de obra exigida, baixo custo das certidões e relativa agilidade do processo.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral:

Elaborar um projeto de viabilidade econômico-financeira para a implantação de uma empresa de consultoria que fornecerá serviços de informação de antecedentes ao empregador em Florianópolis.

2.2 Objetivos Específicos:

- ◆ Avaliar o nível de aceitação deste serviço, uma vez que ainda é desconhecido no Brasil.
- ◆ Levantar os aspectos jurídicos e legais
- ◆ Identificar os aspectos técnicos
- ◆ Apresentar os aspectos administrativos
- ◆ Analisar os aspectos econômicos-financeiros

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste Capítulo, a consulta a várias bibliografias tem o objetivo de dar o embasamento teórico necessário para a elaboração deste projeto. Aborda-se o conceito de empreendedorismo e os aspectos mercadológico, técnico, jurídico e legal, administrativo e financeiro.

3.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo tornou-se um termo popular com Joseph Schumpeter (1883-1950) para definir o processo de mudança ou inovação tendo como função organizar novos recursos produtivos a fim de expandir a oferta.

Empreendedorismo é o mesmo que entrepreneurship, para Stoner (1985, p: 114), e definido como: “Processo aparentemente descontínuo de combinar recursos para produzir novos bens e serviços. “Para o autor, empreendedorismo é um processo de mudança, que só é capaz de existir na presença de um empreendedor.

No momento em que um empreendedor pretende lançar sua idéia no mercado o pré-requisito para minimizar o risco de insucesso é fazer um plano de negócio, contendo descrição da missão, análise de mercado, projeções financeiras etc. principalmente se o capital for de terceiros. Outro passo importante é escolher a firma legal da organização e suas responsabilidades jurídicas, ademais se o negócio puder prejudicar terceiros.

O sucesso na criação de um negócio próprio, segundo Degen (1989, p: 17), depende basicamente do desenvolvimento, pelo empreendedor, de três etapas:

- * Identificar oportunidades de negócios e coletar informações;
- * Desenvolver o conceito do negócio com base nas informações coletadas;
- * Implementar o empreendimento, iniciado pela elaboração do plano de negócio, definição das necessidades de recursos e suas fontes, até sua completa operacionalização.

Com esses cuidados o empreendedor terá maior chance de ver seu negócio dar certo.

3.2 O estudo de viabilidade

A realização de um projeto de viabilidade, antes da inserção de um empreendimento no mercado é de extrema importância. O acesso a inúmeras informações é capaz de minimizar os riscos inerentes à decisão de investir.

Para tanto, torna-se necessário discorrer alguns conceitos sobre projeto.

“Um projeto pode ser entendido como um conjunto de informações, que são coletadas e processadas, de modo que simulem uma dada alternativa de investir para testar sua viabilidade”. Mathias e Woiler (1996, p: 34)

A análise de viabilidade mercadológica, econômica, financeira, técnica e jurídica busca fazer uma “consulta previa ao mercado” como se fosse teste, reduzindo os riscos de um investimento não superar as expectativas dos seus empreendedores.

Neste sentido Holanda (1977, p: 95) realça a importância de um projeto para a sociedade em si.

“(…), o projeto considera os custos e benefícios sociais da utilização dos recursos de comunidade na produção de determinados bens e serviços. Do ponto de vistas do empresário privado, o projeto é o instrumento que permite avaliar as vantagens relativas de um determinado uso dos seus recursos-capital e capacidade empresarial face à possibilidade de alternativas de investimento.”

Para o empreendedor, o projeto de viabilidade é o instrumento que permite minimizar os riscos inerente à decisão de investir seus recursos, devido às diversas informações disponíveis. O critério de investimento usado para medir o retorno financeiro é dado entre a relação entre o capital investido e o lucro estimado.

De qualquer forma, quando se implanta uma empresa no mercado, além dela proporcionar retorno financeiro ao empreendedor traz consigo benefícios para a sociedade, como o crescimento econômico, criação de novos empregos e estímulo para o desenvolvimento de novas tecnologias.

Um projeto deve conter estudos aprofundados e detalhados que cercam um empreendimento, devem abranger análises dos aspectos mercadológicos, técnicos, financeiros, administrativos e jurídicos legais.

3.3 Aspectos Mercadológicos

O estudo do mercado constitui geralmente o início da elaboração da maioria dos projetos. A partir da análise do mercado é possível levantar os elementos capazes de auxiliar o empreendedor quanto à demanda da área pesquisada e o mercado: consumidor, concorrente e fornecedor.

O objetivo do estudo de mercado, segundo Holanda (1975, p: 115) é:

“Determinar a quantidade de bens e serviços provenientes de uma nova unidade produtora que, em uma certa áreas geográfica e sob determinadas condições de venda (preço, prazo, etc.) as comunidade poderá adquirir”.

É estudando o mercado que se pode comprovar se determinado bem ou serviço será aceito pela sociedade, e se representa uma carência para a mesma. Diagnosticada uma demanda suficiente é possível vende-lo tornando a análise do mercado indispensável na estimativa da capacidade produtiva.

Segundo Degen (1989), a demanda é a quantidade de produtos e serviços que os consumidores compram a determinado preço. A curva da demanda representa as diferentes quantidade de um produto ou serviço que e os compradores adquirem a diferentes níveis de preço. O ponto de partida para o estudo do mercado é feito com base no conceito de demanda, estudado na microempresa.

“(…) A chamada lei da demanda é a seguinte: no mercado, a quantidade de um bem que os consumidores desejam e podem comprar, em dado intervalo de tempo, tende a variar inversamente com o preço do bem, quando todas as demais condições permanecem constantes”. Woiler e Mathias (1996, p: 42)

Partindo do estudo do potencial da demanda, pode se projetar o patamar de vendas que o empreendimento poderá atingir, bem como fazer previsões financeiras para futuras decisões de investimentos e projetar a capacidade produtiva.

A oferta, por sua vez, é a quantidade de produtos ou serviços que os fornecedores oferecem a diferentes níveis de preço.

Portanto, o estudo de mercado procura avaliar a oferta antes e depois da elaboração do projeto, como dimensionar a demanda atual e uma projeção de crescimento para investimentos futuros.

3.3.1 Mercado Consumidor

Levantar informações sobre o mercado consumidor existente e a sua provável expansão é uma forma de conhecer melhor as necessidades desse mercado consumidor, podendo assim a empresa lançar ou adaptar seus produtos com o intuito de satisfazê-lo.

Segundo Santana (1994) o mercado consumidor é formado por um conjunto de pessoas ou organizações que, para satisfazer suas necessidades procuram bens ou serviços que uma empresa vende.

Kotler (1993) define mercado consumidor como todos os indivíduos e famílias que compram ou adquirem produtos e serviços afim de suprir suas necessidades pessoais.

Dessa forma fica claro que quanto mais informações obtiver o empreendedor sobre seu mercado consumidor, maiores serão as chances de ele adaptar seus produtos afim de atrair, satisfazer e surpreender seus clientes, sendo esta uma forma de alcançar o sucesso.

Após efetuada a análise do mercado consumidor, o foco da pesquisa será o mercado concorrente.

3.3.2 Mercado Concorrente

Mercado concorrente são todas as empresas que oferecem mercadorias ou serviços iguais ou semelhantes. Stoner e Freeman (1985, p: 52) ainda acrescentam que:

“para aumentar sua participação no mercado, uma empresa deve se aproveitar de um a destas duas oportunidades: (1) deve conseguir mais clientes, abocanhando uma fatia maior do mercado ou descobrindo meios de aumentar o tamanho do próprio mercado; (2) deve vencer seus competidores penetrando e explorando um mercado em expansão”

Diante dessa afirmativa, pode-se considerar que para as empresas vencerem a concorrência elas precisam além de conquistar e manter o maior número de clientes satisfeitos, explorar todas as possíveis fatias de mercados ainda inexplorados.

Identificar fatias de mercado inexplorada pela concorrência é de grande valia para qualquer empreendimento, pois possibilita que a empresa inove e surpreenda os seus concorrentes. Outra questão importante é experimentar os produtos da concorrência, podendo assim avaliá-los e compará-los, introduzindo melhorias necessárias aos seus produtos.

Um outro aliado que as empresas podem usar para vencer a concorrência está na redução dos seus custos. Dessa forma fazer um levantamento do mercado fornecedor se torna imprescindível.

3.3.3 Mercado Fornecedor

Santana (1994) define mercado fornecedor como o conjunto de pessoas ou organizações que suprem a empresa em equipamentos, matéria-prima, mercadorias e outros materiais necessários para o seu funcionamento.

Stoner e Freeman (1985, p: 48) corroboram com o raciocínio de Santana, citado acima, ao afirmarem que toda a organização necessita de insumos seja de qualquer natureza para uso ou fabricação de seu produto e “(...) as coisas que a organização traz do seu ambiente – e o que faz com as mesmas – irão determinar a qualidade e o preço de seu produto final (...)”.

Sendo assim, as organizações devem saber qualificar os melhores insumos e aproveitar a globalização, que gera uma enorme competição, para conseguir melhores preços.

É importante investigar quem poderá fornecer as melhores condições para a futura empresa considerando esses aspectos:

- Qualidade;
- Quantidade;
- Preço;
- Prazo e forma de entrega;
- Prazo e forma de pagamento;
- Garantia e suporte técnico.

Para que esses dados sejam de valia é importante que o empreendedor organize um cadastro de fornecedores, garantindo assim a sua melhor escolha.

Após a análise dos mercados: consumidor, concorrente e fornecedor é interessante que o empreendedor faça uma pesquisa de mercado, elabore estratégias de marketing e estude o conceito de terceirização, afim de saber se é vantajoso para o seu negócio.

3.3.4 Pesquisa de Mercado

Na avaliação de um projeto para a abertura de uma nova empresa é indispensável a realização da pesquisa de mercado para que se possa concluir quanto à real viabilidade de acesso.

Kotler (1993, p: 65) define pesquisa de mercado como: “o instrumento que liga o consumidor, o cliente e o público ao profissional de marketing através da informação utilizada para identificar e definir oportunidades e problemas de marketing (...)”.

Segundo Kotler (1993), o processo de pesquisa consiste em quatro passos:

* definição do problema e dos objetivos da pesquisa: é a parte mais difícil da pesquisa, servirá como o guia do processo;

* desenvolvimento do plano de pesquisa: identificará quais serão as informações necessárias para o seu desenvolvimento afim de escolher o melhor método para a coleta de dados, que pode ser através de observações ou levantamento;

* implantação do plano de pesquisa e interpretação: após definido qual será o melhor método, chegou a hora de executá-lo, processá-lo a analisá-lo;

* apresentação dos resultados: agora o pesquisador irá interpretar o resultado obtido.

As pesquisas de mercado podem ser executadas por qualquer empresa, pois existem diversos métodos de baixo custo capazes de substituir as complexas técnicas formais de pesquisa. Elas não são de exclusividade apenas das empresas grandes.

3.3.5 Estratégias de Marketing

Com o resultado da pesquisa de mercado na mão, é possível elaborar quais serão as estratégias de marketing utilizadas pela empresa. A definição do planejamento estratégico se fundamentará em cima da missão e dos objetivos da empresa.

“Planejamento estratégico envolve o trabalho de desenvolver uma estratégia para a sobrevivência e crescimento da empresa a longo prazo (...) O planejamento estratégico prepara o terreno para o restante do planejamento da empresa. O processo de planejamento consiste em definir a missão da empresa, seus objetivos e metas, o portfólio de negócios e os planos funcionais” Kotler (1993, p: 31).

No processo de elaboração do planejamento estratégico a parte mais importante segundo Oliveira (1998), é a formulação das estratégias a serem aplicadas.

Para a formulação de estratégias, devem-se considerar inicialmente três aspectos (Oliveira, p: 191):

- a empresa, com seus recursos, seus pontos fortes, fracos ou neutros, bem como a sua missão, propósito, objetivo, desafios e políticas;
- o ambiente, em sua constante mutação, com suas oportunidades e ameaças; e

- a integração entre a empresa e seu ambiente visando à melhor adequação possível, estando inserido neste aspecto a amplitude de visão dos administradores de empresa.

As estratégias são formuladas com base nos objetivos, missão e desafios estabelecidos pelas empresas, com o propósito de conhecer suas próprias forças, ganhar espaço dentro do mercado e até para vencer a concorrência.

3.4 Aspecto Jurídico e Legal

Os aspectos jurídicos e legais implicam no cumprimento das leis e normas que regem o setor da atividade econômica, desde o registro do negócio à sua gestão.

3.4.1 Aspectos Jurídicos

Os aspectos jurídicos tendem a apresentar uma relação indireta para com o projeto. É o que ocorre, por exemplo, com a forma societária da empresa: seu tipo, quais são os sócios e qual a participação acionária de cada um.

Os aspectos jurídicos, segundo Woiler e Mathias (1996), apresentam os seguintes fatores relacionados com a forma societária da empresa, em que deverão ser definidos:

- ◆ tipo de sociedade;
- ◆ nome e razão social;
- ◆ sede e foro da organização
- ◆ qualificação e participação acionária de cada sócio;
- ◆ data da fundação;
- ◆ dirigentes e administradores;
- ◆ registro na Junta Comercial

3.4.2 Aspectos Legais

Já os aspectos legais estão relacionados com as exigências legais e/ou incentivos fornecidos pelos Governos Federal, Estadual e Municipal. Nestas categorias enquadram-se os impostos, os incentivos fiscais, os incentivos estaduais e os municipais para favorecer a instalação de organizações em determinado local. Woiler e Mathias (1996, p: 37).

3.5 Aspectos Técnicos

Os aspectos técnicos envolvem as considerações referentes à seleção entre os diversos processos de produção, à engenharia do projeto, arranjo físico dos equipamentos, localização e layout.

Holanda (1975) define que os requisitos técnicos para o cumprimento do programa de produção projetado, em termos de investimento fixo, matérias-primas, mão de obra, insumos diversos, layout e os processos de produção fazem parte dos aspectos técnicos do projeto.

Este projeto enfatizará os conceitos sobre os processos de produção, localização e layout.

3.5.1 Processo produtivo

Diante da realidade dos inúmeros tipos de processos existentes de um mesmo fato conclui-se que os fatores que determinam a escolha do melhor processo dependerá do tipo de matéria-prima, disponibilidade de recursos tanto humanos como financeiros, tipos de tecnologia oferecidas, etc.

“Pode ser que os processos de produção se apresentem em alternativas claramente definidas e com tecnologias maduras, isto é, sem que haja previsão de grandes mudanças tecnológicas a médio prazo (...). Nestes casos, frequentemente já existe um certo consenso

sobre qual seja a melhor opção de tecnologia, de processo e de fornecedor dos equipamentos”. Woiler e Mathias (1996, p: 35).

3.5.2 Localização

A escolha do melhor ponto é encontrado quando se consegue agrupar num mesmo local um espaço físico suficiente para um eventual aumento da produção e com menores custos, capazes de elevar ao máximo os benefícios líquidos do projeto Buarque (1994).

“A localização ótima é aquela que assegura a maior diferença entre custos e benefícios, privados ou sociais. Vale dizer, a melhor localização é aquela que permite obter a mais alta taxa de rentabilidade (critério privado) ou custo unitário mínimo (critério social).” Segundo Holanda (1975, p: 197)

Por isso a escolha do ponto deve levar em consideração uma provável expansão, a melhor relação entre custo-benefício, além dos aspectos mercadológicos no geral.

3.5.3 Layout

Entende-se que *layout* a distribuição espacial dos meios físicos da produção e que deve atender as necessidades iniciais do negócio.

Buarque (1984, p: 95) diz que existe dois tipos de distribuição: uma por produto e outra por processo.

Para o autor: “a distribuição do produto é aquela na qual os equipamentos se encontram localizados na seqüência de um caminho a percorrer pelo produto em fabricação” e a “distribuição por processo consiste no agrupamento por seções de máquinas e equipamentos que realizam tarefas similares”.

3.6 Aspectos Administrativos

Os aspectos administrativos definem o tipo de estrutura organizacional do projeto, abrangem também a quantidade de funcionários, treinamento, divisão de tarefas, integração da equipe até a influência desses fatores no processo produtivo.

“A estrutura organizacional refere-se ao modo como as atividades de uma organização são divididas, organizadas e coordenadas” Stoner (1995, p: 230).

A organização bem sucedida, segundo Mintzberg (1995), delinea a estrutura, a fim de combiná-la com a situação real.

3.6.1 Tipos de estrutura

O tipo de estrutura organizacional das empresas tende a ser determinado pelos seus objetivos, ou seja, cada empresa organizar-se-á da maneira que lhe for mais conveniente para atingir suas metas ou missão.

