



**UNIFEOB**  
**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO**  
**OCTÁVIO BASTOS**  
**ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE**  
**CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**PROJETO INTEGRADO**  
**PASSIVOS TRABALHISTAS NAS EMPRESAS**  
**PADARIA SABOR DA MANHÃ**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

OUTUBRO, 2019

UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS  
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
**CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**PROJETO INTEGRADO**  
**PASSIVOS TRABALHISTAS NAS EMPRESAS**  
**PADARIA SABOR DA MANHÃ**

MÓDULO GESTÃO QUANTITATIVA

FUNDAMENTOS DE DIREITO E ESTRUTURAÇÃO EMPRESARIAL  
– PROFª JULIANA MARQUES BORSARI

GESTÃO DE PASSIVOS TRABALHISTAS – PROFª JULIANA  
MARQUES BORSARI

ESTUDANTES:

Josiane Fernanda de Mira, RA 18000768

Juliana Munhoz Zucherato, RA 1012018200426

Leandro Pereira Muniz, RA 18000927

Luana Cristina Bernardo, RA 18001315

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

OUTUBRO, 2019

# SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA .....	5
3. PROJETO INTEGRADO .....	7
3.1 FUNDAMENTOS DE DIREITO E ESTRUTURAÇÃO EMPRESARIAL.....	7
3.1.1 ESTABELECIMENTO E PONTO EMPRESARIAL .....	7
3.1.2 NOME EMPRESARIAL, TÍTULO DO ESTABELECIMENTO, MARCAS E PATENTES .....	11
3.1.3 O CAPITAL SOCIAL .....	17
3.2 GESTÃO DE PASSIVOS TRABALHISTAS .....	20
3.2.1 REMUNERAÇÃO E SALÁRIO .....	20
3.2.2 OBRIGAÇÕES TRABALHISTAS E PREVIDENCIÁRIAS .....	21
3.2.3 PASSIVOS TRABALHISTAS .....	30
4. CONCLUSÃO .....	34
REFERÊNCIAS .....	35

# 1. INTRODUÇÃO

Para criação de novos negócios é necessário o conhecimento na área à qual deseja-se sucesso, qualificação para atuar e conhecimento para destacar o negócio dos demais concorrentes serão um diferencial. Mas não é somente o conhecimento na área escolhida de atuação que será necessário para o nascimento da empresa, conhecimento das regras jurídicas aplicáveis à atividade empresarial é de suma importância para o sucesso esperado. Durante o planejamento, na organização e na condução da empresa é indispensável saber o que é proibido e obrigatório para a atuação mercantil.

No momento de abertura de uma empresa é necessário pensar no conjunto de fatores para o desempenho da atividade, individualmente ou por meio de uma sociedade empresária, definir o nome empresarial, título do estabelecimento, o ponto de localização e também nas futuras contratações para realização do trabalho.

No Brasil, quando começamos uma organização, necessariamente temos pessoas empregadas para o desenvolvimento das funções e essa relação entre empregado e empregador é estritamente importante. Recentemente houve a Reforma Trabalhista, à qual trouxe mudanças significativas na consolidação das Leis do Trabalho, o objetivo da reforma é combater o desemprego e a crise econômica no país.

Nosso modelo de negócio é a abertura de uma padaria com atendimento em loja física e com entregas a domicílio com o auxílio de tecnologia de aplicativos e agilidade na entrega. Para melhor atendimento ao público e melhor acesso aos arredores da cidade nosso empreendimento localiza-se na praça da cidade, com amplo espaço interno e funcionários qualificados.

A partir do momento em que a empresa vai preenchendo o quadro de funcionários, para que a relação entre as partes seja benéfica, é importante que os interesses mútuos sejam levados em consideração e respeitados, evitando, dessa forma, os conflitos trabalhistas. As relações trabalhistas estabelecem o cumprimento de uma série de rotinas trabalhistas por parte da empresa, o que geralmente é realizada por uma pessoa específica ou, dependendo do tamanho da organização, pelo departamento pessoal responsável pelo controle e monitoramento desses detalhes. Como exemplo dessas atividades, temos: pagamento de salários, registros de funcionários e pagamento de

contribuições sindicais. Todas essas obrigações são monitoradas pelo Ministério do Trabalho e Emprego, que coloca à disposição da sociedade um local para representá-lo na maioria das cidades brasileiras.

Atualmente, a área de gestão de pessoas é peça-chave para um bom relacionamento entre gestores, colaboradores e sindicatos, pois não é somente as condições de trabalho que devem ser favoráveis. Para que as relações entre todos os envolvidos, nas chamadas relações trabalhistas, sejam estabelecidas de maneira saudável e até mesmo que conflitos, como a greve, sejam evitados, é de grande importância que os gestores ajam de acordo com as leis trabalhistas vigentes.

## 2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Nesse projeto, a proposta foi a criação de um empreendimento na área de alimentação, a qual se mostra em plena expansão nos últimos tempos, de modo a atender além daquele cliente fiel e que tem o hábito de ir à padaria para comprar produtos para o seu café da manhã, também proporcionar uma comodidade ao cliente que não tem tempo ou disposição para ir todos os dias até à padaria e adquirir o seu merecido “café da manhã”.

Foi pensando nisso que se idealizou um estabelecimento comercial, tipo padaria, que além de funcionar fisicamente, também coloca à disposição de seus clientes e consumidores um aplicativo onde é possível visualizar os produtos disponíveis naquele dia, efetuar a compra e o pagamento “on-line”, bem como agendar o melhor horário para entrega do seu pedido.

A criação desse empreendimento novo foi idealizada levando-se em conta o fato de que nem todas as pessoas têm tempo para ir a uma padaria e comprar os produtos para fazer seu café da manhã de forma saudável e com qualidade.

Tanto é certo que assistimos, hoje em dia, a correria do dia a dia: pais que trabalham e saem de casa cedo e não têm tempo para preparar o café da manhã com amor e qualidade.

Com este sistema, além de atender uma maior clientela, também estará otimizando o serviço da empresa, introduzindo-a num ramo “vip” e totalmente diferenciado.

Assim, considerando essa nova rotina familiar vivida pela maioria das famílias modernas, pensou-se na criação de uma empresa, denominada “**PADARIA SABOR DA MANHÃ**” que, pelo nome, já é possível identificar o propósito deste empreendimento, qual seja, proporcionar às famílias modernas aquele “sabor” e “cheirinho” tão peculiar e tão presente nas casas de nossas antigas avós, onde tudo era fresquinho e preparado com muito carinho.

O objetivo da criação deste empreendimento inovador é justamente resgatar a união das famílias (pais e filhos) ao redor de suas mesas para um “café da manhã” tranquilo, cheio de delícias caseiras e regado de comodidade.

A marca “**PADARIA SABOR DA MANHÃ**” possui em seu logo dois ramos de trigo (matéria prima da farinha), chapéu de confeitiro e pão quentinho como se tivesse acabado de sair do forno.

A ideia é justamente despertar no consumidor o gosto em retomar o hábito matinal do “café da manhã”, onde tudo pode ser preparado pela empresa (Padaria) e entregue diretamente ao cliente em dia e hora previamente agendados, tudo fresquinho e quentinho.

Embora a criação desse empreendimento possa parecer um pouco “ousado”, vai de encontro às necessidades de milhares de famílias que se apresentam hoje em dia numa verdadeira “loucura” diária e sem tempo e disposição para preparar adequadamente seu café da manhã.

A estrutura desse empreendimento é composta por uma loja física – tipo padaria convencional, onde clientes se dirigem até o estabelecimento comercial para escolher e comprar pão, frios, bolos, leite, café, sucos etc.; mas também, disponibiliza aos seus clientes “vip” um jeito rápido, fácil e diferenciado de receber em casa o seu “café da manhã”, o qual será apresentado por intermédio de um aplicativo no celular ou tablete no qual o cliente visualiza os produtos oferecidos pela empresa (Padaria), clica no produto, quantidade, escolhe forma de pagamento e agenda horário de entrega e endereço, tudo “on-line”.