Chiavenato (1983) descreve quatro tipos de organização:

- A organização formal tem como principais características: a divisão do trabalho, que nada mais é do que a maneira pela qual um processo complexo pode ser decomposto em uma série de pequenas tarefas; especialização, que constitui uma maneira de aumentar a eficiência e de diminuir os custos de produção; simplificando as tarefas, atribuindo a cada posto tarefas simples e repetitivas; hierarquia, esta divide a organização em camadas ou escalas de autoridade, tendo os superiores certo tipo de autoridade sobre os inferiores, cuja missão é dirigir e controlar todas as atividades para que cumpram suas tarefas harmoniosamente; distribuição da autoridade e da responsabilidade, esta é uma decorrência da hierarquia da organização formal; racionalismo, significa que todos se comportarão de acordo com as normas lógicas de comportamento prescritas.

- A organização linear recebe este nome por existir linhas diretas e únicas de autoridade e responsabilidade, sua linha de comunicação é efetuada unicamente através das linhas do organograma; esta forma de organização apresenta aspecto piramidal devido a forte centralização das decisões.
- A organização funcional tem características totalmente contrárias a organização linear, sendo assim, cada subordinado reporta-se ao superior especializado no seu interesse, conseqüentemente as linhas de comunicação não obedecem uma estrutura formal, o poder é descentralizado e as responsabilidades são delimitadas de acordo com a especialização.
- A estrutura *linha- "staff"* caracteriza-se pela combinação dos aspectos vantajosos da organização linear e funcional. Sendo os órgãos de linha, os responsáveis pela execução e os de *"staff"* pela assessoria e serviços especializados.

Mintzberg (1995, p: 11) atribui duas exigências fundamentais a qualquer tipo de estrutura: "a divisão do trabalho em diferentes tarefas e a consecução da coordenação entre tais tarefas".

Mas para Jucius e Schlender (1992) a divisão do trabalho dentro de uma organização e a sua disposição para um máximo de eficácia e economia, denomina-se departamentalização.

Saber definir com clareza as tarefas de acordo com a habilidade e interesses dos funcionários não é tarefa fácil, pois uma divisão mal feita acarretará no surgimento de diversos problemas à área de recursos humanos afetando diretamente a produção.

Da mesma forma Chiavenato (1983) responsabiliza uma parte da integração da equipe à estrutura aplicada e define ainda que a estrutura básica deve delinear como a tarefa empresarial será dividida e atribuída entre os departamentos, grupos, posições e cargos. A escolha feita deve ser apresentada e divulgada em forma de organograma, possibilitando assim um maior empreendimento de todos.

Visto isso, será definido para o empreendimento o seu tipo de organização, o seu organograma, a divisão de suas tarefas e a quantidade de funcionários necessários para o melhor andamento das atividades, afim de estabelecer as funções de cada indivíduo da forma mais adequada, evitando assim o inchaço de pessoas em algumas áreas.

3.6.2 Terceirização

A terceirização veio como um método para adequar as empresas à nova realidade, qualidade e maior competitividade, aumenta cada vez mais, tendo em vista o acirramento da concorrência e a exigência de um consumidor mais consciente de seus direitos, mais crítico e exigente.

“a terceirização se investe de uma ação mais caracterizada como sendo uma técnica moderna de administração e que se baseia num processo de gestão que leva mudanças estruturais da empresa, à mudança cultural, procedimentos, sistemas e controles, capitalizando para toda malha gerencial, com o objetivo único adotado: atingir melhores resultados, concentrando todos os esforços e energia da empresa em sua atividade principal.” Giosa (1995, p: 11)

A terceirização deixou as empresas mais livres para se dedicarem as suas competências sociais, dessa forma, elas concentram seus esforços naquilo que sabem fazer, aprimorando seus produtos e serviços.

Segundo Fontanella (1994) a terceirização é como uma faca, que tanto pode cortar o alimento para sustentar a vida, como pode matar vidas. Ela afirma que a terceirização é manejo-movimento. Não se pode afirmar que ela é boa ou ruim, ou seja, não é algo estático. A introdução de uma nova técnica requer muito mais estudo e cautela, pois tudo que é novo gera medo e impacto.

A implantação das técnicas administrativas de terceirização traz para as empresas várias vantagens e desvantagens.

Para Queiroz (1992, p: 51) as vantagens da terceirização são definidas por:

- ◆ proporcionar a concentração dos recursos liberados para a área produtiva, melhorando a qualidade e competitividade do produto;
- ◆ reduzir os controles;
- ◆ liberar a supervisão para outras atividades produtivas;
- ◆ aumentar a especialização;
- ◆ agilizar as decisões, simplificando a estrutura empresarial, criando assim condições para melhoria na economia de mercado;

- ◆ gerar maior efetividade e eficiência e;
- ◆ diminuir o nível hierárquico.

E Leiria (1993, p: 54) destaca como aspectos negativos sobre a terceirização:

- ◆ o custo das demissões;
- ◆ má escolha de parceiros;
- ◆ relação com sindicatos;
- ◆ má administração do processo;
- ◆ aumento da dependência de terceiros;
- ◆ mudança na estrutura do poder
- ◆ dificuldade no aproveitamento dos empregados já treinados.

Portanto, o sucesso de sua aplicação está condicionado à visão estratégica que os dirigentes deverão ter quando de sua aplicação nas empresas, de modo que se consolide como metodologia e prática.

Ressalva-se aqui a importância de se fazer um projeto de terceirização que defina e delimite as áreas que serão terceirizadas. Para isso deve-se em primeiro momento ter claro quais são as atividades fim e as atividades meio da empresa.

Uma forma prática e simples de identificar a atividade fim é achar no contrato social da empresa a sua finalidade de negócio, ou seja, o seu objetivo econômico, atividade para qual a empresa foi criada e organizada, alocando pessoal, custos e definindo tarefas. O próximo passo é separar a finalidade econômica, que se constitui na atividade-fim, das demais. Dessa forma identificam-se todas as funções que estão diretamente e intrinsecamente ligadas à atividade fim. As outras funções são caracterizadas como as atividades meios, que por sua vez podem ser terceirizadas.

Com efeito, a ação das empresas em processo de terceirização transferem para terceiros aquelas atividades em que não são especialistas, trazendo consigo o fato de que estas empresas parceiras aplicam métodos mais modernos e produtivos, podendo assim possibilitar ao terceiro a otimização econômica dos custos e a melhoria da qualidade do produto ou serviços fornecidos.

3.7 Aspectos Ambientais

Até bem pouco tempo a maioria das empresas desconsiderava a preocupação com a gestão ambiental. A questão ecológica tem se tornado alvo de interesse da sociedade. A conscientização da população está obrigando as empresas a se dedicarem cada vez mais com a preservação dos recursos naturais.

Segundo Woiler e Mathias (1996, p: 36) os problemas associados à degradação do meio ambiente pela população, pelos órgãos públicos e pelas empresas privadas já são bem antigos.”(...) atualmente, inclusive, há certo consenso de que o País já não pode crescer a qualquer custo, provocando com isto uma deterioração irreversível ao meio ambiente.”

Embora as atividades operacionais de uma empresa de consultoria não apresentem grandes problemas quanto à poluição e degradação do meio ambiente, o empreendedor ao abri-la deve estar atento a esses aspectos, respeitando a legislação imposta pelos órgãos competentes, e providenciando o devido reciclamento do lixo produzido.

3.8 Aspectos Financeiros

A análise financeira de um projeto tem por objetivo estruturar e definir o tipo de investimento, financiamento, avaliar os riscos do empreendimento e estimar a sua rentabilidade para desvendar as possibilidades de insucesso.

3.8.1 Investimento

O Levantamento do investimento de um projeto, nada mais é do que estimar o capital que será necessário para a implantação do empreendimento, bem como o retorno expresso pela remuneração do capital investido.

Investimento é qualquer aplicação de recursos de capital com vistas à obtenção de um fluxo de benefícios, ao longo de um determinado período futuro. Holanda (1975).

Seguindo a mesma linha, Martins (1990, p 24), conceitua investimento como “um gasto ativado em função de sua vida útil ou benefícios atribuíveis a futuros(s) período(s)”.

São todos os sacrifícios havidos pela aquisição de bens ou serviços estocados nos ativos da empresa para baixa ou amortização quando de sua venda, de seu consumo, de seu desaparecimento ou de sua desvalorização.

O estudo do investimento tem como função no projeto de estabelecer as estruturas onde serão projetados os esquemas de financiamento bem como avaliar os custos de capital, sua rentabilidade, em termos privados, e a sua prioridade, do ponto de vista econômico.

Existem diferentes opções para se compor um capital. É importante definir se o capital investido será próprio ou de terceiros, pois cada caso tem suas características e implicações próprias. Todavia independentemente da escolha do tipo de capital o projeto deverá expor aos órgãos interessados a viabilidade financeira do empreendimento.

3.8.2 Financiamento

O estudo de financiamento do projeto tem por objetivo determinar a viabilidade e otimização do seu esquema financeiro, envolvendo as possibilidades de captação de poupança e a definição da combinação ótima dos recursos a serem levantados, tendo em conta as suas diferentes características de adequação, custo, risco e efeitos sobre o controle e a flexibilidade de operação da empresa. Holanda (1975).

Corroborando com o autor acima, Woiler e Mathias (1996) aborda financiamento também como alternativas de empréstimos, escolhendo entre elas aquela que apresentar maior conveniência e/ou que otimizam a rentabilidade do projeto.

Todavia o financiamento é uma forma de captação de recursos afim de sanar ausência de recursos próprios. A escolha do tipo de financiamento merece ser estudada minuciosamente para evitar qualquer contratempo futuro.

3.8.3 Receitas

Entende-se por receita todo e qualquer fluxo de recursos financeiros (monetários) que a empresa recebe ao fornecer seus serviços ou produtos.

A projeção das receitas decorre do estudo e da análise do mercado conforme projeção de vendas onde serão determinadas as quantidades e o preço unitário dos produtos a serem vendidos Woiler e Mathias (1996).

Dessa forma é possível elaborar quadros com cenários pessimistas, prováveis e otimistas, proporcionando assim uma visão preventiva do futuro mercado.

3.8.4 Custos X Despesas

A diferença existente entre custos e despesas nem sempre é visualizado com clareza. Por isso designar um sub-capítulo para esclarecer as diferenças se faz necessário.

Os gastos relativos a bens ou serviços utilizados pela produção do produto a ser comercializado é caracterizado como custos.

Os custos podem ser classificados das mais diferentes maneiras, de acordo com os objetivos analíticos que se têm em vista.

Holanda (1975, p: 225) expõe um conceito para custos:

“De um ponto de vista econômico, podemos considerar como custos todo e qualquer sacrifício feito para produzir um determinado bem, desde que seja possível atribuir um valor monetário a esse sacrifício (...)”

É importante saber que os custos segundo welsch (1992, p:174) podem ser dividido em três categorias:

- ◆ custos fixos: itens que tendem a manter seus custos mensais constantes, ao longo dos meses;
- ◆ custos variáveis: os custos desse itens oscilam de mês em mês;
- ◆ custos semivariáveis: estes itens apresentam um custo que não são inteiramente fixos ou variáveis, quando se quer relacionar quantidade *versus* tempo e: direto e indireto, para distinguir a proximidade do custo ao produto fabricado.

Já a despesa é caracterizada quando ocorre um consumo de um bem ou serviço para a obtenção de receita.

Martins (1992) coloca que as despesas são itens que reduzem o Patrimônio Líquido e que têm essa característica de representar sacrifícios no processo de obtenção de receitas. Todo produto vendido provoca despesas.

Ou sejam, a diferença básica entre custos e despesas se dá através do seguinte raciocínio: os gastos relativos ao processo de produção são custos, e os relativos a administração, às vendas aos financeiros são despesas, essa explicação não se aplica a prestadoras de serviço.

3.8.5 A depreciação

A depreciação corresponde à perda de valor sofrida pelos ativos fixos, como por exemplo: máquinas, carros, equipamentos eletrônicos e até móveis, que com o decorrer do tempo sofrem desgastes e desvalorização monetárias e tecnológicas afetando diretamente seu valor inicial. Holanda (1975).

3.8.6 Análise de Risco

Os riscos econômicos e financeiros são fatores relevantes para um estudo de viabilidade, pois é a partir dessa análise que podem-se embasar os cálculos do investimento.

Para Holanda (1975) existem dois tipos de risco: um que poderemos chamar de “risco total” da empresa e que diz respeito a uma avaliação global de todos os aspectos do projeto; e outro que poderemos chamar de “risco financeiro” e que se relaciona mais especificamente com a maneira pela qual a empresa é financiada. Este último apresenta duas importantes limitações: como validade e a qualidade dos dados; o fato das análises serem “estáticas” podendo não refletir exatamente a realidade da empresa.

Dessa forma entende-se como risco, a falta de precisão de que haverá retorno dos investimentos e financiamentos aplicados. E eles estão presentes em todas as organizações. Segundo Gitman (1997, p: 202) risco é: “a possibilidade de prejuízo financeiro, a variabilidade de retornos associados a um determinado ativo”.

Para avaliar o grau de risco do empreendimento pode-se utilizar do estudo do ponto de equilíbrio.

3.8.7 Ponto de Equilíbrio

A análise do ponto de equilíbrio informa o nível mínimo de produção e venda que uma fábrica pode funcionar autonomamente, ou seja, sem perdas.

“Entende-se por ponto de equilíbrio das operações de uma empresa aquele nível ou volume de produção (ou atividade, em caso de empresa não-industrial) em que o resultado operacional é nulo, ou seja, as receitas operacionais são exatamente iguais ao valor total das despesas operacionais”. Sanvicente (1987, p: 193)

$$PE = CF \times 100 / MC$$

Portanto o ponto de equilíbrio indica o volume mínimo de vendas necessário para evitar um prejuízo operacional. O valor é obtido através da relação percentual entre o Custo Fixo e a Margem de Contribuição como demonstrado.

No entanto mesmo com esses elementos de análise nas mãos é importante realçar que sempre existira um risco no investimento e a rentabilidade calculada apresenta sempre uma incerteza para o futuro.

3.8.8 Técnicas de Análise de Alternativas de Investimentos

- Margem de contribuição

A margem de contribuição (MC) representa o quanto sobrou das vendas após deduzidos os custos variáveis. Essa sobra vai financiar os custos fixos da empresa.

Portanto a margem de contribuição é a diferença entre a receita operacional e os custos variáveis.

$$MC = \text{Receita Operacional} - \text{Custos Variáveis}$$

- Taxa de Retorno de Investimento

O cálculo desta taxa é uma abordagem bastante comum da avaliação de dispêndios propostos de capital. Essa abordagem é calculada a partir de dados contábeis (LAIR). A definição mais comum da taxa de retorno é o seguinte:

Taxa média de retorno = $LAIR / \text{Capital investido}$

- Período de retorno do investimento – Payback

Avalia o tempo que será necessário para recuperar o capital inicial investido no empreendimento.

Período de retorno = $\text{Capital investido} / \text{Lucro líquido}$

Após abordados todos os aspectos relevantes ao projeto, passaremos a discorrer sobre a metodologia utilizada no trabalho.

4 METODOLOGIA DO TRABALHO

Neste capítulo, será abordada a metodologia empregada no projeto e na coleta de dados, onde buscou-se informações reais afim de possibilitar o alcance dos objetivos desejados.

4.1 Tipo de Pesquisa

No presente projeto de viabilidade foi utilizado como método de trabalho a pesquisa exploratória e descritiva. Segundo Martins (1992) este tipo de pesquisa é aquela onde o pesquisador observa, registra, analisa, correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis), buscando frequência, relações e associações entre as variáveis, suas naturezas, características e causas.

A pesquisa é exploratória quando a área a ser pesquisada tem pouco conhecimento acumulado e sistematizado e é descritiva ao expor características de determinado fenômeno. Podendo também estabelecer correlação entre variáveis e definir natureza. Não terá compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva como base para tal fenômeno Vergara (1998).

4.2 O estudo do mercado consumidor

Para o estudo do mercado consumidor foi utilizada uma pesquisa, realizada no primeiro semestre de 2001, que definiu o perfil dos consumidores do serviço oferecido e os seus aspectos sócio-econômicos.

4.2.1 Metodologia aplicada na pesquisa

Quanto à natureza das variáveis externas, esta pesquisa foi uma pesquisa quantitativa, devido ao grande número de respondentes, e quanto à natureza de relacionamento entre as variáveis estudadas será descritiva, pois foram usadas perguntas

para identificar o perfil sócio-econômico dos consumidores do serviço. O objetivo e o grau em que o problema de pesquisa está cristalizado tem caráter conclusivo descritivo, considerando que os objetivos e o problema já estão estruturados e definidos.

Os dados primários foram coletados no estabelecimentos do empregadores, através de questionário preenchido pessoalmente. Esse questionário era estruturado não disfarçado, possibilitando uma maior facilidade e simplicidade de sua aplicação, tabulação, análise e interpretação. O escopo de pesquisa em termos de amplitude e profundidade são os levantamentos amostrais, caracterizando-se pela obtenção de dados representativos da população estudada.

E por fim a dimensão no tempo da pesquisa foi realizada em aproximadamente um mês, sendo estas ocasionais, ajudando a resolver problemas específicos. De acordo com a possibilidade de controle sobre as variáveis de estudo, a pesquisa é ex-post-facto, procurando descobrir a existência de relacionamento entre variáveis após o fenômeno em estudo já ter ocorrido. O ambiente de pesquisa foi o próprio ambiente em que o empregador atua, no seu local de trabalho, caracterizando assim uma pesquisa de campo.

4.2.2 Amostragem

A pesquisa foi aplicada numa Amostragem Simples da população abrangente tomando-se como base duas premissas: a primeira é que existe similaridade suficiente entre os elementos de uma população, de tal forma que uns poucos elementos representam adequadamente as características de toda a população e os valores obtidos na amostra são minimizados, tendo ainda como vantagens a economia de dinheiro, mão-de-obra e tempo.

A população da pesquisa foi definida como sendo os consumidores do serviço de informação de antecedentes, ou seja, qualquer empregador em potencial. O empregador é o homem ou a mulher com idade mínima de 20 anos.

Foi aplicada nos estabelecimentos dos empregadores, tendo como tamanho o número de 38 elementos, no período de 15 de abril a 21 de maio de 2001.

A amostragem foi do tipo não-probabilístico, pois não há nenhuma chance conhecida de que um elemento qualquer da população venha a fazer parte da amostra. Dentre os tipos de amostragem não-probabilístico, foi escolhido Amostras por Conveniência (ou Acidentais).

Houve um certo problema com a disponibilidade do empregador responder ao questionário naquele momento, preferindo sempre que se voltasse mais tarde para buscá-lo, sendo este caso o mais freqüente.

4.3 O estudo do mercado concorrente

Não foi realizado um estudo do mercado concorrente por não ser conhecida nenhuma outra empresa que preste este tipo de serviço na cidade de Florianópolis, sendo um serviço pioneiro até mesmo no país. O que se pode verificar é que as agências de empregos informam apenas “referências” do candidato ao posto de trabalho, sendo normalmente uma mera informação da última experiência profissional do mesmo, muito aquém do que propõe o do projeto em análise.

4.4 Estudos dos aspectos jurídicos/legais, técnico, administrativos, ambientais e econômico financeiros.

Inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica exploratória, onde a consulta de diversos autores, listados no item bibliografia deste trabalho, busca o referencial teórico adequado quanto às etapas de elaboração de um projeto de viabilidade técnica, econômica e financeira e ambientais, bem como fundamentos de empreendedorismo.

Na Segunda parte foram consultados diversos órgãos competentes, como a Prefeitura Municipal de Florianópolis; a Junta Comercial do Estado de Santa Catarina (JUCESC); o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e o Corpo de Bombeiros, realizando o levantamento exploratório e descritivo dos dados que envolvem a implantação de um empreendimento.

5 ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

A análise dos aspectos mercadológicos será o primeiro aspecto a ser estudado neste projeto, pois a partir da análise do mercado será possível identificar o perfil do consumidor.

5.1 O mercado

Com o desenvolvimento e o crescimento população, aumenta também o número de contratações realizadas nos vários seguimentos do mercado. Uma economia em crescimento se traduz em um mercado em expansão.

O empreendimento apresentado não possui concorrentes, o que por si só já é um grande impulso ao empreendedor, que cada vez tem de se especializar mais para atingir o seu nicho do mercado. As informações prestadas pelas agências de emprego não chegam a satisfazer o empregador, que clama por uma informação mais detalhada.

Na Europa tal serviço é mais comum. A Inglaterra já possui muitas empresas que prestam este tipo de serviço, porém no país este é um negócio ainda pouco explorado.

5.2 Mercado Consumidor

Para melhor conhecer o mercado consumidor foi utilizada uma pesquisa mercadológica que teve por objetivo identificar o perfil sócio-econômico dos consumidores do serviço, avaliando quantitativamente e qualitativamente os mesmos.

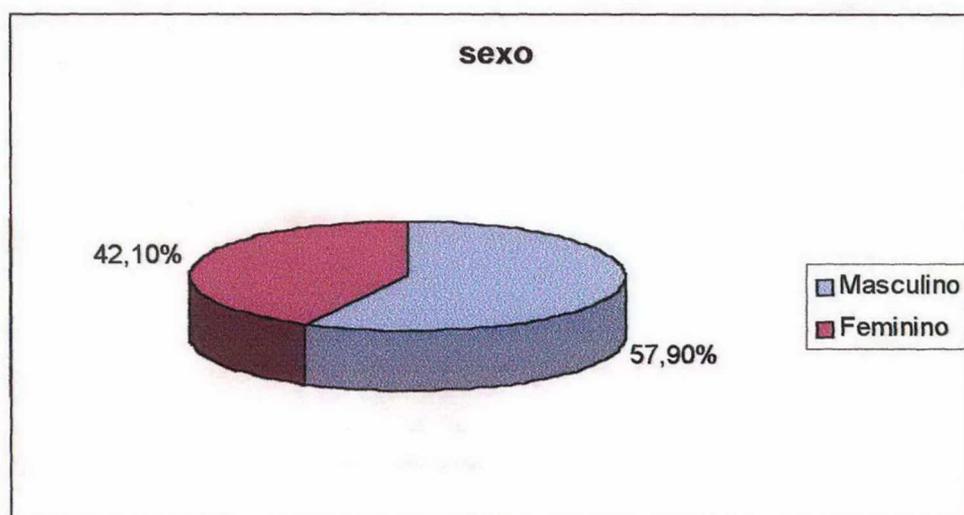
A análise dos dados foi efetuada com o uso de tabelas e gráficos, de forma comentada.

Questão 1: Sexo do entrevistado:

Através desta primeira pergunta foi possível levantar o sexo dos respondentes.

Tabela 1 – Perfil: segundo o sexo

Sexo	Absoluto	Relativo (%)
Masculino	22	57,9
Feminino	16	42,1
Total	38	100

Gráfico 1 – Perfil: segundo o sexo

Comentário: Pode-se observar que 57,90% dos entrevistados são do sexo masculino e 42,10% do sexo feminino.

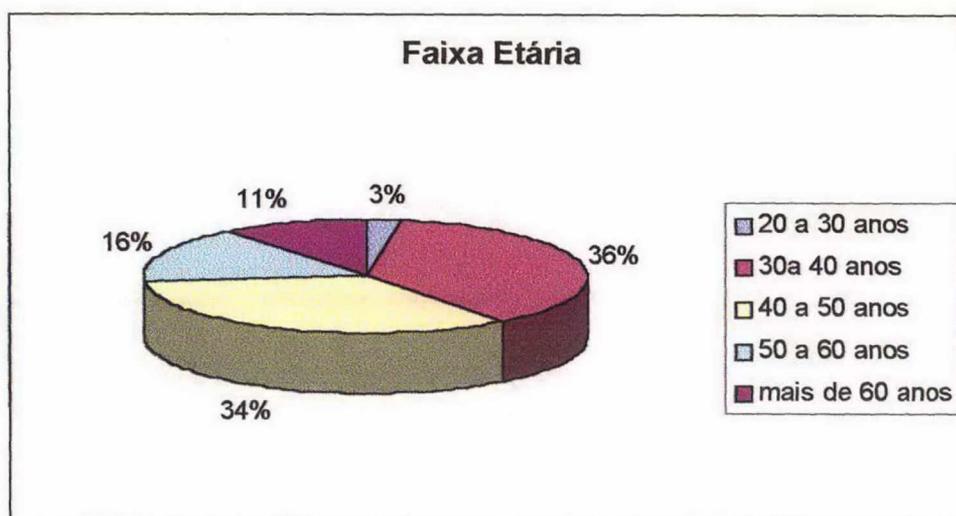
Questão 2: Qual a sua idade?

Esta pergunta tem o interesse de descobrir qual a faixa etária do público entrevistado

Tabela 2 – Perfil: segundo a faixa etária

Faixa Etária	Absoluto	Relativo (%)
20 a 30 anos	1	2,63
30 a 40 anos	14	36,84
40 a 50 anos	13	34,21
50 a 60 anos	6	15,78
mais de 60	4	10,52
Total	38	100

Gráfico 2 – Perfil segundo a faixa etária



Comentário: Observa-se que 36% dos entrevistados possuem de 30 a 40 anos de idade; 34% possuem 40 a 50 anos; 16% possuem de 50 a 60 anos de idade; 11% possui mais de sessenta anos e 3% tem de 20 a 30 anos.

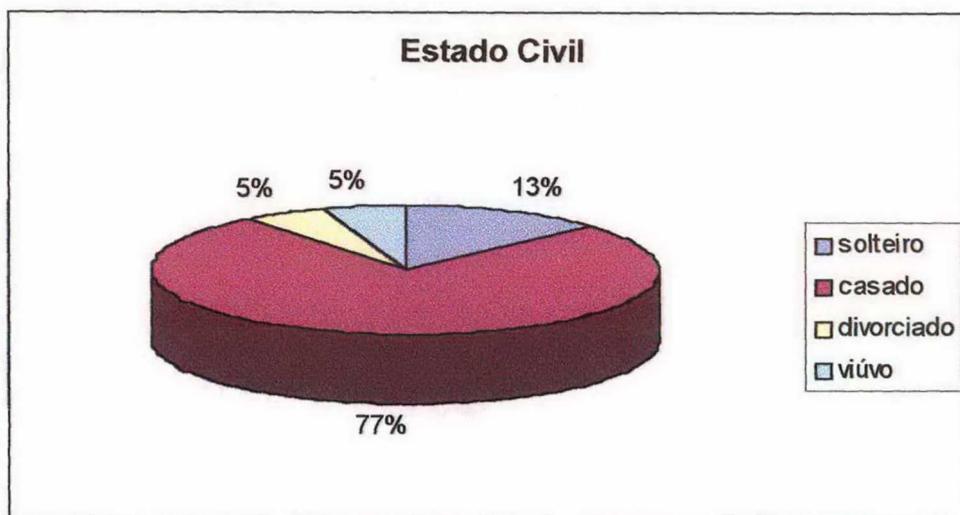
Questão 3: Qual o seu estado civil?

Com essa pergunta foi possível identificar o estado civil dos entrevistados.

Tabela 3 – Perfil: segundo o estado civil

Estado Civil	Absoluto	Relativo (%)
Solteiro	5	13,15
Casado	29	76,31
Divorciado/separado/ desquitado	2	5,26
Viúvo	2	5,26
Total	38	100

Gráfico 3 – Perfil segundo o estado civil



Comentário: quanto ao estado civil, a maioria (77%) dos entrevistados são casados; 13% são solteiros; 5% divorciados e 5% de viúvos.

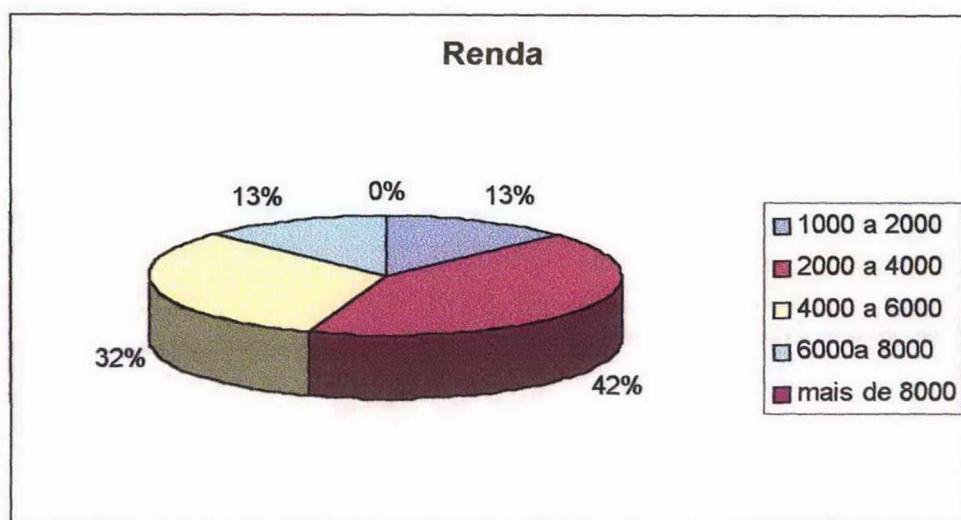
Questão 4: Qual a sua renda familiar mensal? (se casado/a, some as rendas)

Através dessa pergunta foi possível identificar a renda familiar dos entrevistados.

Tabela 4 – Perfil: segundo a renda familiar mensal

Renda Familiar	Absoluto	Relativo
1000a 2000	5	13,15
2000 a 4000	16	42,1
4000 a 6000	12	31,57
6000 a 8000	5	13,15
mais de 8000	0	0
Total	38	100

Gráfico 4 – Perfil: segundo a renda familiar mensal



Comentário: O poder aquisitivo dos entrevistados é elevado, pois 42% possuem renda familiar de 2000 a 4000 reais; 32% possuem renda de 4000 a 6000 reais; 13% de 1000 a 2000 e 13% de mais de 8000 reais.

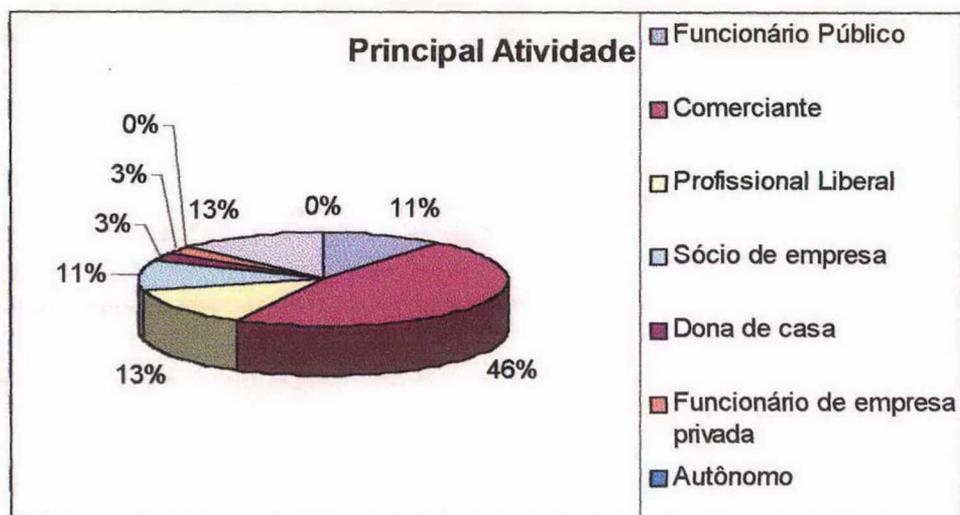
Questão 5: Qual a sua principal atividade?

Essa pergunta define a ocupação dos usuários do serviço

Tabela 5 – Perfil: segundo a principal atividade

Principal Atividade	Absoluto	Relativo (%)
Funcionário Público	4	10,52
Comerciante	18	47,36
Profissional Liberal	5	13,15
Sócio de Empresa	4	10,52
Dona de Casa	1	2,63
Funcionário de Empresa Privada	1	2,63
Autônomo	0	0
Desempregado/aposentado	5	13,15
Outros	0	0
Total	38	100

Gráfico 5 – Perfil: segundo a principal atividade



Comentário: Boa parte dos entrevistados são Comerciantes (47%); 13% são profissionais liberais; 13% são desempregados ou aposentados; 11% são funcionários públicos; 11% sócios em empresa privada; 3% donas de casa; 3% funcionários de empresas privadas.