O conceito desse empreendimento é oferecer diferentes tipos de pães, pães sofisticados, lanches previamente montados, fatias de bolo de vários sabores, bolacha samanta, bem casados, bolachinhas de nata e “dedal de fada”, café coado na hora, leite quentinho, suco geladinho, e ainda, taças de salada de frutas, frutas fresquinhas, enfim, tudo para fazer o ritual do “café da manhã” ser uma refeição perfeita!

Nesse empreendimento, a concorrência, inicialmente, mostra-se com as padarias convencionais, porém face à inovação proposta pela empresa aqui idealizada certamente irá se destacar pela nova sugestão de vida mais prática, saudável e sofisticada.

A ideia é trazer um novo conceito de “Vida Moderna”!

## **3. PROJETO INTEGRADO**

### **3.1 FUNDAMENTOS DE DIREITO E ESTRUTURAÇÃO EMPRESARIAL**

#### **3.1.1 ESTABELECIMENTO E PONTO EMPRESARIAL**

A expressão estabelecimento empresarial parece se referir, numa primeira leitura, ao local em que o empresário exerce sua atividade empresarial. Trata-se, todavia, de uma visão equivocada, que representa apenas uma noção vulgar da expressão, correspondendo tão somente ao sentido coloquial que ela possui para as pessoas em geral.

O conceito técnico-jurídico de estabelecimento empresarial, todavia, é algo mais complexo. No dizer de Oscar Barreto Filho, autor da mais completa obra sobre o tema no Brasil, “é o complexo de bens, materiais e imateriais, que constituem o instrumento utilizado pelo comerciante [hoje empresário] para a exploração de determinada atividade mercantil [hoje empresa]”.

Trata-se, em suma, de todo o conjunto de bens, materiais ou imateriais, que o empresário utiliza no exercício da sua atividade. Esta foi, aliás, a definição dada pelo legislador do Código Civil, que resolveu tratar especificamente do tema, ao contrário do que ocorria antes, já que até a edição do Código Civil de 2002 o estabelecimento era tratado basicamente na seara doutrinária.

Com efeito, o art. 1.142 dispõe que “considera-se estabelecimento todo complexo de bens organizado, para exercício da empresa, por empresário, ou por sociedade empresária”.

Confira-se, a propósito, a seguinte decisão do STJ:

*(...) 3. O “estabelecimento comercial” é composto por patrimônio material e imaterial, constituindo exemplos do primeiro os bens corpóreos essenciais à exploração comercial, como mobiliários, utensílios e automóveis, e, do segundo, os bens e direitos industriais, como patente, nome empresarial, marca registrada, desenho industrial e o ponto (...)* (REsp 633.179/MT, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, Quarta Turma, j. 02.12.2010, DJe 01.02.2011).



Portanto, o local em que o empresário exerce suas atividades – ponto de negócio – é apenas um dos elementos que compõem o estabelecimento empresarial, o qual, como visto, é composto também de outros bens materiais (equipamentos, máquinas etc.) e até mesmo bens imateriais (marca, patente de invenção etc.).

A partir do momento em que um empresário (empresário individual ou sociedade empresária) se registra na Junta Comercial e adota um nome empresarial, poderá iniciar suas atividades, sendo preciso, para tanto, que organize seu estabelecimento empresarial. Sendo assim, se foi constituída uma sociedade empresária limitada para explorar a atividade de fabricação e venda de artigos em couro, será necessário alugar ou adquirir um ponto de negócio, comprar máquinas e equipamentos, adquirir insumos e matéria-prima, contratar funcionários, criar e registrar uma marca, desenvolver uma determinada tecnologia de produção (que pode até ser patenteada) etc.

Tudo isso comporá, portanto, o estabelecimento empresarial dessa sociedade.

Um dos principais elementos do estabelecimento empresarial é o chamado ponto de negócio, local em que o empresário exerce sua atividade e se encontra com a sua clientela. Nos dias atuais, não se deve entender o ponto de negócio apenas como local *físico*, em função da proliferação dos negócios via internet. Assim, o ponto pode ter existência física ou virtual. Este seria o *site*, ou seja, o endereço eletrônico por meio do qual os clientes encontram o empresário. Em suma: o *site* de determinado empresário individual ou sociedade empresária é o seu *ponto empresarial virtual* ou *ponto de negócio virtual*.

Sendo o ponto de negócio, um dos mais relevantes elementos do estabelecimento empresarial, senão o mais relevante, o ordenamento jurídico lhe confere uma proteção especial, que se manifesta, sobretudo, quando o ponto é alugado.

Essa proteção especial conferida ao ponto de negócio pelo arcabouço jurídico-comercial é caracterizada, basicamente, pela possibilidade de o empresário locatário permanecer no imóvel locado mesmo contra a vontade do locador.

Para a escolha do ponto de negócio ou ponto comercial é imprescindível que se atente para a sua localização, que é de fundamental importância para o sucesso do negócio.

O melhor ponto não é o mais barato ou o mais caro, o maior ou o menor. É aquele que possui as características físicas, adequação ao público do negócio ou franquia e

condições comerciais e legais que propiciem a melhor relação custo-benefício e deem mais segurança aos empresários/franqueados na condução de seus negócios.

Segundo Valéria Duarte, diretora da *Geofusion* (Inteligência Geográfica de Mercado), antes de bater o martelo, há muitos detalhes a serem avaliados. “*O melhor local varia de acordo com o produto ou serviço oferecido e, principalmente, com o perfil do consumidor*”. Para a especialista, é preciso olhar para o negócio e entender “*quem é o seu público-alvo e qual é o volume de clientes necessário*” para manter a empresa, recomenda.

Nesse sentido, 7 (sete) dicas para facilitar na escolha do Ponto Comercial:

1- **Comece entendendo o seu público alvo:** Entender o público consumidor é o primeiro passo para escolher uma localização adequada para o seu negócio. Sandra Fiorentini, consultora jurídica do Sebrae-SP, exemplifica: “*Se as classes A e B são o foco do negócio, é interessante oferecer espaço para estacionamento; e se o perfil está nas classes C e D, o empreendedor deve procurar locais mais populares, com fácil acesso a transportes públicos*”. Além disso, há outros pontos a se analisar, por exemplo: seu público consome seu produto/serviço antes de ir para o trabalho ou na volta para casa? Questões assim podem fazer toda a diferença na escolha de um bairro ou de uma rua específica.

2- **Concentração de consumidores:** Compreendendo melhor o público consumidor, deve-se identificar os locais onde esse público se concentra: se em centros corporativos ou em bairros mais residenciais, se em locais de grande fluxo ou em espaços mais reservados, etc. Não adianta apenas escolher um local com muitas pessoas ou com boa visibilidade. É preciso pensar em um local em que estejam (ou passem) as pessoas certas, o público que realmente vai consumir seu produto ou serviço.

3- **Vizinho(s) concorrente(s):** Nem sempre é ruim ter concorrentes diretos como vizinhos. Pense nas praças de alimentação dos shoppings, por exemplo. Nesse caso, a compra é feita por comparação e a concorrência só estimula o consumo. Em outras situações, estar próximo a comércios e serviços complementares pode ser uma boa estratégia. Uma loja de calçados posicionada próxima a um comércio de roupas e acessórios, por exemplo, pode ter um fluxo interessante. Contudo, é recomendável fugir das vizinhanças inteiramente opostas.

4- **Acessibilidade:** Importante identificar como o seu cliente se locomove? De carro? De ônibus? A pé? Compreender o seu público faz toda a diferença para analisar pontos como:

- é preciso ter estacionamento no local?
- é fundamental estar próximo a paradas de ônibus ou saídas de metrô?
- faixas de pedestres e semáforos que facilitem o acesso podem ser interessantes? entre outros.

5- **Posicionamento na rua:** Sabia que farmácias e padarias posicionadas na direção de ida para os bairros ganham vantagens competitivas? Por outro lado, bancos, lotéricas e Correios ganham mais se ficarem na direção do Centro. Isso porque, as primeiras (farmácias e padarias) costumam ser mais visitadas na volta para casa, enquanto a ida aos bancos e lotéricas já é mais frequente no caminho do trabalho. Perceba como o comportamento de consumo do público pode influenciar na decisão de um bom posicionamento? Aliás, a visibilidade é outro ponto importante. Antes de decidir-se de vez por um imóvel, observe se não há nada prejudicando a visualização da fachada, como árvores, placas, fiações, etc.