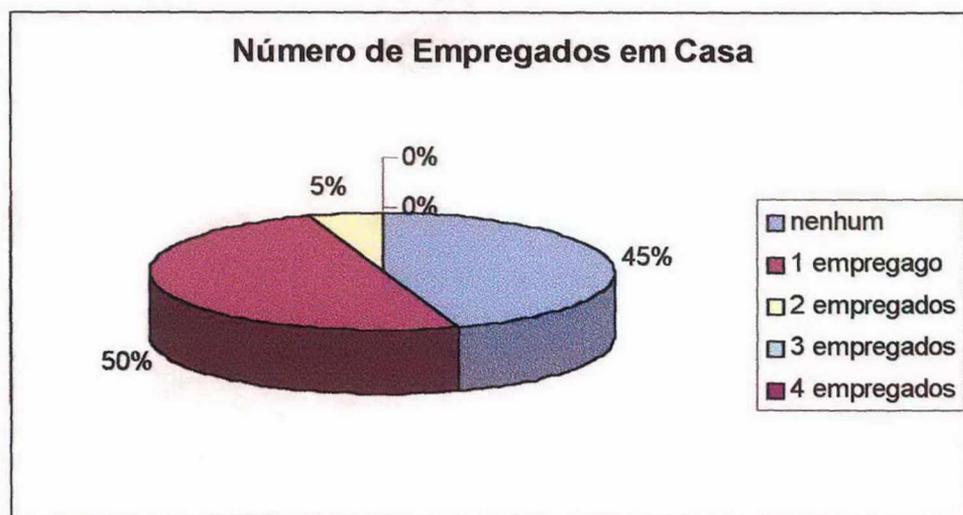
Questão 6: Quantos empregados possui em casa?

Com esta pergunta sabe-se o número de empregados domésticos que trabalham na casa do empregador.

Tabela 6 – Perfil: segundo o número de empregados que possui em casa

Número de empregados em casa	Absoluto	Relativo (%)
Nenhum	17	44,73
1	19	50
2	2	5,26
3	0	0
4	0	0
Total	38	100

Gráfico 6 – Perfil: segundo o número de empregados que possui em casa



Comentários: A maioria dos entrevistados possui apenas um empregado doméstico; 45% não possuem nenhum empregado doméstico e 5% possuem dois empregados.

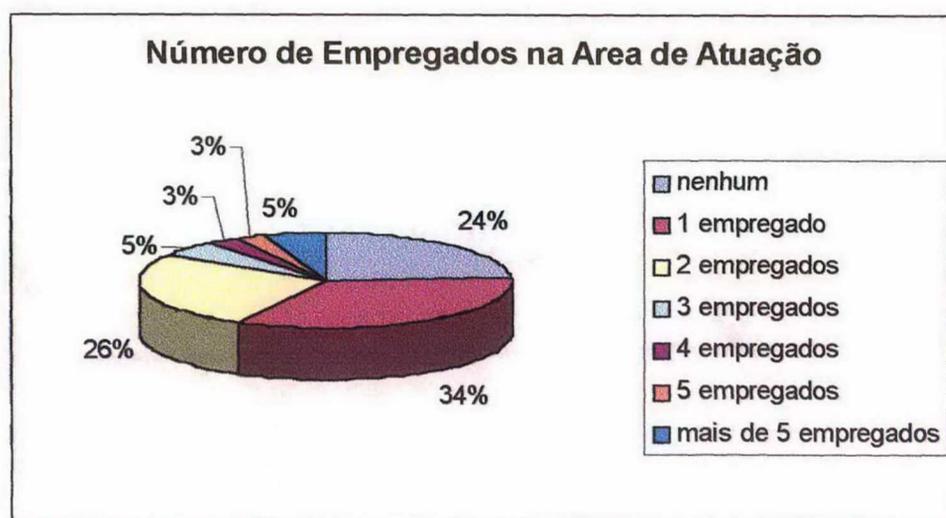
Questão 7: Quantos empregados possui na área de atuação?

Com esta pergunta sabe-se quantos empregados o empregador possui, dando uma idéia do tamanho do mercado a atingir.

Tabela 7 – Perfil: segundo o número de empregados que possui na área de atuação

Número de empregados na área de atuação	Absoluto	Relativo (%)
Nenhum	9	23,68
1	13	34,21
2	10	26,31
3	2	5,26
4	1	2,63
5	1	2,63
mais de 5	2	5,26
Total	38	100

Gráfico 7 – Perfil: segundo o número de empregados que possuem na área de atuação



Comentários: 34% dos entrevistados possuem 1 empregado na área de atuação; 26% possui 2 empregados; 24% não possui nenhum; 5% possui mais de 5 empregados; 3% possui 4 e 3% possui 5 empregados na área de atuação.

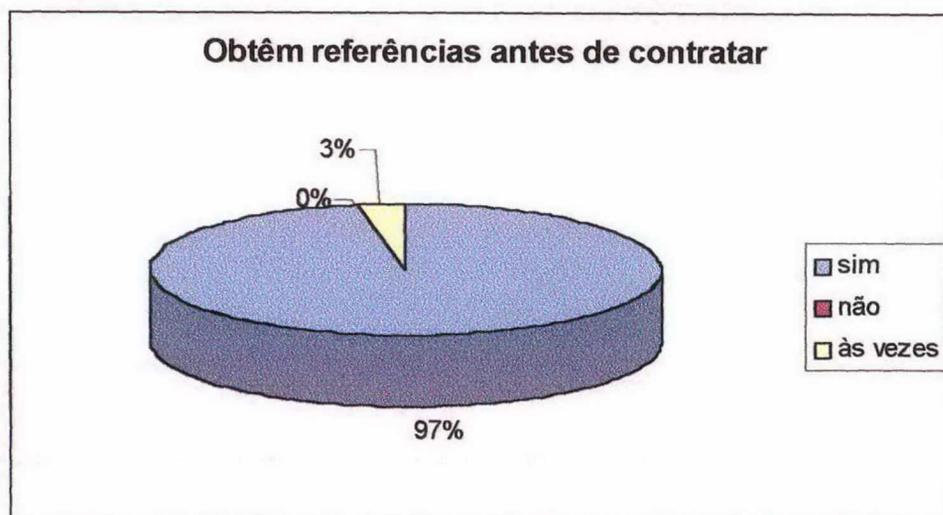
Questão 8: Antes de contratar, obtêm referências de seus empregados?

Com esta pergunta podemos saber qual o nível de interesse dos empregadores em saber os antecedentes de seus empregados.

Tabela 8 – Perfil: segundo a obtenção ou não de referências de seus empregados antes da contratação

Obtem referências antes de contratar	Absoluto	Relativo (%)
Sim	37	97,36
Não	0	0
às vezes	1	2,63
Total	38	100

Gráfico 8 – Perfil: segundo a obtenção ou não de referências de seus empregados antes da contratação



Comentários: Pode-se descobrir que 97% dos entrevistados obtêm referências antes de contratar; ao passo que apenas 3% só obtêm às vezes.

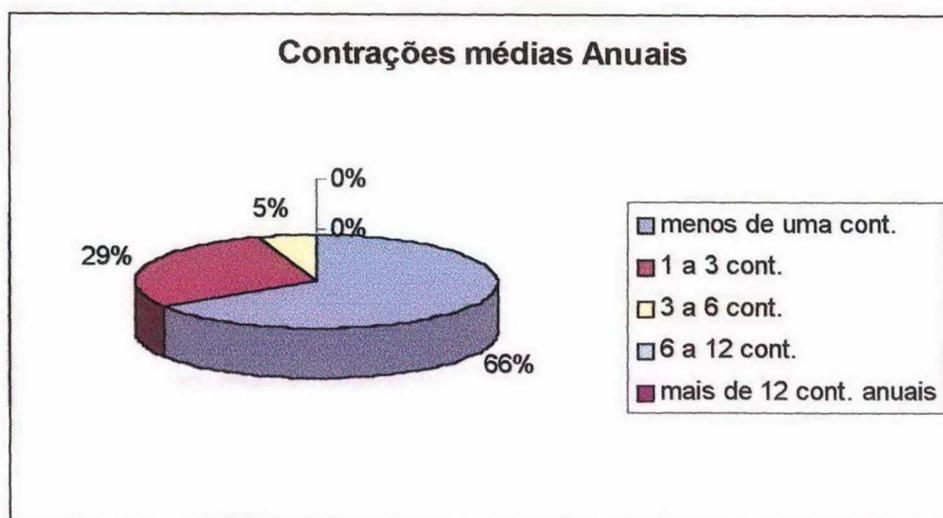
Questão 9: Quantas contratações realiza por ano?

Essa pergunta visa mensurar o mercado a ser atingido.

Tabela 9 – Perfil: segundo o número de contratações realizadas por ano.

Quantas contratações realiza por ano	Absoluto	Relativo (%)
menos de 1	25	65,78
1 a 3	11	28,94
3 a 6	2	5,26
6 a 12	0	0
mais de 12	0	0
Total	38	100

Gráfico 9 – Perfil: segundo o número de contratações realizadas por ano.



Comentários: dos entrevistados, 66% realizavam menos de uma contratação anual; 29% realiza de 1 a 3 por ano e 5% contrata de 3 a 6 empregados por ano em média.

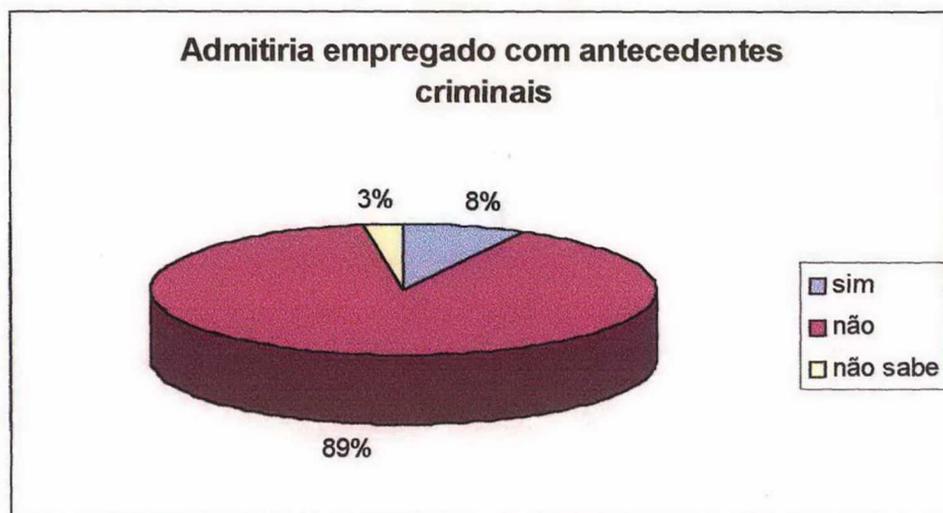
Questão 10: Admitiria um empregado com antecedentes criminais?

Essa questão visa avaliar o quanto a existência de antecedentes criminais podem influenciar na decisão de um empregador em contratar ou não o candidato.

Tabela 10 – Perfil: segundo a possibilidade ou não de admitir um empregado com antecedentes criminais.

Admitiria empregado com antecedente criminas	Absoluto	Relativo (%)
Sim	3	7,89
Não	34	89,47
não sabe	1	2,63
Total	38	100

Gráfico 10 – Perfil: segundo a possibilidade ou não de admitir um empregado com antecedentes criminais



Comentários: A grande maioria não contrataria um empregado que possuísse antecedentes criminais (89%); uma pequena parcela contrataria (8%) e 3% não sabe responder.

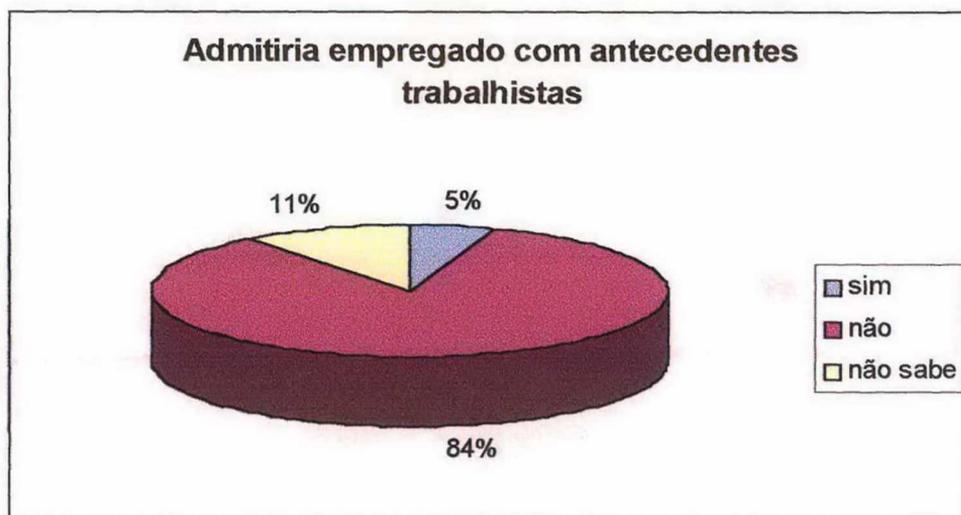
Questão 11: Admitiria um empregado com antecedentes trabalhistas?

Essa questão visa avaliar o quanto a existência de antecedentes trabalhistas podem influenciar na decisão de um empregador em contratar ou não o candidato.

Tabela 11 – Perfil: segundo a possibilidade ou não de admitir um empregado com antecedentes trabalhistas.

Admitiria empregado com antecedentes trabalhistas	Absoluto	Relativo (%)
sim	2	5,26
Não	32	84,21
não sabe	4	10,52
Total	38	100

Gráfico11 – Perfil: segundo a possibilidade ou não de admitir um empregado com antecedentes trabalhistas.



Comentários: A grande maioria dos entrevistados respondeu que não admitiria um candidato que possuísse antecedentes trabalhistas. 11% disse não saber e 5% contrataria assim mesmo.

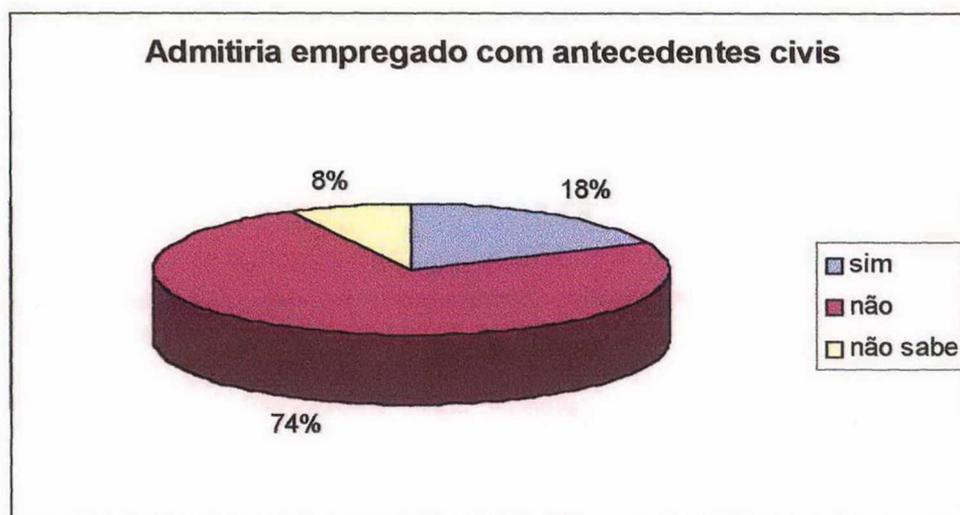
Questão 12: Perfil: Admitiria um empregado com antecedentes civis?

Essa questão visa avaliar se a existência de antecedentes civis podem influenciar na decisão de um empregador em contratar ou não o candidato.

Tabela 12 – Perfil: segundo a possibilidade ou não de admitir um empregado com antecedentes civis.

Admitiria empregado com antecedentes civis	Absoluto	Relativo (%)
Sim	7	18,42
não	28	73,68
não sabe	3	7,89
Total	38	100

Gráfico 12 – Perfil: segundo a possibilidade ou não de admitir um empregado com antecedentes civis.



Comentários: A maioria dos entrevistados não contrataria um candidato com antecedentes civis; 18% contrataria, um número maior que no caso de antecedente criminal e 8% não sabe se contrataria ou não.

Questão 13: Admitiria um empregado com dívidas protestadas em cartório?

Essa questão visa avaliar se a existência de dívidas protestadas em cartório podem influenciar na decisão de um empregador em contratar ou não o candidato.

Tabela 13 – Perfil: segundo a possibilidade ou não de admitir um empregado com dívidas protestadas em cartório.

Admitiria empregado com dívidas protestadas em cartório	Absoluto	Relativo (%)
Sim	5	13,15
Não	29	76,31
não sabe	4	10,52
Total	38	100

Gráfico 13 – Perfil: segundo a possibilidade ou não de admitir um empregado com dívidas protestadas em cartório.



Comentários: 76% dos entrevistados não contratariam candidato com dívidas em protesto; 13% disse que contrataria e 11% não soube responder.

Questão 14: Já teve de efetuar demissão em virtude de ato lesivo (furto, ameaça, agressão, descuido com equipamentos) praticado pelo empregado contra o empregador ou seu patrimônio?

Esta pergunta busca responder qual o nível de incidência de demissões em virtude de atos lesivos praticados pelo empregado contra o patrimônio do empregador durante a relação de emprego.

Tabela 14 – Perfil: segundo a necessidade de efetuar demissão em virtude de ato lesivo (furto, ameaça, agressão, descuido com equipamentos) praticado pelo empregado contra o empregador ou seu patrimônio.

Demissão em virtude de ato lesivo	Absoluto	Relativo (%)
Sim	22	57,89
Não	16	42,1
Total	38	100

Gráfico 14 – Perfil: Segundo a necessidade de efetuar demissão em virtude de ato lesivo (furto, ameaça, agressão, descuido com equipamentos) praticado pelo empregado contra o empregador ou seu patrimônio.



Comentários: 58% dos entrevistados já tiveram problemas com contratações anteriormente realizadas, ao passo que 42,10% não teve esse tipo de problema.

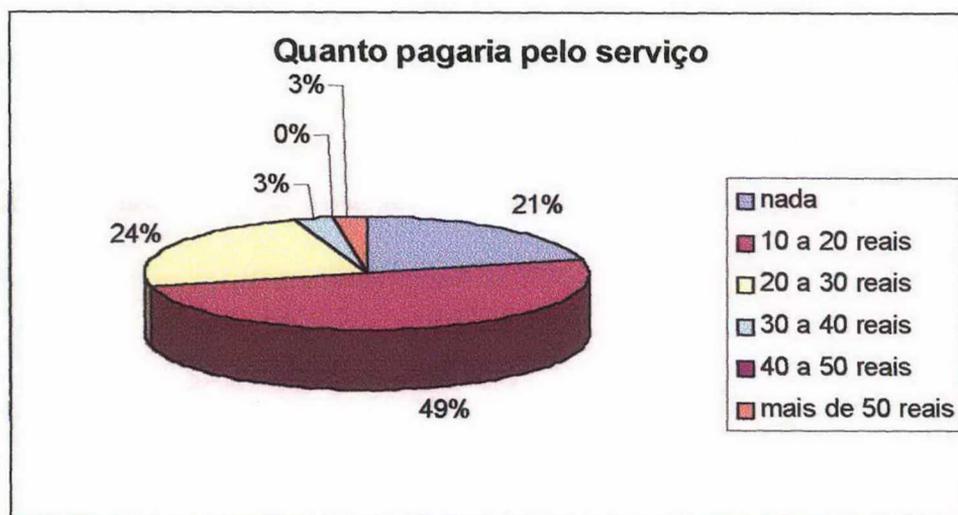
Questão 15: Quanto pagaria por uma informação confiável a respeito dos antecedentes (criminais, trabalhistas, civis e/ou dívidas protestadas em cartório) de um candidato a emprego?

A questão visa delinear uma faixa de preço ideal a ser cobrada por cada consulta individual, buscando se adequar ao mercado.

Tabela 15 – Perfil: segundo o quanto pagaria por uma informação confiável a respeito dos antecedentes (criminais, trabalhistas, civis e/ou dívidas protestadas em cartório) de um candidato a emprego.

Quanto pagaria pelo serviço	Absoluto	Relativo (%)
Nada	8	21,05
10 a 20 reais	19	50
20 a 30 reais	9	23,68
30 a 40 reais	1	2,63
40 a 50 reais	0	0
mais de 50 reais	1	2,63
Total	38	100

Gráfico 15 – Perfil: segundo o quanto pagaria por uma informação confiável a respeito dos antecedentes (criminais, trabalhistas, civis e/ou dívidas protestadas em cartório) de um candidato a emprego.



Comentários: 49% dos entrevistados pagaria de 10 a 20 reais pelas informações; 24% pagaria de 20 a 30 reais; 21% não pagaria nada pela informação; 3% pagaria de 30 a 40 reais e 3% pagaria mais de 50 reais pelo serviço.

5.2.1 Considerações segundo a pesquisa

Após a apresentação da pesquisa concluiu-se que os potenciais consumidores do serviço de informação de antecedentes são compostos por 57,90% de homens e 42,10% de mulheres. 2,63% possuem de 20 a 30 anos de idade; 36,84% estão presentes na faixa etária de 30 a 40 anos de idade; 34,21% de 40 a 50 anos de idade; 15,78% na faixa de 50 a 60 anos e 10,52% possui mais de 60 anos. Quanto ao estado civil, a grande maioria (76,31%) dos entrevistados é casado, 13,15% solteiros, 5,26% divorciados e 5,26% são viúvos. O poder aquisitivo dos consumidores do serviço é elevado, pois 42,10% posse renda familiar entre 2000 e 4000 reais. Sendo que 47,36% são comerciantes, 13,15% são profissionais liberais, 13,15% são desempregados ou aposentados e 10,52% são funcionários públicos. A maioria dos entrevistados possui apenas um empregado em casa (50%), sendo que 44,73% não possui nenhum empregado em casa. 5,26% possui dois empregados domésticos. Na área de atuação a maior média de empregados foi de 1 empregado por setor de atuação, o que caracteriza a maioria dos entrevistados como comerciantes, sendo necessários poucos vendedores, seguida por 26,31% que possui dois empregados e por fim 23,68% que não possui empregados no setor de atuação. O estudo demonstrou que 97,36% obtém referências de seus empregados e apenas 2,63% obtêm somente às vezes. A média de contratações anuais ficou em menos de uma por ano, 65,78%, de 1 a 3, 28,94% e de 3 a 6 foi de apenas 5,26%. 89,47 % dos entrevistados disse que não admitiria um empregado com antecedentes criminais. 84,21% disseram que não admitiriam um empregado com antecedentes trabalhistas. 73,68% que não admitiriam um empregado com antecedentes civis. 76,31% não contratariam um empregado que possuísse dívidas protestadas em cartório. 57,89% dos entrevistados tiveram que efetuar demissão em virtude de ato lesivo praticado por empregado contra seu patrimônio ou da empresa. O valor a ser pago por este tipo de serviço ficou por volta de 10 a 20 reais (50%), seguido por 20 a 30 reais a consulta(23,68).

5.3 Estratégia de marketing

Através da pesquisa foi possível identificar os consumidores do serviço de informação de antecedentes como sendo a maioria de adultos entre 30 a 40 anos, sendo a maior parte de comerciantes e com uma renda mensal de 2000 a 4000 reais e apresentando um nível mais elevado. Pode-se elaborar algumas estratégias de marketing. Algumas recomendações quanto ao marketing:

1. Deve-se destinar para o primeiro mês uma quantia monetária relevante, para a colocação de *outdoors*. Intensificar a distribuição de panfletos, em número de 5000 por mês, constantemente, a fim de divulgar o início do serviço. Essa distribuição ocorrerá nas residências, prédios comerciais e empresas. A distribuição de panfletos nas ruas deve ser evitada para que se faça um melhor direcionamento do material de divulgação.
2. Investir na confiabilidade do produto, diferenciando-o de uma simples “referência” que seria normalmente obtida pelo empregador.
3. Fazer com que o empregador chegue a conclusão que é mais fácil comprar o serviço do que tentar obter essas informações por ele mesmo.
4. Tentar direcionar o material de marketing a realmente empregadores potenciais, através de uma mala direta endereçada aos responsáveis pelos setores de Recursos Humanos e Departamentos Pessoais das empresas principais empresas, divulgando o serviço
5. Especial atenção deve ser dada a empresas que lidam com valores como empresas de segurança, transporte de valores e custódia, agenciadores terceirizados de mão de obra e empresas que possuam alta rotatividade de mão de obra.

5.4 Mercado Concorrente

No país não é conhecido nenhum tipo de serviço semelhante a este, que forneça antecedentes dos mais variados órgãos e entidades de âmbito penal, trabalhista e civil além do serviço de proteção ao cheque com a verificação de possíveis dívidas protestadas em cartório. Portanto o serviço é único e não pode ser comparado a qualquer outro como SPC e SERASA pois estes informam apenas restrições de crédito e realizam um serviço de proteção geral aos bancos. Cabe ressaltar que a pesquisa vem acompanhada das respectivas certidões emitidas pelos referentes órgãos atestando a veracidade do conteúdo da pesquisa, possuindo fé pública.

5.5 Mercado Fornecedor

Por se tratar de uma prestadora de serviços de informação de antecedentes, os fornecedores das informações a serem oferecidas são em geral órgãos públicos, tais como, os Fóruns da Capital e Regional do Estreito para a matéria criminal e civil; o Tribunal Regional do Trabalho para a matéria trabalhista, sendo o único fornecedor privado, o Sistema de Proteção ao Cheque – SPC, que é filiado ao Clube de Diretores Lojistas de Florianópolis.

Todos estes órgãos emitem certidões que são utilizadas na investigação dos antecedentes do candidato ao posto de trabalho.

5.6 A marca

A marca Seg Consultoria foi criada para transmitir o conceito de segurança e confiabilidade no produto.

O público alvo são os potenciais empregadores dos principais setores da economia nacional.

A Seg Consultoria apresenta a seguinte missão, visão e logomarca:

Missão

“Satisfazer nossos clientes, com uma informação segura e confiável a respeito dos antecedentes de um candidato a emprego”.

Visão

“Ser considerado um serviço essencial no ato da contratação por parte do empregador”.

Logomarca



6 ASPECTOS JUÍDICOS E LEGAIS

Este capítulo irá abordar todas as etapas do processo jurídico a qual na empresa irá atuar e também irá apresentar os requisitos legais para o seu funcionamento.

6.1 O tipo de sociedade

O tipo de sociedade adotada será consoante a lei 3.608/19, a sociedade por cotas de responsabilidade limitada, que vem a ser a associação de duas ou mais pessoas, cuja responsabilidade frente aos direitos e obrigações da firma é limitada ao valor do capital registrado em seu contrato social. Isso quer dizer que em caso de falência ou qualquer tipo de ação que venha a acarretar no comprometimento do capital social os mesmos respondem apenas pela parte que falta para preencher o capital.

Esse tipo de sociedade é constituída por contrato, através de um instrumento que pode ser público ou particular. A firma poderá declarar apenas o nome de um sócio ou usar um nome fantasia, mas em ambos os casos, o nome comercial estará sempre seguido pela palavra limitada ou sua sigla LTDA.

Optou-se por esse tipo de sociedade pelos seguintes aspectos:

- Disponibilidade de conseguir um maior capital;
- Divide-se responsabilidade e despesas; e
- Inspira maior confiabilidade, por parte dos clientes e na obtenção de créditos;

6.2 Caracterização da empresa

- ◆ Razão Social: EHM – Prestadora de Serviços LTDA.
- ◆ Nome Fantasia: SEG Consultoria
- ◆ Endereço: Rua Felipe Schmidt,
- ◆ Bairro: Centro/Florianópolis- S.C.
- ◆ Sede e Foro: Cidade de Florianópolis- S.C.
- ◆ Forma Jurídica: Sociedade por Cotas de Responsabilidade Limitada.
- ◆ Objetivo Social: Comercializar o serviço de informação de antecedentes criminais, trabalhistas, civis e dividas protestadas ao empregador

Registro de Sociedade por Cotas de Responsabilidade Ltda.

Após o arquivamento do contrato social no registro do Comércio – Junta Comercial do Estado- é que a empresa passa a existir legalmente.

O contrato social é o termo formal de declaração de vontade entre as partes constituintes da avença, onde estarão contidos todos os direitos e obrigações de ambas as partes especificando a função que a pessoa jurídica irá exercer (vide anexo)

A empresa irá atuar no regime jurídico do simples, tanto Federal quanto Estadual, haja visto atender aos requisitos referidos a norma.

6.3 Etapas para registro de Sociedade por Cotas de Responsabilidade Limitada.

1ª. Etapa: Ir à Prefeitura Municipal de Florianópolis (PMF) para formalizar consulta de viabilidade

2ª. Etapa: Fazer uma consulta prévia na RECEITA FEDERAL (facultativo)

3ª. Etapa: Ir a Junta Comercial (JUCESC), para obter: o requerimento tarja vermelha; a ficha de cadastro nacional 1 e 2; entregar o contrato social (assinado por um advogado da OAB) anexado a fotocópia da carteira de identidade e CPF, autenticada, de todos os sócios e declaração de Microempresa (ME) ou empresa de pequeno porte.

4ª. Etapa: Obter o CNPJ – RECEITA FEDERAL

5ª. Etapa: Obter a inscrição estadual na Secretaria da Fazenda

6ª. Etapa: Ir à prefeitura municipal entregar: o alvará de funcionamento, o contrato Social registrado na JUCESC; CNPJ; vistoria do Corpo de Bombeiros, Consulta de viabilidade, escritura ou contrato de locação do imóvel; CMC – Cadastro Municipal de Contribuintes.

7 ASPÉCTOS TÉCNICOS

Neste capítulo serão observados os aspectos técnicos necessários para a implantação do empreendimento no que diz respeito ao processo produtivo, equipamentos, móveis, utensílios e layout.

7.1 Processo Produtivo

O processo produtivo é realizado em quatro diferentes etapas.

A primeira etapa é a coleta dos dados imprescindíveis ao serviço de pesquisa. Tais dados são: o nome completo, filiação completa e número do Cadastro de Pessoas Físicas (CPF). Estes dados devem estar completos e corretos. Tal tarefa é realizada pelos sócios no escritório da empresa, via telefone.

A segunda etapa é dar entrada com o pedido de certidão nos devidos órgãos (Fórum da Capital e Regional do Estreito e Tribunal Regional do Trabalho). Tal certidão fica pronta em 24 h e é cobrada uma taxa de R\$ 3,00 por certidão. Tal tarefa será realizada por um *office boy*.

A terceira etapa é a elaboração do documento que discrimina e analisa todos os antecedentes do candidato, trazendo o tipo de processo, as partes envolvidas, valor da causa e situação atual do processo. Tal documento é acompanhado das devidas certidões públicas. Este documento é elaborado por ambos os sócios. Ver anexo 03.

A última etapa é a de entregar o resultado da pesquisa ao requerente e efetuar a cobrança. Esta tarefa é realizada pelo *office boy*.

Obs.: A pesquisa a respeito de dívidas protestadas em cartório é feito no SPC (Sistema de proteção ao Cheque/Clube dos Diretores Logistas) via internet por meio de um serviço mensal contratado pela empresa no qual se recebe uma senha de acesso.

7.2 Equipamentos

Os equipamentos necessários para o funcionamento da empresa são poucos e simples, tornando o projeto realmente viável. Foram utilizadas duas listas, uma que diz respeito a todos os equipamentos de informática e outra referente aos móveis necessários para a empresa. As listas são compostas pela descrição e respectivas quantidades.

LISTA 01 – Equipamentos de Informática

Quantidade	Descrição	Fornecedor
◆ 02	Computadores K611 com Nobreak	Macore
◆ 02	Monitores	Maxxim
◆ 01	Impressora Epson 740	Maxxim
◆ 01	Aparelho Fax Sharp	Maxxim
◆ 02	Telefones Cp- 20 Intelbrás	Big Shop
◆ 01	Provedor de internet	Matrix
◆ 01	Licença Windows 98	Maxxim
◆ 01	Acesso ao Banco de dados SPC	CDL/SPC
◆ 01	Linha telefônica	Telesc

LISTA 02 – Móveis

Quantidade	Descrição	Fornecedor
◆ 02	Mesas	Macore
◆ 06	Cadeiras	Escritolândia
◆ 01	Armário de Escritório	Escritolândia
◆ 01	Arquivo	Mepas
◆	Material para escritório	Mepas

7.3 Localização

A localização, para o serviço a ser prestado deve levar em consideração a proximidade com os principais órgãos expedidores das certidões, devendo dessa forma localizar-se no centro.

Não é necessário um ponto muito suntuoso e visível, uma vez que a divulgação do serviço se dará através dos meios de comunicação e que os consumidores do serviço não irão em momento algum na empresa . Os resultados são entregues em mãos se próximos ao centro e postados via correio para as demais localidades.

Uma sala comercial atende perfeitamente as exigências de estrutura para o funcionamento do serviço.

7.4 Layout

Ao elaborar o *layout* do empreendimento, deve-se observar a disposição dos equipamentos e móveis, procurando colocá-los da melhor forma possível, visando dar maior agilidade ao processo produtivo e aproveitar todos os espaços, de modo que não haja espaço ocioso.