6- **Zoneamento:** O Plano Diretor da sua cidade define um zoneamento para as construções? Em muitos lugares, a lei municipal define o que pode ou não ser construído em cada quarteirão da cidade: comércios, residências, área mista, industrial, etc. Atenção a isso. De nada adianta todos os outros pontos serem perfeitos, se não for possível conseguir o alvará para funcionamento do negócio por conta da legislação.

7- **Paciência e mãos à obra:** Encontrar a localização perfeita para sua empresa pode não ser uma tarefa muito fácil. Para isso, certamente será preciso dedicação na busca e muita paciência. Aliás, especialistas recomendam que, ao encontrar um ponto que pareça ideal, se faça várias visitas ao imóvel: de manhã, à tarde e à noite, durante a semana e aos fins de semana, de carro, de ônibus e também a pé, se for o caso. A questão é conhecer as peculiaridades do ponto para saber se é realmente adequado aos objetivos do seu negócio. E negocie o que for necessário.

### **3.1.2 NOME EMPRESARIAL, TÍTULO DO ESTABELECIMENTO, MARCAS E PATENTES**

Assim como todos nós, pessoas físicas, possuímos um nome civil, o qual nos identifica nas relações jurídicas de que participamos cotidianamente, os empresários – empresário individual, EIRELI ou sociedade empresária – também devem possuir um nome empresarial, que consiste, justamente, na expressão que os identifica nas relações jurídicas que formalizam em decorrência do exercício da atividade empresarial.

Em outras palavras, “nome empresarial é aquele sob o qual o empresário individual, empresa individual de responsabilidade Ltda. – EIRELI, as sociedades empresárias, as cooperativas exercem suas atividades e se obrigam nos atos a elas pertinentes” (art. 1.º, *caput*, da IN/DREI 15/2013).

O direito ao nome empresarial, segundo a doutrina majoritária, é um direito personalíssimo. A importância do nome empresarial como elemento identificador do empresário em suas relações jurídicas é tão grande que o Superior Tribunal de Justiça já decidiu que, havendo mudança de nome empresarial, deve haver a outorga de nova procuração aos mandatários da sociedade empresária.

*Processual civil. Agravo de instrumento. Artigo 544 do CPC. Agravo regimental. Falta de traslado de peça obrigatória. Procuração da empresa agravante. Modificação na denominação social da empresa. Necessidade de apresentação da procuração outorgada ao advogado da empresa com a nova denominação social. Agravo regimental desprovido. 1. A procuração outorgada ao advogado da empresa agravante é peça essencial para o conhecimento do agravo de instrumento. 2. Na hipótese de ocorrer modificação na denominação social da empresa, faz-se mister a apresentação da procuração da empresa com a nova denominação social, sob pena de não conhecimento do recurso. 3. Agravo regimental desprovido (STJ, AgRg no REsp 1.023.724-RS, Rel. Min. Luiz Fux, DJ 19.12.2008).*

Como sinal distintivo que identifica o empresário no exercício de sua atividade, o nome empresarial possui duas funções relevantes, uma de ordem subjetiva – de individualizar e identificar o sujeito de direitos exercente da atividade empresarial – e outra de ordem objetiva – de lhe garantir fama, renome, reputação etc.

É preciso tomar cuidado, todavia, para não confundir o nome empresarial com alguns outros importantes elementos de identificação do empresário, tais como a marca, o nome de fantasia (também chamado por alguns de título de estabelecimento ou insígnia), o nome de domínio e os chamados sinais de propaganda.

A marca é um sinal distintivo que identifica produtos ou serviços do empresário (art. 122 da Lei 9.279/1996). Sua disciplina está adstrita ao âmbito do direito de propriedade industrial.

O nome de fantasia, por sua vez, é a expressão que identifica o título do estabelecimento. Grosso modo, está para o nome empresarial assim como o apelido está para o nome civil. Muitas pessoas possuem apelidos e atendem por essa expressão nas suas relações informais com amigos e parentes, mas nas relações formais, obviamente, sempre se identificam com o seu nome civil.

Assim também ocorre com os empresários: nos contratos ou nos documentos públicos, por exemplo, o empresário sempre se identificará com o seu nome empresarial, não obstante se identificar para seus consumidores por meio de panfletos, dos uniformes dos funcionários ou do layout do estabelecimento mediante o seu nome de fantasia.

Infelizmente, o ordenamento jurídico-empresarial brasileiro não reserva proteção específica ao nome de fantasia ou título de estabelecimento. Sendo assim, na seara civil, sua proteção é feita com base na regra geral de proteção contra a prática de atos ilícitos, contemplada no art. 186 do Código Civil de 2002: “aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito”. Na seara penal, por sua vez, a proteção era conferida pelo art. 195 do Código Penal, revogado pela Lei 9.279/1996 (Lei de Propriedade Industrial, que, em seus arts. 191, 194 e 195, inciso V, passou a tratar do tema, assim dispondo: “reproduzir ou imitar, de modo que possa induzir em erro ou confusão, armas, brasões ou distintivos oficiais nacionais, estrangeiros ou internacionais, sem a necessária autorização, no todo ou em parte, em marca, título de estabelecimento, nome comercial, insígnia ou sinal de propaganda, ou usar essas reproduções ou imitações com fins econômicos. Pena – detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa” (art. 191 da LPI); “usar marca, nome comercial, título de estabelecimento, insígnia, expressão ou sinal de propaganda ou qualquer outra forma que indique procedência que não a verdadeira, ou vender ou expor à venda produto com esses sinais. Pena – detenção, de 1 (um) a 3

(três) meses, ou multa” (art. 194 da LPI); “comete crime de concorrência desleal quem: (...) V – usa, indevidamente, nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios ou vende, expõe ou oferece à venda ou tem em estoque produto com essas referências” (art. 195, inciso V, da LPI).

Em síntese: o uso indevido de título de estabelecimento (nome de fantasia) de outro empresário, ainda que essa expressão não seja registrada como marca ou nome desse empresário, é crime.

O *nome de domínio* é o endereço eletrônico dos *sites* dos empresários na internet, hoje muito usados para negociação de produtos e serviços, em razão do desenvolvimento do chamado *comércio eletrônico (e-commerce ou e-business)*.

A propósito, foi aprovado o Enunciado 7, da I Jornada de Direito Comercial do CJF: “O nome de domínio integra o estabelecimento empresarial como bem incorpóreo para todos os fins de direito”. Sobre nome de domínio, bem como sobre eventual conflito entre ele e o nome empresarial, decidiu o STJ que o simples fato de um empresário ou sociedade empresária ter registrado um nome empresarial que contenha uma determinada expressão não significa que ele tenha automaticamente o direito exclusivo de usar essa expressão como nome de domínio. Pode ocorrer, por exemplo, que aquela expressão já tenha sido usada por alguém em um nome de domínio.

Assim, por exemplo, se caso algum membro desta equipe de trabalho resolvesse ser empresário individual, explorando a atividade de padaria e produtos alimentícios, teria que se registrar na Junta Comercial e adotar uma expressão como nome empresarial. Poderia registrar-se, por exemplo, com o seguinte nome: *Josiane Fernanda de Mira Gêneros Alimentícios*. Este seria o nome empresarial, registrado na Junta Comercial do Estado em que for atuar.

Mas poderia identificar o negócio com um nome de fantasia, usando a seguinte expressão: *Padaria Sabor da Manhã*. Este seria o nome de fantasia.

Caso resolvesse identificar os produtos por ele produzidos, poderia criar uma marca e registrá-la, podendo ser a seguinte expressão: *Sabor da Manhã*. Esta seria a marca, que identificaria os produtos (pães, bolos, tortas etc) e seria registrada no INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial).