8 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Este capítulo abordará o tipo de estrutura organizacional que a empresa apresenta, o seu organograma, a divisão das tarefas bem como a quantidade de funcionários necessários, afim de evitar um inchaço na organização.

8.1 A Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional de uma empresa é usada para definir o conjunto de tarefas distribuídas a cada área, as ligações formais, os níveis hierárquicos, as linhas de autoridade e os sistemas que coordenam as áreas.

Como a estrutura da empresa é muito pequena, conta com a efetiva participação dos dois sócios nas atividades diárias da empresa, é necessária apenas a contratação de um office-boy para a obtenção das certidões originais nos órgãos expedidores e fazer a entrega de resultados de pesquisa em lugares próximos à empresa. A atividade principal da empresa que é elaborar os documentos que contém os resultados da pesquisa é realizada pelos dois sócios em conjunto.

9 ASPECTOS AMBIENTAIS

A gestão ambiental vem sendo estudada atualmente. Embora as atividades operacionais de uma empresa de consultoria não apresentem grandes problemas quanto à poluição e degradação do meio ambiente, o empreendedor ao abri-la deve estar atento a esses aspectos, respeitando a legislação imposta pelos órgãos competentes, e providenciando o devido reciclamento do lixo produzido.

10 ASPECTOS FINANCEIROS

Este capítulo irá abordar o estudo dos aspectos financeiros com o propósito de estruturar e definir o tipo de financiamento, investimento, bem como avaliar e projetar receitas e custos.

10.1 Financiamento

A empresa será constituída de capital próprio, não sendo necessária a utilização de empréstimos de terceiros. Dessa forma a empresa terá maior mobilidade para efetuar seus gastos e planejar suas despesas ao longo do ano, não estando devendo a ninguém.

10.2 Investimento

Para estimar os investimentos necessários à implantação do projeto serão seguidos dois caminhos, segundo Buarque (1984, p: 108): primeiramente, serão determinadas as instalações do empreendimento, e posteriormente, as atividades e recursos adicionais para que o empreendimento possa começar a funcionar.

Ainda de acordo com Buarque (1984, p: 108), “...ao primeiro tipo de investimento chamasse investimentos fixos, pois servem para financiar os custos das instalações...”

Assim o primeiro quadro a ser apresentado será o dos investimentos fixos em equipamentos de informática.

10.2.1 Investimentos fixos

Os investimentos fixos do empreendimento serão de acordo com o tamanho e padrão das empresa, adaptados para a estrutura em estudo. Tais investimentos compreendem os móveis e equipamentos de informática.

QUADRO 01 – Equipamentos de informática

Quantidade	Descrição	Valor Total
02	Computadores K611 500MHZ	3.200,00
02	Monitores LG	390,00
01	Impressora Epson 740	485,00
01	Aparelho Fax Sharp	400,00
02	Telefones Cp – 20 Intelbrás	68,00
01	Licença Windows 98	630,00
01	Linha telefônica	40,00
TOTAL:		5.213,00
Depreciação 20% a.a.....		1.042,60

O quadro 02 especificará os móveis necessários para o funcionamento do serviço.

QUADRO 02 – Móveis

Quantidade	Descrição	Valor Total
02	Mesas	500,00
06	Cadeiras	900,00
01	Armário de Escritório	150,00
01	Arquivo	100,00
	Material para Escritório	200,00
01	Placa	100,00
TOTAL:		1.950,00
Depreciação 5% a.a.....		97,50

O quadro 3 discriminará o total dos investimentos fixos. Sendo a soma dos quadros anteriores.

QUADRO 03 – Total de investimentos fixos

Descrição	Valor Total
Equipamentos de Informática	5.213,00
Móveis	1.950,00
TOTAL	7.163,00

10.3 Depreciação

A maior parte dos ativos imobilizados tem vida útil limitada, ou seja, à medida que o tempo vai passando eles perdem o seu valor. Essa perda dilapida o patrimônio inicial da empresa. Por isso existe uma forma de registrar essa desvalorização. Conforme as especificações do bem, essas taxas variam. O cálculo das depreciações foi feito utilizando o SEBRAE como fonte. Abaixo estão os cálculos do total de depreciações.

QUADRO 04 – Total das Depreciações (anual)

Descrição	Valor Total
Equipamentos de Informática	1.042,60
Móveis	97,50
TOTAL:	1.140,10

10.4 Estrutura de custos

A estrutura de custos do empreendimento compreende os valores referentes à apuração de suas despesas fixas e variáveis.

De acordo com Chiavenato (1985), denomina-se custo fixo aqueles que independem do volume de produção, por isso são planos e constantes, em contrapartida os custos variáveis são proporcionais à produção.

Neste empreendimento os custos fixos correspondem aos gastos mensais referentes ao cotidiano da loja. Como luz, telefone, pessoal, provedor de internet, acesso ao SPC, entre outros.

Os custos variáveis estão relacionados com a receita. Sendo os impostos, matéria prima, aluguel?

QUADRO 05 – Custos Fixos

Item	Descrição	Valor em reais
1.	Custos Administrativos	
1.1	Serviços Públicos (luz, telefone)	200,00
1.2	Serviços Contratados	
1.2.1	Provedor de Internet	20,00
1.2.2	Sistema de Proteção ao Cheque (SPC)	35,00
Total		255,00
2.	Custos com Pessoal	
2.1	Office boy	200,00
2.2	Encargos (75% sobre o item 2.1)	150,00
Total		350,00
3.	SOMA (1+2)	605,00

Os Encargos citados correspondem a soma: décimo terceiro salário, férias, faltas, auxílio transporte, FGTS e INSS.

O quadro a seguir representa a despesa administrativa mensal com gastos que não estão relacionados com o processo produtivo.

Quadro 06 – Despesas Fixas mensais

Despesas mensais	Valor
Pró-Labore	1000,00
Depreciação Mensal	95,00
Aluguel	300,00
Marketing (5.000 panfletos/mês)	120,00
TOTAL	1.515,00

Quadro 07 – Soma dos Custos Fixos e Despesas Fixas (mensais) – CUSTOS FIXOS TOTAIS

Discriminação	Mensal
Custos Fixos	605,00
Despesas Fixas	1.515,00
TOTAL	2.120,00

No quadro 08 apresenta-se o custo do produto ou serviço vendido em reais.

Quadro 08 – Custo do produto vendido (para 150 consultas mensais)

Produto	Reais
Certidão Fórum Capital	3,00
Certidão Fórum Regional do Estreito	3,00
Certidão Tribunal Regional do Trabalho	3,00
Consulta SPC	0,23
TOTAL	9,23

Quadro 09 – Custos Variáveis

Descrição	100 consultas/mês	150 consultas/mês	200 Consultas/mês
Certidão Fórum da Capital	300,00	450,00	600,00
Certidão Fórum Regional do Estreito	300,00	450,00	600,00
Certidão Tribunal Regional do Trabalho	300,00	450,00	600,00
Total mensal	900,00	1.350,00	1.800,00
Total anual	10.800,00	16.200,00	21.600,00

10.5 Investimentos iniciais

O investimento inicial refere-se ao montante a ser utilizado para a aquisição dos investimentos fixos e capital de giro projetado em relação aos custos fixos totais.

Este quadro será projetado com base no cenário provável.

Quadro 10 – Investimentos iniciais

Item	Descrição	Custo
1.	Investimento Fixo	7.163,00
2.	Capital de Giro 2.1 Custos Totais Mensais	2.120,00
3.	Soma (1+2)	9.283,00

10.6 – Composição da receita operacional

A receita operacional foi calculada através de três possibilidades prováveis.

- ◆ Cenário pessimista..... 100 consultas/mês
- ◆ Cenário provável..... 150 consultas/mês
- ◆ Cenário otimista..... 200 consultas/mês

O preço a ser cobrado por consulta será de 30 reais.

Cenários

Consultas	100	150	200
Total	100 X 30= 3.000,00	150 X 30= 4.500,00	200 X 30= 6.000,00

Cenários	Pessimista	Provável	Otimista
Consultas totais	100	150	200
TOTAL mensal	3.000,00	4.500,00	6.000,00
TOTAL Anual	36.000,00	54.000,00	72.000,00

Quadro 11 – Incidência do Simples sobre os cenários

IMPOSTO	PESSIMISTA	PROVÁVEL	OTIMISTA
SIMPLES FEDERAL	6,2%	7,0%	7,45
SIMPLES ESTADUAL	3.75%	4.85%	5.95%
TOTAL	9.95%	11.85%	13.35%
Valor sobre a receita anual	3.582,00	6.399,00	9.612,00

10.6 Resultado Operacional

Através dos valores obtidos com as receitas e despesas pode-se estimar um quadro mensal da situação dos resultados operacionais que o empreendimento venha a apresentar.

Descrição	Cenário pessimista	Cenário provável	Cenário otimista
1- Receita operacional	36.000,00	54.000,00	72.000,00
2- Custos variáveis	10.800,00	16.200,00	21.600,00
2.1 –Impostos sob o serviço	3.582,00	6.399,00	9.612,00
3- Soma (2+2.1)	14.382,00	22.599,00	31.212,80
4- Custos fixos	25.440,00	25.440,00	25.440,00
5- Custo Total (2+3)	39.822,00	48.039,00	56.652,00
6- Lucro Líquido anual (1-5)	(3.822,00)	5.961,00	15.348,00
7- Margem de contribuição (1-3)	Prejuízo	31.401,00	40.788,00
8- Ponto de equilíbrio anual [4/(7/1)]	Prejuízo	43.748,92	44.907,32
9- Ponto de equilíbrio mensal (8/12meses)	Prejuízo	3.645,74	3.742,27
10- Ponto de Equilíbrio em % (4/7) X 100	Prejuízo	81%	62%
11- Taxa de retorno em % (6/invest.) X 100	Prejuízo	64,00	165,00
12- Período de payback em anos (invest./6)	Prejuízo	1.55	0,6

Como pode-se observar no quadro acima, com o Lucro Líquido obtido no cenário intermediário ou provável, o empreendimento levaria aproximadamente um ano e meio para retirar o investimento inicial feito.

Quanto ao cenário pessimista, a previsão é de que não haveria lucro, ou seja, o projeto é inviável para um número de 100 consultas por mês.. Com este valor não deveria-se investir no serviço. Em contra partida, o cenário otimista apresenta um excelente retorno, por volta de apenas 6 meses.

11 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o levantamento de dados relativos aos aspectos mercadológicos, técnicos, jurídicos, administrativos, ambientais e financeiros, os quais avaliam a viabilidade de implantação deste projeto, chegou-se às considerações que são apresentadas neste capítulo, sendo primeiramente a parte conclusiva e posteriormente as recomendações.

11.1 Conclusões

Analisando-se a área do proposto empreendimento pode-se observar uma vasta demanda por este serviço, materializado pelo grande número de contratações que são efetuadas normalmente no mercado, e também devido à alta rotatividade de alguns setores.

A inexistência de outro serviço similar identifica um mercado não explorado, oportunizando o empreendimento.

A pesquisa demonstrou a importância dada pelos empregadores aos antecedentes dos candidatos, inviabilizando em 80% dos casos a contratação. O maior índice de rejeição foi o criminal, seguido por trabalhistas e dívidas. Mais da metade dos entrevistados já teve problemas anteriores com contratações mal realizadas.

Após a confirmação da existência de demanda inicia-se a análise das premissas econômico financeiras do projeto.

Para iniciar o serviço, não é necessário um grande investimento, nem muitos equipamentos. A obtenção das informações é terceirizada, sendo realizada apenas a reunião destas.

O projeto possui um retorno rápido do investimento, pois depende de um investimento inicial baixo e envolve pouca quantidade de mão de obra.

O primeiro cenário foi inviável, não apresentando lucro líquido algum.

O segundo cenário, que propõe 150 consultas mensais apresenta um retorno do investimento em um ano e meio.

O último cenário, demonstrou um retorno muito rápido, por volta de meio ano, o que é um fator motivante à realização e implantação do projeto.

11.2 Recomendações

Como Foi mencionado no trabalho, é de suma importância frisar que o empreendedor deve gostar daquilo que faz, conhecendo assim com profundidade o seu ramo de atuação e os seus produtos e serviços.

Da mesma forma deve estar atendo às mudanças do mercado, afim de suprir suas necessidades.

Investir em marketing para a divulgação do novo serviço e sempre buscar novos consumidores.

Embora o empreendimento seja viável, é importante destacar que todo negócio possui um risco ou incerteza, já que o mercado é extremamente mutante. Por isso, é vital que os sócios persigam maneiras de melhorar o faturamento bruto da empresa e principalmente, manter os clientes já conquistados.

Uma sugestão é a formação de pacotes de informações menores, que interessem mais a um ou outro tipo de empregador, com preços mais acessíveis.

Deve-se atentar para a fidelidade das informações prestadas, uma vez que uma informação errônea emitida pode implicar em uma eminente responsabilização civil e/ou penal.

12 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUARQUE, Cristovan. **Avaliação econômica de projetos**. 13^a ed. Rio de Janeiro: Campus, 1984.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a teoria geral da administração**. 3^a ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. 7^a ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1989.

FONTANELLA, Denise, et al. **O lado (des)humano da terceirização: o impacto da terceirização nas empresas, nas pessoas e como administrá-lo**. Salvador: Casa da Qualidade, 1994.

JUCIUS, Michael J. Schlender, William e. **Introdução à administração**. 3^a ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1983, 1992.

GIOSA, Lívio A. **Terceirização: uma abordagem estratégica**. São Paulo: Pioneira, 1995.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 7^a ed. São Paulo: Harbra, 1997.

HOLANDA, Nilson. **Planejamento e Projetos**. 3^a ed. Rio de Janeiro: APEC, 1975

HOME PAGE Serviço de Proteção ao Cheque/Clube de Diretores Lojistas de Florianópolis: www.spc.fln.org.br

HOME PAGE Tribunal Regional do Trabalho – TRT: www.trt12.gov.br

HOME PAGE Tribunal de Justiça do Estado de Santa Catarina - TJSC: www.tj.sc.gov.br

KOTLER, Philip e GARY, Armstrong. **Princípios de Marketing**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1993.

LEIRA, Jerônimo S. **Terceirização: uma alternativa de flexibilidade empresarial**. Porto Alegre: Sagra, 1995.

LEIRA, Jerônimo S. ,et al. **Terceirização passo a passo: o caminho para a administração pública e privada**. Porto Alegre: Sagra, 1995.

MATTAR, Fouse Najib. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento**. São Paulo: Atlas, 1997.

MINTZBERG, Henry. **Criando organizações eficazes: estrutura em cinco configurações**. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 1995

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e práticas.** 12ª ed. São Paulo, Atlas, 1998.

QUEIROZ, Carlos. **Manual de terceirização: onde podemos errar no desenvolvimento e implantação dos projetos e quais são os caminhos do sucesso.** São Paulo: STS, 1992.

SANVICENTE, Antônio Zoratto. **Administração financeira.** 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1987.

STONER, James A. F., FREENAN, R Edward. **Administração.** 5ª ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1995.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projeto e relatório de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 1998.

WELSCH, Glen A. **Orçamento Empresarial.** 4ª ed. São Paulo: atlas, 1983

WOILER, Samsão, MATHIAS, Franco W. **Projetos: Planejamento, elaboração, análise.** São Paulo: Atlas, 1996.

ANEXO 1 – Questionário

QUESTIONÁRIO

Essa pesquisa tem como objetivo caracterizar os empregadores e a existência de um mercado para o serviço oferecido, que é o de informar os antecedentes (criminais, trabalhistas, civis e/ ou dívidas protestadas em cartório) de um candidato a emprego, tornando assim a contratação mais segura.

Nome do pesquisador:Data: ___/___/___

Nome do Entrevistado:Fone:.....

Endereço:Cidade:

Assinale a resposta escolhida.

1. Sexo do entrevistado:

- Masculino
- Feminino

2. Qual a sua idade?

- 20 a 30 anos
- 30 a 40 anos
- 40 a 50 anos
- 50 a 60 anos
- mais de 60 anos

3. Estado civil:

- Solteiro
- Casado
- Divorciado/separado/desquitado
- Viúvo
- Outros

4. Qual a sua renda familiar mensal? (se casado/a, some as rendas)

- Até 1.000,00 reais
- De 1.000 a 2.000 reais
- De 2.000 a 3.000 reais
- De 3.000 a 4.000 reais
- De 5.000 a 6.000 reais
- Mais de 6.000,00 reais

5. Qual a sua principal atividade?

- Funcionário Público
- Comerciante
- Profissional liberal
- Sócio/dono de empresa. Qual área?.....
- Dona de casa
- Funcionário de empresa privada
- Autônomo
- Desempregado/aposentado
- Outros Qual?.....

6. Quantos empregados possui em casa?

- Nenhum
- 1
- 2
- 3
- 4
- Mais de quatro

7. Quantos empregados possui na área de atuação?
- Nenhum
 - 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - Mais de cinco. Quantos?.....
8. Antes de contratar, obtém referências de seus empregados?
- Sim
 - Não
 - Às vezes
9. Quantas contratações realiza em média por ano?
- Menos de uma
 - De 1 a 3 contratações por ano
 - De 3 a 6 contratações por ano
 - De 6 a 12 contratações por ano
 - Mais de 12 contratações anuais. Quantas?.....
10. Admitiria um empregado com antecedentes criminais?
- Sim
 - Não
 - Não sabe
11. Admitiria um empregado com antecedentes trabalhistas?
- Sim
 - Não
 - Não sabe

12. Admitiria um empregado com antecedentes civis?

- Sim
- Não
- Não sabe

13. Admitiria um empregado com dívidas protestadas em cartório?

- Sim
- Não
- Não sabe

14. Já teve de efetuar demissão em virtude de ato lesivo (furto, ameaça, agressão, descuido com equipamentos) praticado pelo empregado contra o empregador ou seu patrimônio?

- Sim
- Não

15. Quanto pagaria por uma informação confiável a respeito dos antecedentes (criminais, trabalhistas, civis e/ou dívidas protestadas em cartório) de um candidato a emprego?

- Nada
- 10 a 20 reais
- 20 a 30 reais
- 30 a 40 reais
- 40 a 50 reais
- mais de 50 reais

ANEXO 2 - Contrato Social e Roteiro de firma individual

CONTRATO SOCIAL

Pelo presente instrumento particular, **EDUARDO HAVERROTH MACIEL**, brasileiro, solteiro, maior, administrador, inscrito no CPF sob o nº 822 950 429 68, portador da cédula de identidade nº 2.959.949 (SSP/SC), residente e domiciliado na Rua João Meirelles, 185/301 – Florianópolis, SC e **PATRÍCIA HAVERROTH MACIEL**, brasileira, solteira, maior, professora, inscrita do CPF sob o nº 945 233 697 69, portadora da cédula de identidade nº 2.543.329 (SSP/SC), residente e domiciliada na Avenida Jornalista Rubens de Arruda Ramos nº 244/701- Florianópolis – SC, têm entre si justo e contratado a constituição de uma sociedade por quotas de responsabilidade limitada, que se regerá pelas cláusulas e condições seguintes e, nas omissões, pela legislação específica que disciplina essa forma societária:

I - DA DENOMINAÇÃO

A sociedade gorará sob a denominação de EHM-PRESTADORA DE SERVIÇOS LTDA.

II – DA SEDE, FORO E DURAÇÃO

A sociedade terá sua sede na rua Felipe Schmidt, Ed. Dias Velho, Sala 501 – Florianópolis – SC, onde tem por seu foro para dirimir quaisquer dúvidas com relação ao presente instrumento, podendo estabelecer filiais ou sucursais em qualquer ponto do território nacional, e terá a duração por tempo indeterminado, iniciando suas atividades em 15 de agosto de 2001.

III – DOS OBJETIVOS SOCIAIS

A Sociedade terá por fim a exploração, por conta própria, do ramo de prestação de serviços de informação de antecedentes a empregadores.

IV – DO CAPITAL SOCIAL

O capital social é de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), dividido em dez mil quotas no valor de R\$ 1,00 (um real) cada uma, subscritas e integralizadas, neste ato, em moeda corrente deste país, da seguinte forma:

EDUARDO HAVERROTH MACIEL, 5.000 quotas no valor de R\$ 5.000,00.

PATRÍCIA HAVERROTH MACIEL, 5.000 quotas no valor de R\$ 5.000,00

V – DAS RESPONSABILIDADES E ADMINISTRAÇÃO

A responsabilidade dos sócios é, na forma da legislação em vigor, limitada a importância total do capital social, sendo que a sociedade será administrada por EDUARDO HAVERROTH MACIEL e PATRÍCIA HAVERROTH MACIEL, que se incumbirão de todas as operações e representarão a sociedade ativa e passiva, judicial e extrajudicialmente.

VI – DO USO DA FIRMA E REMUNERAÇÃO DOS SÓCIOS

O uso da firma será feito unicamente pelos sócios administradores, exclusivamente para os negócios da própria sociedade, sendo vedado obrigar a mesma em avais, abonos, fianças, ou quaisquer outras responsabilidades de mero favor se estranhas aos objetos sociais, bem como, é vedado aos sócios onerar ou gravar, de qualquer forma, as suas quotas em benefício de terceiros estranhos a sociedade.

PARÁGRAFO ÚNICO: O sócio no exercício de suas funções de gerente, terá o direito de uma retirada mensal, a título de pró-labore, que será sempre aquela permitida pela legislação do imposto sobre a renda, nunca inferior ao salário mínimo.

VII – DO EXERCÍCIO SOCIAL

O exercício social coincidirá com o ano civil, e, em 31 de dezembro de cada ano, será procedido o levantamento do balanço do exercício, sendo os lucros ou prejuízos apurados, distribuídos ou suportado pelos sócios, na proporção de suas quotas de capital;

PARÁGRAFO ÚNICO: A critério dos sócios e no atendimento da própria sociedade, o total ou parte dos lucros poderão ser destinados a formação de reservas de lucros, no critério estabelecido pela lei 6404/76, ou então, permanecer em lucros acumulados para a futura destinação.

VIII – DAS ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

As quotas da sociedade são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas sem o expreso consentimento da sociedade, cabendo em igualdade de preços e condições, o direito de preferência ao sócio que queira adquiri-las no caso de alguma quotista pretender ceder as que possui.

PARÁGRAFO ÚNICO: No caso de algum dos sócios desejar retirar-se da sociedade, deverá notificar o outro, por escrito, com antecedência de (trinta) dias, e seus haveres serão reembolsados na modalidade que se estabelece na cláusula IX, deste instrumento.

IX – EXTINÇÃO DA SOCIEDADE

No caso de falecimento, insolvência, interdição ou simples retirada de um dos sócios, a sociedade será extinta, levantando-se um balanço especial nesta data, e se convier aos herdeiros do pré-morto, insolvente ou interdito, que deverão manifestar-se num prazo de 30 (trinta) dias, será lavrado novo contrato social com a inclusão destes, com os direitos legais, ou então, receberão os seus haveres apurados até a data do balanço especial, em 12 (doze) prestações iguais e sucessivas, corrigidas monetariamente pelo índice oficial, vencendo a primeira a 30 (trinta) dias da data do balanço especial.

X – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Os sócios declaram não estarem incurso em nenhum dos crimes previstos em lei que lhes impeçam de exercer a atividade mercantil.

As omissões ou dúvidas que possam ser suscitadas sobre o presente contrato, serão supridas ou resolvidas com base no Decreto Lei nº 3708 de 10 de janeiro de 1919, e noutras disposições que lhe forem aplicáveis.

E por se acharem de perfeito acordo, em tudo quanto neste instrumento particular foi lavrado, obrigam-se a cumprir o presente, assinando-o na presença de duas testemunhas abaixo, em quatro exemplares de igual teor, com a primeira via destinada a registro e arquivamento na Junta Comercial do Estado.

Florianópolis (SC), 15 de abril de 2000

EDUARDO HAVERROTH MACIEL

PATRÍCIA HAVERROTH MACIEL

TESTEMUNHAS:

FULANO DE TAL
123.456 SSP/SC

CICRANO DE TAL
123.456 SSP/SC



ETAPAS PARA REGISTRO DE FIRMA INDIVIDUAL

1 ° PASSO : CONSULTA DE VIABILIDADE - PREFEITURA MUNICIPAL em que for instalada a sede do estabelecimento. Secretaria de Administração - Rua Conselheiro Mafra, 656 - Florianópolis - Fone 251.6000 - Formulário fornecido pela Prefeitura Municipal. Taxa: R\$ 15,59

2 ° PASSO: (FACULTATIVO) - CONSULTA PRÉVIA – RECEITA FEDERAL
Av. Osmar Cunha, 126 – Florianópolis – Fone: 229.2000 - Formulário fornecido pela Receita Federal

3 ° PASSO: REGISTRO DA EMPRESA - JUNTA COMERCIAL DO ESTADO - JUCESC - Av. Rio Branco, 154 – Florianópolis – Fone: 224.5599

- (*)Requerimento com tarja Azul
- (*)Declaração de Firma Individual (03 vias).
- (*)DARC - Documento de Arrecadação do Registro do Comércio (04 vias-R\$18,90)
- (*)DARF-Documento de Arrecadação de Receitas Federais (3 vias- R\$ 2,05 -Cód. 6621)
- Declaração de Microempresa(ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP) 2 vias.
- Fotocópias da Carteira de Identidade e CPF autenticadas.

4 ° PASSO: OBTENÇÃO DO CNPJ - RECEITA FEDERAL – Av. Prof. Osmar Cunha, 126 – Florianópolis – Fone: 229.2000

- OBS: TODOS OS ATOS JUNTO A RECEITA FEDERAL TERÃO QUE SER PROMOVIDOS PELO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA.
- (*) Ficha Cadastral da Pessoa Jurídica - FCPJ - 2 vias.
- Original da declaração de firma individual ou cópia autenticada.

5°PASSO: OBTENÇÃO DA INSCRIÇÃO ESTADUAL / SECRETARIA DA FAZENDA - Av. Mauro Ramos, 755 (em frente a Escola Técnica Federal de Santa Catarina)

- (*) FAC - Ficha de Atualização Cadastral (2 vias).
- (*) DAR - Documento de Arrecadação (3vias - R\$ 3,84 - código 2119).
- Fotocópia da Declaração de Firma Individual, com o número de registro JUCESC autenticada.
- Fotocópia da Ficha de CNPJ, com o respectivo número .
- Fotocópia da Declaração de ME ou EPP.
- Fotocópia do CPF, inclusive do Cônjuge, se for o caso autenticada.
- Fotocópia da Carteira de Identidade autenticada.
- Fotocópia do Comprovante de residência (conta de luz / telefone).
- Fotocópia autenticada Escritura / Contrato de locação do imóvel / Croqui de localização .

6 ° PASSO: OBTENÇÃO DE ÁLVARÁ E INSCRIÇÃO NO CADASTRO FISCAL - PREFEITURA MUNICIPAL / SECRETARIA DE FINANÇAS - Rua Alvaro de Carvalho, 145 1° andar – Florianópolis – Fone 224.3200.

- Declaração de Firma Individual, registrada na JUCESC.
 - CNPJ
 - Vistoria do Corpo de Bombeiros (Taxa: R\$ 0,18 o m2 - Guarnição Praça Pereira Oliveira – Fone: 229-6272).
 - Alvará sanitário da Divisão de Vigilância Sanitária, se for o caso. (Para empresas do ramo de alimentação é na Vigilância Sanitária do Município: Av. Beira Mar Norte n° 6.100 , em frente a Santa Fé Velúcos; demais ramos de atividade na Av. Rio Branco , 152 – Fone 225.1277).
- Um representante da empresa, munido da carteira de identidade, deverá frequentar Curso sobre Manipulação de Alimentos – Av. Rio Branco, 90 – Florianópolis. O Atestado de Saúde será fornecido a todos os manipuladores de alimentos, inclusive para eventuais colaboradores.
- Consulta de Viabilidade (já requerida no 1° passo).
 - CMC - Cadastro Municipal de Contribuintes (Ficha de Recadastramento Pessoa/jurídica - formulário fornecido pela Prefeitura)
 - Recolhimentos: Taxa de Expediente no valor de R\$ 19,00; Taxa de Licença para Localização-TLL, cujo valor é calculado de acordo com o número de empregados e o ramo de atividade; Taxa de Licença para Publicidade - TLP, se utilizar Placas de Identificação, R\$ 66,91, por placa; e Taxa de Fomento ao Turismo: para empresas que se beneficiam de alguma forma com o turismo, que tenham mais que três empregados. O valor varia de acordo com a atividade e o número de empregados.

(*) Formulários adquiridos em papelarias.



INSTRUÇÕES DE PREENCHIMENTO

FORMULÁRIO 1

Preencher com os dados relativos a qualificação de cada sócio, bem como outros dados relativos à sua cipação na sociedade.

Gerência e uso do nome comercial: Deverá ser indicado se o exercício da gerência será realizado em conjunto ou isoladamente.

O nome dos sócios deverá ser escrito por extenso.

Utilizar outro formulário 1, caso o número de sócios seja superior a 4.

FORMULÁRIO 2

Preencher todos os espaços com os dados correspondentes, tendo em vista que as cláusulas deste formulário são obrigatórias e essenciais ao contrato.

FORMULÁRIO 3

Todas as cláusulas deste formulário são padronizadas. Na cláusula 11 há espaço para complementação, for o caso.

FORMULÁRIO 4

Indicar o número de vias em que o contrato é elaborado, bem como o local e a data de sua assinatura.

Cada sócio deve assinar o instrumento sobre a linha correspondente.

Havendo mais de 4 sócios deve ser aproveitado o espaço existente para a assinatura dos demais sócios.

As testemunhas do ato devem assinar no espaço a elas reservado.

Observação: Os espaços não utilizados nos formulários devem ser anulados com um traço horizontal (—).



**CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE SOCIEDADE
POR COTAS DE RESPONSABILIDADE LIMITADA**

QUALIFICAÇÃO DOS SÓCIOS, PARTICIPAÇÃO NO CAPITAL E GERÊNCIA

Nome do Sócio (por extenso)					Data de Nascimento		
Nacionalidade	Estado Civil	Profissão	C.I.	Órgão Exp.	UF		
CPF		Endereço Completo				CEP	
N.º de Cotas		Capital Subscrito Cr\$		Capital Integralizado Cr\$			
Capital a Integralizar Cr\$		Forma e Prazo de Integralização					
Gerência e Uso do Nome Comercial							

Nome do Sócio (por extenso)					Data de Nascimento		
Nacionalidade	Estado Civil	Profissão	C.I.	Órgão Exp.	UF		
CPF		Endereço Completo				CEP	
N.º de Cotas		Capital Subscrito Cr\$		Capital Integralizado Cr\$			
Capital a Integralizar Cr\$		Forma e Prazo de Integralização					
Gerência e Uso do Nome Comercial							

Nome do Sócio (por extenso)					Data de Nascimento		
Nacionalidade	Estado Civil	Profissão	C.I.	Órgão Exp.	UF		
CPF		Endereço Completo				CEP	
N.º de Cotas		Capital Subscrito Cr\$		Capital Integralizado Cr\$			
Capital a Integralizar Cr\$		Forma e Prazo de Integralização					
Gerência e Uso do Nome Comercial							

Nome do Sócio (por extenso)					Data de Nascimento		
Nacionalidade	Estado Civil	Profissão	C.I.	Órgão Exp.	UF		
CPF		Endereço Completo				CEP	
N.º de Cotas		Capital Subscrito Cr\$		Capital Integralizado Cr\$			
Capital a Integralizar Cr\$		Forma e Prazo de Integralização					
Gerência e Uso do Nome Comercial							



CLÁUSULA 1ª – NOME COMERCIAL, SEDE E FORO

Nome Comercial

Sede (Endereço Completo - Rua, Praça, Av., Bairro, N.º e complemento/Município):

UF

CEP

Foro (Município, UF)

CLÁUSULA 2ª – CAPITAL SOCIAL

N.º de Cotas

Valor Unitário/Cota Cr\$

Capital Integralizado Cr\$

Capital e Integralizações Cr\$

Total do Capital Cr\$

Capital Total (por extensão)

Em Moeda

Em Bens Móveis Cr\$

Em Bens Imóveis Cr\$

Outros Cr\$

Forma e Prazo de Integralização

CLÁUSULA 3ª – PRAZO DE DURAÇÃO DA SOCIEDADE E TÉRMINO DO EXERCÍCIO SOCIAL

Início de Atividade

Indeterminado

Determinado até:

De cada ano

Término do Exercício Social

CLÁUSULA 4ª – RESPONSABILIDADE DOS SÓCIOS

A responsabilidade de cada sócio nas obrigações assumidas pela sociedade está limitada ao total do capital social.

CLÁUSULA 5ª – OBJETO SOCIAL



CLÁUSULA 6.ª – GERÊNCIA E USO DO NOME COMERCIAL

A gerência da sociedade e o uso do nome comercial serão exercidos pelo(s) sócio(s) indicado(s) na forma deste instrumento, vedado o uso do nome comercial em assuntos alheios aos interesses da sociedade.