Por fim, poderia desenvolver-se um *site* na internet para vender seus produtos e divulgar seu negócio, usando o endereço <[www.padariasabordamanha.com.br](http://www.padariasabordamanha.com.br)>. Este seria o seu nome de domínio.

Perceba, portanto, que nome empresarial, nome de fantasia, marca e nome de domínio são coisas distintas e exercem funções distintas para o empresário que os utiliza. Segundo o art. 1.155 do Código Civil, “considera-se nome empresarial a firma ou a denominação adotada, de conformidade com este Capítulo, para o exercício de empresa”.

O Código distingue, portanto, duas espécies de nome empresarial: a) firma; e b) denominação. A firma, que pode ser individual ou social, é espécie de nome empresarial, formada por um nome civil – do próprio empresário, no caso de firma individual, do titular, no caso de EIRELI, ou de um ou mais sócios, no caso de firma social. O núcleo da firma é, pois, sempre um nome civil (por exemplo, *Josiane Fernanda de Mira* ou *J.F. de Mira*).

Destaque-se ainda que, na firma, pode ser indicado o ramo de atividade (no caso deste trabalho: *Josiane Fernanda de Mira Gêneros Alimentícios*). Trata-se, portanto, de uma faculdade, nos termos do art. 1.156, parte final, do Código Civil, que dispõe claramente que o titular da firma pode aditar, *se quiser*, expressão que designe de forma mais precisa sua pessoa ou o ramo de sua atividade.

A denominação, que pode ser usada por certas sociedades ou pela EIRELI – o empresário individual somente opera sob firma –, pode ser formada por qualquer expressão linguística (o que alguns doutrinadores chamam de *elemento fantasia*) e a indicação do objeto social (ramo de atividade), é obrigatória (vide arts. 1.158, § 2.º, 1.160 e 1.161, todos do Código Civil).

A doutrina aponta, portanto, que a firma é privativa de empresários individuais e sociedades de pessoas, enquanto a denominação é privativa de sociedades de capital (a EIRELI é uma exceção, podendo usar tanto firma quanto denominação). Assim, pode-se dizer que a firma é usada, em regra, pelos empresários individuais e pelas sociedades em que existam sócios de responsabilidade ilimitada (sociedade em nome coletivo, sociedade em comandita simples e sociedade em comandita por ações), enquanto a denominação é usada, em regra, pelas sociedades em que todos os sócios respondem de forma limitada (sociedade limitada e sociedade anônima).

Quanto aos bens imateriais protegidos pelo direito industrial, destaca-se: a patente de invenção, a de modelo de utilidade, o registro de desenho industrial e o de marca (LPI, art.2º, I, a III). O empresário titular desses bens – patente ou registro – tem o direito de explorar economicamente o objeto correspondente, com inteira exclusividade.

O empresário com sua marca registrada pode impedir que a concorrência se utilize da mesma marca, ou de alguma semelhante. Para que uma pessoa explore bem industrial patentado ou registrado (invenção, modelo, desenho ou marca), ela necessita da autorização ou licença do titular do bem. Como os demais bens integrantes do patrimônio do empresário, as patentes e registros podem ser alienadas por ato *inter vivos* ou *causa mortis*.

Nesse contexto, tem-se que a marca é o designativo que identifica produtos e serviços. Não se confunde com outros designativos presentes na empresa, assim o nome empresarial, que identifica o empresário e o título de estabelecimento, referido ao local do exercício da atividade econômica.

A marca desenvolvida neste trabalho corresponde ao desenho a seguir e certamente pode ser identificada com facilidade em razão de suas características simples, porém marcantes:



Para que uma marca possa ser registrada é indispensável o atendimento dos seguintes requisitos:

- **Novidade relativa** – não se exige da marca que represente uma novidade absoluta, isto é, a expressão linguística ou signo utilizado não precisam ser, necessariamente, criados pelo empresário.
- **Não colidência com marca notória** – as marcas notoriamente conhecidas, mesmo que não registradas no INPI, merecem a tutela do direito industrial, em razão da Convenção de Paris, da qual participa o Brasil (LPI, art.126).



- **Não impedimento** – a lei impede o registro, como marca, de determinados signos. Por exemplo, armas oficiais do Estado, nome civil, salvo autorização pelo seu titular etc (LPI, art.124).

A proteção da marca se restringe aos produtos e serviços com os quais o mercado pode ser confundido pelo consumidor. Se não houver a possibilidade de confusão – isto é, de o consumidor considerar que o fornecedor de certo produto ou serviço é o mesmo de outro com marca igual ou semelhante -, não decorrerá do registro nenhum direito de exclusividade.

O registro de marca tem a duração de 10 anos, a partir da sua concessão (LPI, art.133). Este, ao contrário do prazo da patente, é prorrogável por períodos iguais e sucessivos, devendo o interessado pleitear a prorrogação sempre no último ano de vigência do registro.

A patente, por sua vez, diz respeito à invenção ou ao modelo de utilidade. Sendo invenção o ato original do gênio humano. Toda vez que alguém projeta algo que desconhecia, estará produzindo uma invenção. E modelo de utilidade é o objeto de uso prático suscetível de aplicação industrial, com novo formato de que resulta melhores condições de uso ou fabricação. Não há, propriamente, invenção, mas acréscimo na utilidade de alguma ferramenta, instrumento de trabalho ou utensílio, pela ação da novidade parcial que se lhe agrega.

A patenteabilidade de invenções e modelos de utilidade está sujeita aos seguintes requisitos:

- **Novidade** - é necessário que a criação seja desconhecida pela comunidade científica, técnica ou industrial (numa palavra, os *experts* da área).

- **Atividade inventiva** - a lei define que a invenção apresenta inventividade quando não é uma decorrência óbvia do estado de técnica (LPI, art.13). Ao seu turno, o modelo de utilidade atende ao requisito, se não decorrer de maneira comum ou vulgar do estado da técnica, segundo o parecer dos especialistas no assunto (LPI, art.14).

- **Aplicação industrial** - somente a invenção ou modelo suscetível de aproveitamento industrial pode ser patenteado (LPI, art.15).

- **Não impedimento** - a lei proíbe, por razões de ordem técnica ou de atendimento ao interesse público, a patenteabilidade de determinadas invenções ou

modelos (LPI, art.18). São exemplos de impedimento legal: afronta à moral, aos bons costumes, à segurança, à ordem e à saúde públicas e outros.

Após o devido procedimento administrativo o INPI expedirá a respectiva patente, único instrumento de prova admissível pelo direito para demonstração da concessão do direito de exploração exclusiva da invenção ou do modelo de utilidade.

A patente tem prazo de duração determinado, sendo de 20 anos para a invenção e 15 para o modelo de utilidade, contados do depósito do pedido de patente (isto é, da data em que o pedido foi protocolado no INPI).

No presente trabalho, pensou-se num negócio inovador, no ramo de padaria e gêneros alimentícios, onde é posto à disposição do consumidor (que não tem tempo ou disposição para ir até a uma padaria para comprar produtos e fazer o seu café da manhã) um aplicativo para celular ou tablete, por meio do qual é possível visualizar os produtos disponíveis naquele dia, e também da semana, escolher a quantidade, clicando em seguida no ícone “comprar”, agendar dia, hora e endereço para entrega, efetuar o pagamento (via cartão de crédito ou débito), finalizando a compra. Tudo rápido, prático e seguro.

Possíveis patentes desse negócio seriam justamente esse “sistema” disponível por meio de um aplicativo para celular ou tablete, por meio do qual é possível fazer pedidos de um café da manhã completo, para entrega rápida em domicílio, em perfeita harmonia entre a empresa física e virtual, bem como seus funcionários e colaboradores.

### **3.1.3 O CAPITAL SOCIAL**

O conceito de capital social refere-se a uma capacidade de viver em comunidade, lato sensu, ou seja, de interagir socialmente de sorte a criar e manter contextos nos quais se manifeste um ethos de comunidade (espécie de síntese de costumes de um povo). Tal capacidade implica:

- subordinar interesses individuais aos de grupos maiores;
- trabalhar conjuntamente visando objetivos comuns;
- formar novas associações;
- compartilhar valores e normas para formar grupos e organizações estáveis, além de constituir e compartilhar a gestão destas.