CLÁUSULA 7.ª – RETIRADA "PRO-LABORE"

Os sócios poderão, de comum acordo e a qualquer tempo, fixar uma retirada mensal pelo exercício da gerência, a título de "pro-labore", respeitadas as limitações legais vigentes.

CLÁUSULA 8.ª – LUCROS E/OU PREJUÍZOS

Os lucros e/ou prejuízos apurados em balanço a ser realizado após o término do exercício social serão repartidos entre os sócios, proporcionalmente às cotas de cada um no capital social, podendo os sócios, todavia, optarem pelo aumento de capital, utilizando os lucros, e/ou compensar os prejuízos em exercícios futuros.

CLÁUSULA 9.ª – DELIBERAÇÕES SOCIAIS

As deliberações sociais de qualquer natureza, inclusive para a exclusão de sócio, serão tomadas pelos sócios cotistas que detenham a maioria do capital social.

CLÁUSULA 10 – FILIAIS E OUTRAS DEPENDÊNCIAS

A sociedade poderá, a qualquer tempo, abrir filiais e outros estabelecimentos, no país ou fora dele, por ato de sua gerência ou por deliberação dos sócios.

CLÁUSULA 11 – DISSOLUÇÃO DA SOCIEDADE

O falecimento, a interdição, a inabilitação e qualquer outra situação que implique em dissolução da sociedade permitirão ao(s) sócio(s) remanescente(s) admitir(em) novo(s) sócio(s) para a continuidade da empresa, na forma abaixo:



Os sócios declaram, sob as penas da Lei, que não estão incurso em quaisquer dos crimes previstos em Lei ou nas restrições legais que possam impedi-los de exercer atividades mercantis. E, estando os sócios justos e contratados assinam este instrumento em () vias, de igual teor e para o mesmo efeito, na presença das testemunhas abaixo:

_____ de _____ de _____
 CIDADE UF

ASSINATURAS/NOMES DOS SÓCIOS

Ass.: _____
 Nome: _____

Ass.: _____
 Nome: _____

Ass.: _____
 Nome: _____

Ass.: _____
 Nome: _____

ESPAÇO RESERVADO AO REGISTRO DO COMÉRCIO PARA AUTENTICAÇÃO E CHANCELADA

TESTEMUNHAS:

Ass.: _____
 Nome: _____

Ass.: _____
 Nome: _____

ANEXO 3 – Modelo de resultado da pesquisa



Requerente: Eduardo Haverroth Maciel	
End.: Rua João Meirelles, 185 apto 301 bairro Itaguaçu, Fpolis - SC.	Tel.: 2490308 91044600
Requerido: Paulo Affonso de Freitas Melro	
Carteira de Identidade: 2.959.949	C.P.F.: 822 950 653 - 68
Filiação: Luiz de Freitas Melro e Elza Moelmann	

RESULTADOS DA PESQUISA:

Juizado Cível

05 processos encontrados:

Como autor: 03

-Ação Ordinária de Cobrança n. 9310012-4 Situação atual: Realizado Acordo. Processo Arquivado (caixa 231/93).

-Ação de Reparação de danos n. 9500000-2 Situação atual: Interposto recurso.Processo remetido ao Tribunal de Justiça do Estado

-Ação de Alimentos n. 9610000-8. 1ª Vara da Família. Situação atual: Acordo realizado. Processo arquivado (caixa 334/96).

Como réu:

Nada consta

Juizado Criminal

Como Autor:

Nada consta

Como réu:

Nada consta

Justiça do Trabalho

01 processo encontrado:

Como reclamante:

Nada consta

Como reclamado: 01

- Ação Reclamatória Trabalhista n. AT7395/1999. Reclamante: Solange Aparecida Machado. 2ª Vara do trabalho de Florianópolis. Valor da causa: R\$ 2.000,00. Situação atual: Celebrado acordo. Processo arquivado em 21/02/00 (caixa 41).

Serviço de Proteção ao Crédito

Nada consta.

ANEXO 4 – Certidão do Fórum de Florianópolis

Poder Judiciário - Comarca da Capital

Saj Consulta de Processos - 1º Grau

Parâmetros de consulta: Nome Parte/Advogado Na pesquisa por nome, pesquisar as pessoas cujo nome completo é foneticamente igual ao nome informado

Consulta realizada em: 03/07/2001 - 15:32:21

Paulo Affonso de Freitas Melro (CPF 003.788.019-53 / RG 3/R 1.729.615)

Processos Seleccionados: 15

15) 023.00.032203-5	25/07/2000	Embargos à Execução
14) 023.93.004406-7	29/07/1993	Ação Ordinária
13) 023.93.004434-2	29/07/1993	Ação Ordinária
12) 023.93.005012-1	27/08/1993	Ação Ordinária
11) 023.93.005021-0	27/08/1993	Ação Ordinária
10) 023.94.025104-4	28/07/1993	Outros
9) 023.94.025108-7	25/08/1993	Outros
8) 023.94.025112-5	01/07/1994	Agravo de Instrumento
7) 023.94.034793-9	26/08/1993	Ação Ordinária
6) 023.95.026402-0	28/07/1993	Ação Ordinária
5) 023.95.026402-0 / 001	29/06/1999	Apelação Cível
4) 023.95.026402-0 / 002	06/04/2000	Execução de Sentença
3) 023.95.026893-0	26/08/1993	Ação Ordinária
2) 023.95.041075-2	26/08/1993	Ação Ordinária
1) 023.96.029066-6	26/08/1993	Ação Ordinária

Query Server versão 1.0.3

[Principal](#) | [Home Page do Tribunal](#)

Poder Judiciário - Comarca da Capital

Saj Consulta de Processos - 1º Grau

Parâmetros de consulta: Número do Processo 023.95.026402-0

 Na pesquisa por nome, pesquisar as pessoas cujo nome completo é foneticamente igual ao nome informado

Consulta realizada em: 03/07/2001 - 15:35:58

Processo	023.95.026402-0 Ação Ordinária (ENCERRADO)
Distribuição	26/08/1998
Outros Números	*
Requerente	Paulo Affonso de Freitas Melro
Advogados	Silvio Feiber e outro
Requerido	Bradesco S/A
Advogados	Mário Vicente dos Passos e outro
Vara	6ª Vara Cível / Capital
Localização:	Advogado (25/06/2001) Carga 863/01 Dr. Sílvio Feiber F= 224- 1028

ÚLTIMOS 3 MOVIMENTOS

02/06/2000	Processo Arquivado Definitivamente reatuado como execução de sentença sob o nr. 02395026402-0/002, a qual receberá todas as futuras movimentações
16/05/2000	Aguardando Outros Autuar exec. sent./exp. mandado
07/04/2000	Concluso para Despacho(Juiz: Maria do Rocio Luz Santa Ritta) com petição solicitando execução de sentença

 Todas as Partes Todas as Movimentações

Query Server versão 1.0.3

[Principal](#) | [Home Page do Tribunal](#)

ANEXO 5 – Certidão do Fórum Regional do Estreito

Poder Judiciário Santa Catarina

Consulta de E-mails

[Institucional](#)

[Corregedoria](#)

[Cejur](#)

[Consultas](#)

[Concursos](#)

[Licitação](#)



Noticiário

- Concurso da Magistratura - Julgamento de Recursos
- Comunicado das Férias Coletivas
- Presidente do TJ inaugura Fórum de Coronel Freitas

Casas da Cidadania



**JUIZADOS DA CIDADANIA
EM TODOS OS MUNICÍPIOS**

Diretoria Financeira

- Relatório de Gestão Fiscal 2001 - 1º Quadrimestre
- Relatório de Gestão Fiscal 2000 - 2º Quadrimestre
- Relatório de Gestão Fiscal 2000 - 3º Quadrimestre

Confira o programa para o 1º Congresso Sul Brasileiro dos Conselhos Tutelares e de Direitos da Criança e do Adolescente veja mais

Links

- Governo do Brasil
- Governo do Estado
- Assembléia Legislativa
- Supremo Tribunal Federal
- Superior Tribunal de Justiça
- Conselho da Justiça Federal
- Ministério Público SC
- Tribunal de Contas
- Assoc. dos Mag. Catarinenses
- OAB-SC
- Legislação

[webmaster](#)

Terça-feira, 3 de julho de 2001

Consultas



- Pesquisa 1
- Pesquisa 2
- Jurisprudência
- Pautas de
- Biblioteca

Dicas

O que é TJSC PUSH?

Um programa para envio de mo processual, para e-mail ou celular. Para isso basta cadastrar-se.

[veja mais](#)

Rua: Álvaro Millen da Silveira, n
Florianópolis-Santa Catarina
C.E.P : 88020-901
Telefone : 0-XX 48-221-1000
Fax : 0-XX 48-221-1200
E-Mail : tjmail@tj.sc.gov.br

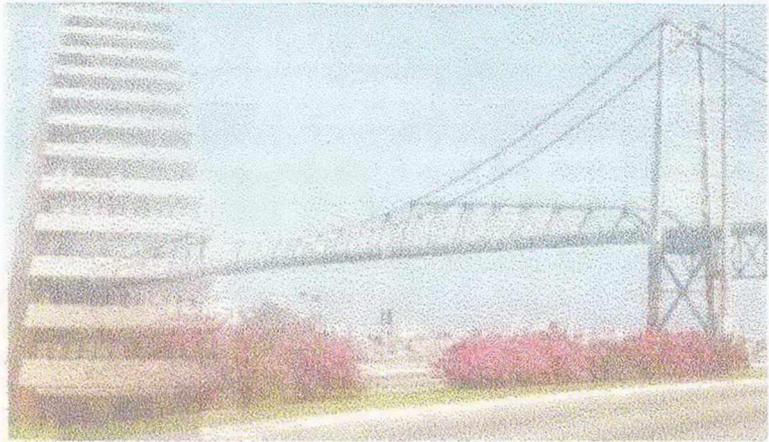
Poder Judiciário de Santa Catarina - Todos os direitos reservados

ANEXO 6 – Certidão do Tribunal Regional do Trabalho de Santa Catarina



Tribunal Regional do Trabalho de Santa Catarina 12ª Região

Rua Esteves Junior, 395 - Centro - Florianópolis - SC - CEP 88015-130
Fone: (48) 216-4000



1902729

visitantes
desde novembro/1997

FALE COM A ADMINISTRAÇÃO

Programa de visitação ao TRT

Sistema de Acompanhamento de Processos de Primeira Instância - Florianópolis Consulta pelo Nome das Partes

<p>Nome da Parte</p> <input style="width: 90%; border: none;" type="text" value="paulo affonso de freitas melro"/>	<p>Ano</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="background-color: #4a7ebb; color: white;">Todos</td></tr> <tr><td>2001</td></tr> <tr><td>2000</td></tr> <tr><td>1999</td></tr> <tr><td>1998</td></tr> </table>	Todos	2001	2000	1999	1998
Todos						
2001						
2000						
1999						
1998						

- Todos
 Processos em andamento
 Processos arquivados

Observação: Preferencialmente realize suas consultas sem a utilização de acentos. Se você não encontrar o processo desejado, tente refazer a consulta utilizando acentuação.

Sistema de Acompanhamento de Processos de Primeira Instância - Florianópolis

Número de processos encontrados: 1

Processo	Nº Antigo	Autor	Réu
1 7395/1999	-----	SOLANGE APARECIDA MACHADO	PAULO AFFONSO DE FREITAS

 [Nova consulta](#)

Sistema de Acompanhamento de Processos de Primeira Instância - Florianópolis

Nº Processo: AT7395/1999 - **ARQUIVADO**
Data de Autuação: 09-12-1999
Número de Volumes: 1
Número de Volumes Apartados: 0
Vara do Trabalho: 02 VARA DO TRABALHO DE FLORIANÓPOLIS
Valor da Causa: R\$ 2000,00
Réu: PAULO AFFONSO DE FREITAS MELRO
Autor: SOLANGE APARECIDA MACHADO
Advogado: GILSON GENESIO DOS SANTOS (OAB: 4073/SC)

Histórico do Processo

Data	Tramitação
13-03-00	SEARQ - P-07 / C-41
29-02-00	Remet. a(o) SEARQ - SERVIÇO DE ARQUIVO DO TRT DA 12ª REGIAO - ARQUIVAMENTO
21-02-00	Arquivado
21-02-00	INICIAL às 14:10 - ARQUIVADO EM AUDIÊNCIA - 1) DIREÇÃO 2) AO ARQUIVO
21-02-00	Prot. PETIÇÃO - PARTES - REQ. HOMOLOGAÇÃO ACORDO
10-01-00	Emitida Intimação Inicial ao Autor - ECT (AR)
10-01-00	Emitida Citação Inicial ao Réu - ECT (AR)
09-12-99	Autuado

 [Nova consulta](#)

ANEXO 7 – Certidão do Sistema de Proteção ao Cheque

CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS DE FLORIANÓPOLIS

[Sobre a CDL](#)

[SPC e Lig Cheque](#)

[Serviços à População](#)

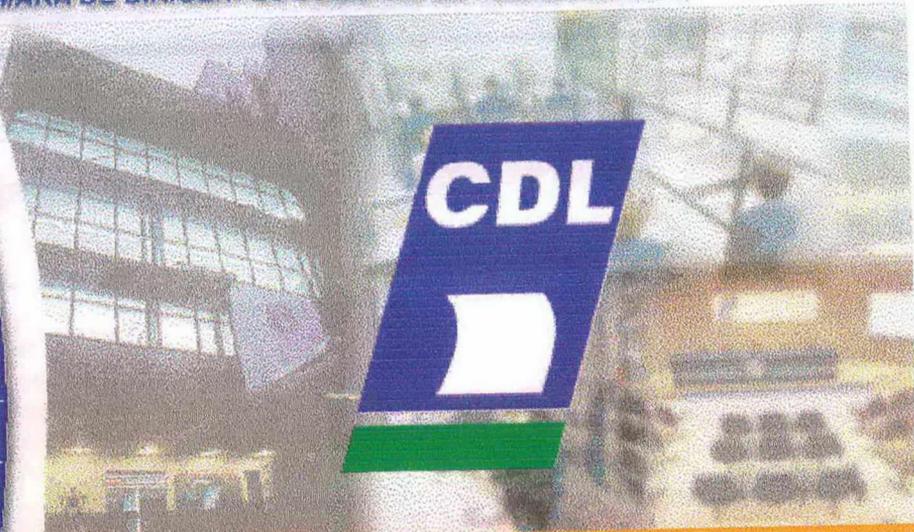
[Apoio aos Associados](#)

[Eventos e Notícias](#)

[Infraestrutura](#)

[Mapa do Site](#)

[Contato e Email](#)



CONSULTAS ONLINE

SERVIÇOS ONLINE



SPC

Faça sua consulta



Cartão do SPC

Sobre seg

Adm

ANEXO 8 – Modelo de ficha de dados e cadastro

CADASTRO Nº

Data: / /

Requerente:	
End.:	Tel.:
Requerido:	
C.I.:	C.P.F.:
Filiação:	
Últ. Exp. Prof.:	

CADASTRO Nº

Data: / /

Requerente:	
End.:	Tel.:
Requerido:	
C.I.:	C.P.F.:
Filiação:	
Últ. Exp. Prof.:	

CADASTRO Nº

Data: / /

Requerente:	
End.:	Tel.:
Requerido:	
C.I.:	C.P.F.:
Filiação:	
Últ. Exp. Prof.:	

CADASTRO Nº

Data: / /

Requerente:	
End.:	Tel.:
Requerido:	
C.I.:	C.P.F.:
Filiação:	
Últ. Exp. Prof.:	

CADASTRO Nº

Data: / /

Requerente:	
End.:	Tel.:
Requerido:	
C.I.:	C.P.F.:
Filiação:	
Últ. Exp. Prof.:	

CADASTRO Nº

Data: / /

Requerente:	
End.:	Tel.:
Requerido:	
C.I.:	C.P.F.:
Filiação:	

ANEXO 09 – Modelo de panfleto

Saiba quem você está contratando!

Fornecemos informações precisas e confiáveis a respeito de seu futuro empregado

Indicado para:

- ✓ Empregados domésticos;
- ✓ Empresas;
- ✓ Seguranças;
- ✓ Motoristas;
- ✓ Qualquer atividade que exija confiança.

Verificamos os antecedentes:

- ✓ Criminais;
- ✓ Cíveis;
- ✓ Trabalhistas;
- ✓ Cartórios.



**Antes de contratar, fale conosco!
Não permita que um desconhecido entre
em sua casa ou empresa sem antes
saber algumas informações importantes...**

SEG
Consultoria

0[xx48] 249-0308

0[xx48] 9104-4600