Os economistas com frequência argumentam que a formação de grupos sociais pode ser explicada como resultado de um contrato voluntário entre indivíduos racionais,

que teriam concluído ser a cooperação útil aos seus interesses de longo prazo. Pensando-se dessa forma, a confiança não é necessária à cooperação. Basta o autointeresse esclarecido, somado a mecanismos legais, para formar organizações e instituições (Arruda et al.; 2003).

Assim, pela ótica convencional da economia, grupos podem ser formados a qualquer momento com base no autointeresse. Mas também é razoável argumentar que, embora contratos e autointeresse sejam fontes importantes de associação, as organizações mais eficientes são baseadas em comunidades de valores éticos compartilhados (Arruda et al.; 2003).

Tais grupos não precisam de contratos e medidas legais extensos para manter suas relações, porque um consenso moral prévio dá a seus membros uma base para a confiança mútua. A aquisição de capital social requer hábito em relação a normas morais de uma comunidade, o que significa adquirir, no devido tempo de convívio, virtudes como lealdade, honestidade e confiabilidade (Arruda et al.; 2003).

O capital social não pode ser adquirido simplesmente por indivíduos agindo por conta própria. Ele é baseado no predomínio de virtudes sociais e não apenas individuais.

Não raro, os governos têm que intervir para promover a participação política da sociedade civil quando há um déficit de sociabilidade espontânea.

Aqui emerge uma questão: como o capital social pode ser produzido, acumulado e reproduzido? Não existe uma resposta simples, já que o fenômeno emerge de um conjunto de fatores interligados, dependendo da história, do desenho institucional e da cultura cívica de cada país ou região. Mas argumento que, considerando-se o que até aqui foi exposto, são indicadores de capital social, por exemplo, a quantidade e a qualidade de organizações comunitárias, cooperativas, organizações sem fins lucrativos, empresas com certificação SA 8000 e códigos de conduta elaborados de forma participativa. Os governos que promovem tais indicadores contribuem para o aumento de capital social (Franco, 2001).

Franco sustenta que no período pós-industrial ou sociedade do conhecimento está emergindo a possibilidade de uma nova forma de comunidade, com o aparecimento de redes nas quais a interdependência e, muitas vezes, a diversidade e a flexibilidade, podem ser características de um novo padrão de organização social (Ashley, 2002).

Embora esse novo padrão não se estabeleça, pelo menos inicialmente, no conjunto da sociedade, pode surgir ou ressurgir em partes desse conjunto (Franco, 2001, p. 60).

A empresa, sendo uma sociedade Ltda, possui o capital social de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), dividido em 100.000 (cem mil) quotas de valor nominal de R\$ 1,00 (um real), integralizadas, neste ato em moeda corrente no País, pelos sócios:

Samuel Soares	50.000 quotas	R\$ 1,00	R\$ 50.000,00
Bernardo Soares	50.000 quotas	R\$ 1,00	R\$ 50.000,00
<b>Totalizando</b>	100.000 quotas	R\$ 1,00	R\$ 100.000,00

## **3.2 GESTÃO DE PASSIVOS TRABALHISTAS**

### **3.2.1 REMUNERAÇÃO E SALÁRIO**

A questão do envolvimento dos trabalhadores passa a ter papel fundamental na medida em que há uma emergente exigência de um perfil de trabalho que tem implicado em envolvimento do trabalhador para que este tenha iniciativas relacionadas com o controle da qualidade, a identificação de defeitos, a participação em grupos de melhorias e outras formas de ação que requerem disposição para participar (Becker, 1997).

Os planos adequados de recursos humanos são indispensáveis para a existência de um ambiente propício no interior das organizações, bem como para a existência de pessoas integradas e produtivas. Para muitos, o ponto de partida ou plano básico é o plano de cargos e salários, que dá sustentação para que outros planos, como o de carreira, treinamento e desenvolvimento, avaliação de desempenho e planejamento de recursos humanos, tenham um bom desenvolvimento.

A administração salarial, segundo Zimpeck (1992), tem constituído um componente vital para o crescimento e o progresso da organização. Esta é considerada um instrumento que gera meios para que se obtenha a melhoria da produtividade, a satisfação profissional e o controle de custos adequados.

A remuneração flexível pode ser inserida no atual contexto de flexibilização das relações de trabalho que provoca mudanças na gestão de pessoas, notadamente na gestão de salários. No Brasil, a regulamentação da lei de participação nos lucros e/ou resultados (PLR) por parte dos trabalhadores contribuiu significativamente para incrementar o debate e a implantação desta. Essa adoção revelou duas formas básicas no setor metalúrgico estudado: a convenção coletiva e os acordos coletivos de trabalho ou programas por empresa.

A empresa possui 9 funcionários: sendo 2 balconistas, 2 padeiros, 1 confeitiro, 1 operador de caixa, 1 faxineira e 2 entregadores, com as seguintes remunerações:

<b>CARGO</b>	<b>SALÁRIO</b>
Atendente/Balconista	R\$ 1.356,00
Confeiteiro	R\$ 1.582,06
Faxineira	R\$ 1.202,28
Motorista/Entregador	R\$ 1.683,60
Operador de caixa	R\$ 1.503,58
Padeiro	R\$ 1.634,28

### **3.2.2 OBRIGAÇÕES TRABALHISTAS E PREVIDENCIÁRIAS**

Fechar a folha, calcular as horas extras, programar férias, emitir holerites. Todos os meses a rotina do Departamento Pessoal conta com uma série de atividades recorrentes que não podem ser esquecidas. Além da remuneração mensal, também é dever do empregador efetuar o cálculo e recolhimento de todas as obrigações trabalhistas dos empregados registrados na folha.

Em um contrato de trabalho, o trabalhador cede à empresa sua capacitação técnica, seu conhecimento e seu tempo. Por conta disso, é remunerado. Só que para evitar práticas ilegais há várias contribuições obrigatórias recolhidas por quem contrata. Os objetivos são diversos: garantir a aposentadoria e/ou seguro-desemprego, os 30 dias de férias por ano, as verbas rescisórias e o sustento do empregado em situações de afastamento, por exemplo. Para o empregador, o objetivo é comum: garantir a atuação trabalhista dentro da lei.

Segue lista:

- **Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS):**

O depósito deve ser feito todo dia 7 de cada mês. Corresponde a 8% da remuneração bruta do trabalhador no mês anterior. O atraso no pagamento gera multas proporcionais.

- **INSS – Guia do Instituto Nacional de Seguro Social:**

Deve ser pago até o dia 20 de cada mês e a base de cálculo também é o salário do mês anterior, porém varia de acordo com a faixa salarial.

- **Imposto de Renda Retido na Fonte (IRRF):**

Também pago até o dia 20 de cada mês, recolhido pelo empregador e descontado em folha do empregado. A alíquota varia de acordo com a remuneração bruta.

Com os devidos recolhimentos feitos, é preciso enviar as informações atualizadas para os órgãos competentes. Estas obrigações são exclusivas do empregador e não passam por desconto em folha nem necessitam do trabalhador para serem enviadas.

- **Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED):**

Todos os meses, até o dia 7, é preciso enviar o CAGED da empresa ao Ministério do Trabalho e Emprego. A lista conta com o registro de todos os empregados registrados, contratados ou dispensados no mês anterior.

- **GFIP, SEFIP e GPS:**

Também no dia 7 de cada mês, o empregador deve transmitir à Previdência Social os arquivos referentes ao recolhimento de FGTS e às demais informações previdenciárias. Já a GPS – Guia de Previdência Social – deve ser paga e transmitida ao órgão até o dia 10. Uma cópia deve ser enviada ao sindicato das categorias de trabalhadores da empresa.

Além disso, há outras obrigações relacionadas à folha que também não podem ser esquecidas:

- **Pagamento:**

Por lei, deve ser efetuado até o 5º dia útil do mês. (Art. 459, §1º da CLT)

- **Férias e 13º salário:**

A cada 12 meses trabalhados, o empregado tem direito a 30 dias de férias remuneradas. (Art. 130 da CLT). Lembre-se que com a reforma trabalhista, as férias podem ser divididas em até três períodos. O 13º salário, por sua vez, pode ser pago em duas parcelas – a primeira até 30 de novembro e a segunda até 20 de dezembro.

- **Horas extras:**

Os prazos para pagamento ou compensação de horas extras variam e as disposições estão no Art. 59 da CLT. Convenções coletivas e acordos individuais são os principais determinantes em relação à forma de pagamento, enquanto os prazos máximos são definidos pela CLT.

- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal em que a empresa se enquadra (é obrigatório o recolhimento da Contribuição Sindical Patronal por ocasião da constituição da empresa e até o dia 31 de janeiro de cada ano);

- Alvará de licença sanitária - Adequar as instalações de acordo com o Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas). Em âmbito federal a fiscalização cabe a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, estadual e municipal fica a cargo das Secretarias Estadual e Municipal de Saúde.

Os equipamentos de proteção individual (EPI) proporcionam um ambiente de trabalho mais seguro e contribuem para a produtividade do serviço. A Lei Federal 6514/17, art. 166 e 167 exige à empresa que disponibilize todos os equipamentos necessários a seus funcionários assim como o treinamento. Os trabalhadores que exercem suas atividades em padarias necessitam da utilização de EPIs para todo corpo, como: touca, máscara respiratória, avental, mangas/mangotes, luvas e calçado de segurança; além da higienização das mãos para manuseio de diferentes alimentos e limpeza do piso, buscando evitar escorregões.

Sendo assim, o proprietário deve tomar providências afim de evitar estes riscos, com medidas de prevenção e controle. Dentre as medidas cabíveis, a utilização de EPIs tem caráter essencial e obrigatório, assim como o treinamento. Além disto, adequar bancadas a altura dos colaboradores; sinalizar os locais com desníveis e degraus; sinalização e instruções do uso de extintores; organizações de bancadas e do ambiente de trabalho; melhora na luminescência, sinalização de saídas de emergência e luzes de emergência; No caso do caixa colocar apoio para os pés, apoio para o uso de mouse e teclado, e um suporte para elevar a tela do computador que fique à altura dos olhos do operador e cadeira com encosto, apoio para os braços e elevação para acompanhar a altura da tela.

- **São também aplicáveis ao negócio de padaria as seguintes determinações legais:**

- Decreto-lei nº. 986, de 21 de outubro de 1969: institui normas básicas sobre alimentos diferentes tipos de resíduos na coleta seletiva.

- Lei 14.223/26/09/2006 e Decreto: 47950 – Dispõem sobre a colocação de cardápios na parte externa e sobre obrigatoriedade anúncios publicitários.



- Lei nº. 10.273, de 05 de setembro de 2001: É o decreto de proibição do emprego de bromato de potássio, em qualquer quantidade, nas farinhas, no preparo de massas e nos produtos de panificação.

- Lei nº. 12.560, de 8 de janeiro de 1998: Que dispõe sobre a utilização de água filtrada na feitura da massa de pão, e dá outras providências.

- Lei nº. 6.437, de 20.08.77 e o Decreto nº 77.052, de 19.01.76, Lei nº 6437, de 20 de agosto de 1977: Configura infrações à legislação sanitária federal, estabelece as sanções respectivas e estabelece a necessidade da responsabilidade técnica.

- Lei nº. 12.389 de 11 de outubro de 2005 - Dispõe sobre a doação e reutilização de gêneros alimentícios e de sobras de alimentos e dá outras providências.

- Portaria DINAL/MS nº. 09, de 23 de fevereiro de 1990 - Dispõe sobre os produtos passíveis de dispensa da obrigatoriedade de registro na DINAL.

- Portaria n. 003 do Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial de 10 de janeiro de 1997. Dispõe sobre a comercialização do pão francês, ou de sal, a peso (pesagem na presença do consumidor) ou unidades de peso nominal definido.

- Portaria nº 42 - CVS/MS de 14/01/98 (Legislação Federal) – Dispõe sobre a Rotulagem de Produtos Embalados.

- Portaria nº 146 / 2006 – INMETRO – Dispõe sobre a venda de pão por peso.

- Portaria SVS/MS nº 326, de 30 de julho de 1997: Aprova o Regulamento Técnico sobre "Condições Higiênico-Sanitárias e de Boas Práticas de Fabricação para Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos".

- Portaria nº. 370, de 26 de abril de 1999: É a portaria que libera o uso do aditivo INS 171 dióxido de titânio na função de corante para coberturas e xaropes para produtos de panificação e biscoitos, de acordo com a sua função corante e em quantidades suficientes para obter o efeito tecnológico necessário.

- Portaria nº 12 10/06 - Aprova o regulamento técnico de boas práticas. Estabelece critérios / procedimentos operacionais padronizados para produção de alimentos.

- Portaria nº 1428, de 26 de novembro de 1993: Aprova, na forma dos textos anexos, o "Regulamento Técnico para Inspeção Sanitária de Alimentos", as "Diretrizes para o Estabelecimento de Boas Práticas de Produção e de Prestação de Serviços na Área

de Alimentos" e o "Regulamento Técnico para o Estabelecimento de Padrão de Identidade e Qualidade (PIQ's) para Serviços e Produtos na Área de Alimentos". Determina que os estabelecimentos relacionados à área de alimentos adotem, sob responsabilidade técnica, as suas próprias Boas Práticas de Produção e/ou Prestação de Serviços, seus Programas de Qualidade, e atendam aos PIQ's para Produtos e Serviços na Área de Alimentos.

- Resolução RDC nº. 39, de 21 de março de 2001: É a que aprova a Tabela de Valores de Referência para Porções de Alimentos e Bebidas Embalados para Fins de Rotulagem Nutricional.

- RDC nº 90, de 18 de outubro de 2000. Aprova o regulamento técnico para fixação de identidade e qualidade de pão.

- Resolução RDC nº. 91, de 11 de maio de 2001 - Aprova o Regulamento Técnico: Critérios Gerais e Classificação de Materiais para Embalagens e Equipamentos em Contato com Alimentos constante do Anexo desta Resolução.

- Resolução nº 105, de 19 de maio de 1999 - Aprova os Regulamentos Técnicos: Disposições Gerais para Embalagens e Equipamentos Plásticos em contato com Alimentos. Resolução de Diretoria Colegiada.

- Resolução RDC nº. 216 da ANVISA, de 15 de setembro de 2004 - Em vigor dia 15 de março de 2005. Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação.

- Resolução RDC nº. 275, de 21 de outubro de 2002 - Regulamento Técnico de Procedimentos Operacionais Padronizados aplicados aos Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos e a Lista de Verificação das Boas Práticas de Fabricação em Estabelecimentos Produtores / Industrializadores de Alimentos.

- Resolução RDC nº. 360, de 23 de dezembro de 2003: Aprova Regulamento Técnico sobre Rotulagem Nutricional de Alimentos Embalados, tornando obrigatória a rotulagem nutricional.

Considerando todos estes fatores apresentados, uma padaria deve contar basicamente um espaço para a exposição dos produtos e atendimento ao cliente, uma área para recepção e depósito de matéria prima, uma pequena área para administração, um espaço para produção, vestiários e copa.

**Padeiros/ajudantes de padeiro:** além de conhecer da tipologia e processos de fabricação dos produtos deve também ter conhecimentos sobre a tecnologia das matérias

primas utilizadas, conhecimentos básicos sobre nutrição, dietética, noções básicas de microbiologia dos alimentos, saúde, higiene e segurança alimentar, princípios de funcionamento e conservação dos equipamentos e utensílios.

**Atendentes de balcão:** além de conhecer muito bem os produtos e a empresa, o vendedor deve também conhecer as necessidades e os hábitos dos clientes e ter uma postura consultiva oferecendo soluções que atendam essas necessidades. Deve ter dinamismo, boa comunicação, ser um bom ouvinte, ter empatia, percepção, flexibilidade e comprometimento com a empresa.

**Caixas:** além de conhecerem do trabalho de caixa, devem também ter noções da legislação sobre direitos do consumidor. É de extrema importância que os caixas prestem atendimento de qualidade ao cliente.

Vale ressaltar que a qualidade dos alimentos e dos serviços dependem diretamente da equipe contratada. Por isso, é muito importante investir na capacitação desses profissionais através de cursos, palestras, workshops que são oferecidos no mercado, ou em atividades de desenvolvimento realizadas na própria empresa, para que eles sempre ofereçam o melhor aos clientes. Investir constantemente no aperfeiçoamento dos colaboradores deve ser preocupação permanente do empreendedor.

O empreendedor deverá participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor.

Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores na Indústria de Panificação, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, consequências desagradáveis.

Além dos critérios básicos de preço e prazo de entrega no momento da escolha de fornecedores é fundamental que as mercadorias por eles fornecidas tenham registro no órgão competente ou caso de isenção, ter dados que indiquem origem do produto, tais como: nome do produto, unidade de medida (peso, unidades, tamanho, etc), data de fabricação e/ou validade, ingredientes, dados de temperatura para armazenagem, endereço do fornecedor, telefone e principalmente o número e órgão de registro.

A higiene, a organização, além dos cuidados com as instalações são fatores importantes dentro do processo produtivo de uma padaria, porém, higiene pessoal é um

ponto fundamental na busca da qualidade e na prevenção contra a contaminação dos alimentos.

É através das condições de saúde, dos hábitos higiênicos e principalmente da postura do manipulador que o sucesso no controle do nível de contaminação de uma padaria será determinado.

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, sendo importantes referências para o mercado. As normas técnicas podem estabelecer quesitos de qualidade, desempenho, de segurança. Não obstante, pode estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar, classificações ou terminologias e glossários. Definir a maneira de medir ou determinar as características, como métodos de ensaio. As Normas técnicas são publicadas pela ABNT (Associação Brasileira de Normas técnicas).

- **Normas específicas para Padaria:**

ABNT NBR 14171:1998 - Forno industrial a gás - Requisitos de segurança. Esta Norma estabelece requisitos para a operação, com segurança, de fornos empregados na indústria alimentícia, que utilizam gás como combustível.

ABNT NBR 13865:2010 - Máquinas para panificação — Cilindros para massas alimentícias com comprimento de rolos maiores ou iguais a 400 mm — Requisitos para segurança e higiene. Esta Norma estabelece as exigências de segurança e higiene que se aplicam ao projeto e à fabricação de cilindros para massas alimentícias com comprimentos de rolos maiores ou iguais a 400 mm, usados na indústria de panificação.

ABNT NBR 15735:2009 - Máquinas de processamento de alimento - Batedeiras planetárias - Requisitos para segurança e higiene. Esta Norma estabelece as exigências de segurança e higiene que se aplicam ao projeto e à fabricação de batedeiras planetárias com bacia fixa com capacidade maior do que 5 L e menor do que 500 L, usadas para processar vários ingredientes, como cacau, farinha, açúcar, óleos e gordura, carnes magras, ovos e outros, na indústria alimentícia.

ABNT NBR 15853:2010 - Máquinas para panificação – Modeladoras – Requisitos para segurança e higiene. Esta Norma estabelece as exigências de segurança e higiene que se aplicam ao projeto e à fabricação de modeladoras de massas dos tipos descritos em 4.1 a 4.3. Estas modeladoras são usadas na indústria alimentícia e em estabelecimentos industriais e comerciais, tais como: fábrica de massa para pães, padarias, confeitarias, delicatessens e bufês. Destinam-se a achatar, enrolar e alongar

porções de massa. Não são abrangidas por esta Norma concepções de modeladoras não descritas na Seção 4.

ABNT NBR ISO 23953-2:2009 - Expositores refrigerados Parte 2: Classificação, requisitos e condições de ensaio. Esta parte da ABNT NBR ISO 23953 estipula os requisitos para a construção, as características e o desempenho de expositores frigoríficos utilizados na venda e exposição de produtos alimentícios. Estipula ainda as condições de ensaio e os métodos para verificar o cumprimento dos requisitos, assim como a classificação dos expositores, a etiquetagem e a lista das características a serem informadas pelo fabricante. Não é aplicável a máquinas frigoríficas de autosserviço (refrigerated vending machines) ou destinadas ao uso em serviços de bufê ou em aplicações outras que no comércio varejista. Não trata tampouco da decisão quanto à escolha do tipo de produtos alimentícios a serem mantidos nos expositores.

- **Normas aplicáveis na execução das instalações de uma Padaria:**

ABNT NBR 15635:2008 - Serviços de alimentação - Requisitos de boas práticas higiênico-sanitárias e controles operacionais essenciais. Esta Norma especifica os requisitos de boas práticas e dos controles operacionais essenciais a serem seguidos por estabelecimentos que desejam comprovar e documentar que produzem alimentos em condições higiênico sanitárias adequadas para o consumo.

ABNT NBR ISO 22000:2006 Versão Corrigida:2006 - Sistemas de gestão da segurança de alimentos - Requisitos para qualquer organização na cadeia produtiva de alimentos. Esta Norma especifica requisitos para o sistema de gestão da segurança de alimentos, onde uma organização na cadeia produtiva de alimentos precisa demonstrar sua habilidade em controlar os perigos, a fim de garantir que o alimento está seguro no momento do consumo humano.

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais. Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio. Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR 5410:2004 Versão Corrigida:2008 - Instalações elétricas de baixa tensão. Esta Norma estabelece as condições a que devem satisfazer as instalações elétricas de baixa tensão, a fim de garantir a segurança de pessoas e animais, o funcionamento adequado da instalação e a conservação dos bens.

ABNT NBR 5413:1992 Versão Corrigida:1992 - Iluminância de interiores. Esta Norma estabelece os valores de iluminâncias médias mínimas em serviço para iluminação artificial em interiores, onde se realizem atividades de comércio, indústria, ensino, esporte e outras.

ABNT NBR 5419:2005 - Proteção de estruturas contra descargas atmosféricas. Esta Norma fixa as condições de projeto, instalação e manutenção de sistemas de proteção contra descargas atmosféricas (SPDA), para proteger as edificações e estruturas definidas em 1.2 contra a incidência direta dos raios. A proteção se aplica também contra a incidência direta dos raios sobre os equipamentos e pessoas que se encontrem no interior destas edificações e estruturas ou no interior da proteção impostas pelo SPDA instalado.

ABNT NBR 5626:1998 - Instalação predial de água fria. Esta Norma estabelece exigências e recomendações relativas ao projeto, execução e manutenção da instalação predial de água fria. As exigências e recomendações aqui estabelecidas emanam fundamentalmente do respeito aos princípios de bom desempenho da instalação e da garantia de potabilidade da água no caso de instalação de água potável.

ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida:2005 - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais Seção 1: Geral, esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

### 3.2.3 PASSIVOS TRABALHISTAS

Passivo trabalhista é a soma das dívidas que são geradas quando um empregador, pessoa física ou jurídica, não cumpre suas obrigações trabalhistas ou não realiza o recolhimento correto dos encargos sociais.

É o conjunto das cobranças realizadas em caso de reclamações trabalhistas, fiscalizações do INSS, do Ministério do Trabalho e Emprego ou do Ministério Público do Trabalho.

A quantidade de ações trabalhistas dita aceitável é de 10% do número total de funcionários. Acima desse percentual é considerada um problema. Empresas de todos os portes e segmentos estão suscetíveis a passivos trabalhistas, no entanto nos níveis operacionais costuma ser mais elevado o número de processos.

Quais práticas de gestão podem ajudar a diminuir o passivo trabalhista?

- Apostar na advocacia preventiva:

Atualmente, os funcionários são tão ou mais informados que a própria empresa, no que diz respeito aos seus direitos e deveres. Uma relação entre empregadores e empregados pautada no respeito, confiança e no cumprimento da legislação pode diminuir o passivo trabalhista de uma companhia.

É importante que o RH e departamento jurídico trabalhem em parceria, para que a companhia sempre aja de acordo com as normas e leis trabalhistas. É interessante, também, que a empresa busque contato com associações e sindicatos da categoria e realize um planejamento preventivo, para fazer a gestão das reclamações trabalhistas da melhor forma possível.

Não busque um escritório de advocacia ou contrate um profissional da área jurídica somente quando tiver que enfrentar um processo trabalhista. É preciso se antecipar e atuar na prevenção de litígios trabalhistas.

Em resumo, RH e jurídico devem ser parceiros e os gestores da empresa devem ter uma relação de parceria com o RH. Se todos se ouvirem, forem organizados e cumprirem as normas, empregadores e empregados terão muito a ganhar com essa correlação.

- Investir em um bom controle de ponto:

A maior parte das reclamações trabalhistas diz respeito a divergências no pagamento de horas extras. Com um controle de ponto confiável, seja mecânico ou

digital, você terá certeza de que o pagamento das horas trabalhadas e não trabalhadas está correto, sem risco de falhas na contagem, esquecimento ou omissão de informações.

Empresas com mais de dez funcionários são obrigadas, por lei, a terem qualquer forma de controle de ponto, seja ela manual, mecânica ou eletrônica. No entanto, independentemente da quantidade de funcionários, instale um bom controle de ponto, preferencialmente digital, e evite inúmeras reclamações trabalhistas.

- Otimizar a folha de pagamento:

Com um software de RH para a produção da folha de pagamento o risco de equívocos também diminui ou até zera. Se o sistema permitir a integração com o controle de ponto, a exatidão do cálculo se torna ainda maior.

Lembre-se sempre de emitir recibos (do controle de ponto e do pagamento das horas) e solicite a assinatura do colaborador sempre que for entregue o espelho, relatório ou a própria folha de pagamento.

- Caprichar no arquivamento:

Seja organizado e tenha um arquivo impresso ou digital impecável de cada funcionário da empresa. Certifique-se de que todos os documentos e recibos estejam preenchidos corretamente, assinados e em segurança. Isso é importante porque muitas empresas não encontram os comprovantes necessários no momento da ação trabalhista.

Invista também em um sistema ou software com backup ou peça para a área de TI cuidar desse armazenamento, seja em um servidor próprio ou na web (também conhecido como nuvem). Fique atento à segurança e confiabilidade, nesse caso.

- Realizar auditorias internas:

Um comitê interno formado por profissionais de diferentes áreas ou uma consultoria devem realizar periodicamente auditorias internas a fim de:

- verificar todos os contratos (estagiários, aprendizes, cotistas, trabalhadores terceirizados, funcionários com carteira assinada, prestadores de serviço etc.);

- averiguar o sistema de controle de ponto;
- analisar o processo da folha de pagamento;
- checar se os arquivos estão sendo feitos de maneira correta;
- apurar se a legislação trabalhista em vigor está sendo cumprida.



A equipe pode efetuar um trabalho proativo e preventivo, que analise as últimas reclamações trabalhistas e evite que futuras ações sejam ajuizadas pelos mesmos motivos.

Tenha certeza de que todos os funcionários têm um contrato com a empresa de trabalho ou de prestação de serviços e que os recolhimentos dos encargos sociais estão corretos (inclusive referente a parte variável do salário, as comissões).

- Celebrar acordos coletivos:

É importante fazer acordos coletivos com sindicatos e associações para conseguir mais segurança jurídica em relação a alguns temas referentes ao contrato de trabalho, tais como cálculo e compensação do banco de horas.

Inclusive a legislação trabalhista os estipula como direitos de trabalhadores urbanos e rurais. Os acordos podem ser promovidos por uma única empresa ou um conjunto delas junto a uma entidade sindical.

O sindicato, a companhia e seus funcionários precisam concordar, coletivamente, com o conteúdo do acordo. Difere-se da Convenção Coletiva de Trabalho, que vale para toda a categoria representada.

- Pedir assinatura em todos os recibos:

Pode parecer repetitivo, mas é importante solicitar a assinatura em todos os recibos. É alto o número de empresas que não localizam a cópia assinada dos comprovantes necessários, para fazer sua defesa numa ação judicial.

Na verdade, é essencial formalizar, por meio de recibo, a entrega de:

- todo e qualquer documento (folha de ponto, solicitação de férias, holerites, pagamentos, adiantamentos);
- instrumentos de segurança;
- equipamentos de informática;
- carro, celular ou qualquer outro objeto da empresa para uso comercial.

Para soluções de holerites online, que dispensam a impressão, o artigo 464 da CLT assegura que o comprovante de depósito da remuneração em conta-salário também funciona como recibo:

§ único: terá força de recibo o comprovante de depósito em conta bancária, aberta para esse fim em nome de cada empregado, com o consentimento deste, em estabelecimento de crédito próximo ao local de trabalho.

Por isso, guarde os comprovantes, junto com os recibos, e garanta que a empresa possui todos os documentos comprobatórios, caso seja necessário.

- Ter áreas de RH e jurídica eficientes:

É fundamental contratar funcionários competentes para as áreas de RH e jurídica, bem como para as lideranças de todos os outros departamentos, a fim de que a legislação trabalhista seja cumprida à risca, todos sigam as normas e as ações preventivas sejam bem aplicadas.

É também importante contar com bons profissionais nos escritórios que prestam serviço para a empresa, tais como os de contabilidade e assessoria jurídica, entre outros.

Enfim, essas práticas de gestão de pessoas são capazes de reduzir drasticamente as ações trabalhistas que uma empresa pode enfrentar. É preciso organizar os processos da companhia, se resguardar de que todos executem suas funções de modo correto e de que as ações preventivas sejam devidamente aplicadas.

## **4. CONCLUSÃO**

Vimos que mais importante do que ter uma brilhante ideia, é preciso planejamento estratégico para que o sonho do próprio negócio não se transforme em pesadelo, colocar no papel coisas simples como gastos, pessoal, público alvo, legislação vigente, dentre outros, pode ser a diferença entre um negócio que terá vida curta, ou se transformará num longo negócio de sucesso. O jeito é acordar cedo, tomar um belo café da manhã, arregaçar as mangas e ir à luta.

## REFERÊNCIAS

ARRUDA, M. C., WHITAKER, M. e RAMOS, J. (2003) Fundamentos de ética empresarial e econômica. 2a ed. São Paulo: Atlas.

ASHLEY, P. (Coord.) (2002) Ética e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Saraiva.

BECKER, G. V. Estratégias de envolvimento e planos de participação nos lucros: tendências recentes. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 21.º, 1997, Rio das Pedras. *Anais...* Rio das Pedras: Anpad, 1997. Recursos Humanos.

COELHO, Fábio Ulhoa. *Manual de Direito Comercial*. 17. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

FRANCO, A. (2001) Capital social. Leituras de Tocqueville, Jacobs, Putnam, Fukuyama, Maturana, Castells e Levy. Brasília: Instituto de Política Millennium.

<https://www.employer.com.br/blog/8-praticas-de-gestao-de-pessoas-para-diminuir-o-passivo-trabalhista/> (Acesso em 26/09/2019).

<https://www.jornalcontabil.com.br/obrigacoes-trabalhistas-e-previdenciarias-conheca-agora-quais-sao/> (Acesso em 24/09/2019).

<https://www.salario.com.br/resultados-da-busca/> (Acesso em 26/09/2019).

O SEU DINHEIRO VALE MAIS, Qual a melhor localização para sua empresa? 7 Dicas para escolher um local estratégico para o seu negócio. Disponível em <https://www.oseudinheirovalemMais.com.br/qual-a-melhor-localizacao-para-sua-empresa/>

SANTA CRUZ, André. *Direito Empresarial*. 8.edição: Editora Método, 2018. [seer.unipampa.edu.br > index.php > siepe > article > download](http://seer.unipampa.edu.br/index.php/siepe/article/download) (Acesso em 24/09/2019).

ZIMPECK, B. G. *Administração de salários*. São Paulo: Atlas, 1992.

[www.sebrae.com.br > appportal > reports > nomePDF=Padaria](http://www.sebrae.com.br/appportal/reports/nomePDF=Padaria) (Acesso em 24/09/2019).