



# CAR TILHA DO EMPREEN DEDOR



# CAR TILHA DO EMPREEN DEDOR

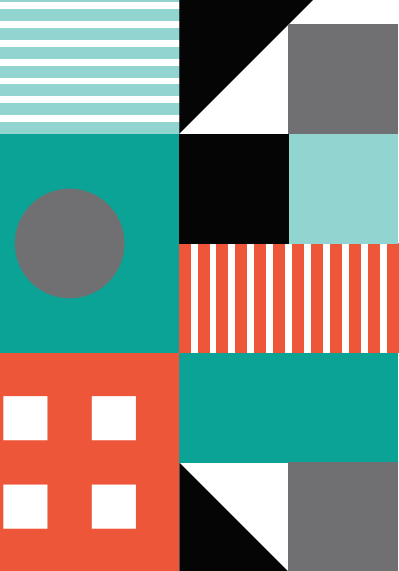


Todos os direitos reservados. 2023



## Índice

Capítulo 1	_____	05
Capítulo 2	_____	08
Capítulo 3	_____	12
Capítulo 4	_____	20
Capítulo 5	_____	24
Capítulo 6	_____	28



## Sobre a obra e os autores

Alunos do sétimo semestre da Faculdade INSTED se reuniram sob a supervisão da Professora de Direito Empresarial, Heloysa Furtado, com o propósito de desenvolver uma Cartilha capaz de guiar, orientar e fomentar o empreendedorismo. E aquilo que era para ser um projeto de extensão superou as expectativas e se dispôs a romper todas as fronteiras ao se tornar esse e-book de excelência.



# Capítulo 1: O Empreendedor

## 1.1. Definição do Negócio

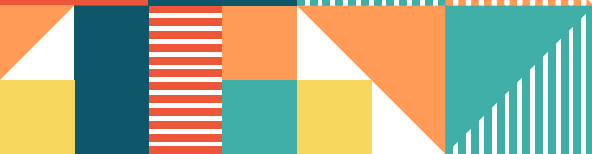
Ter o seu próprio negócio já passou em algum momento pela cabeça de muitos brasileiros, porém a maioria desconhece que: tempo, dedicação, capacidade de lidar com riscos, planejar e conhecer o mercado são pontos fundamentais para obter sucesso. Um indivíduo com dificuldade de inserção no mercado de trabalho, que abre uma empresa por necessidade, e não por enxergar uma oportunidade de negócio, tem alta probabilidade de fracassar. Saber sobre a viabilidade financeira, é outro fator determinante.

Como vou montar meu próprio negócio se não disponho de capital suficiente para tal? Administrar uma empresa em uma economia instável, também é outro ponto que deve ser considerado. Sei lidar com os riscos? Com as oscilações da economia?

E as minhas características pessoais? Tenho que ser proativo? Tenho que estar sempre bem informado? O que eu possuo de habilidades e conhecimentos que podem ser úteis para o negócio que pretendo abrir?

Como empreendedor, vou atuar em um mercado competitivo. Por isso preciso ter algo a oferecer, seja um produto ou um serviço, necessário para este mercado. Nesse momento é importante uma pesquisa de mercado.

Nesta etapa, onde ainda não se sabe o que abrir, é relevante fazer reflexões sobre todas estas questões, para que a possibilidade de insucesso seja minimizada. A decisão de algo em nossa vida, principalmente que vai estar relacionado a nossa sobrevivência, deve estar permeada de um maior número possível de informações. E neste guia, colacionamos o maior número de informações possíveis para auxiliar o desenvolvimento de negócios eficazes e legais.



## 1.2. Planejamento da sua empresa

Para abrir uma empresa, deve-se levar em conta que o sucesso de qualquer negócio depende, sobretudo, de um bom planejamento. Embora qualquer negócio ofereça riscos, é possível prevenir-se contra eles.

Este planejamento, denominado de Plano de Negócio, deve ser construído e, a cada passo, o empreendedor deve fazer o máximo de anotações possíveis, para ajudá-lo a tomar a decisão de iniciar a empresa. Com a elaboração do plano, o empreendedor deverá ter uma noção prévia do funcionamento do seu negócio do ponto de vista financeiro, dos clientes, fornecedores, concorrentes (mercado) e da organização necessária ao seu bom funcionamento. Porém, antes de tudo, é necessário realizar uma Pesquisa de Mercado.

## 1.3. Pesquisa de Mercado

Pesquisa de mercado é a coleta de informações junto aos consumidores, concorrentes ou fornecedores para orientar a tomada de decisões. Lembre-se que quando realizada corretamente, a pesquisa de mercado deve oferecer informações consistentes. Estes dados somados à experiência do empreendedor, tornam o processo decisório mais rico e preciso.

Visite a concorrência para verificar os pontos fortes e fracos. Ouça as reclamações de clientes ou mesmo observe como as pessoas caminham dentro de uma loja. Pesquisas de mercado podem trazer importantes informações para seu negócio. Publicações especializadas, sindicatos, associações e sites de busca na Internet, nunca devem ser desprezados. Analise todas as informações sobre o mercado em sua região e seu nicho de mercado. Analise também, a que classe social esse consumidor potencial pertence, sexo, idade, nível de renda, hábitos, formas de lazer e instrução.



Observe seu mercado concorrente, através das mercadorias ou serviços que ele oferece, qualidade, preço, acabamento, qualidade no atendimento, facilidade de acesso, forma de arrumação de produtos nas prateleiras, etc.

Identifique se existe ainda uma fatia de mercado que não foi atendida, ou que possa ser melhor atendida por você. Atente-se também, quantos concorrentes já estão oferecendo os mesmos serviços ou mercadorias.

## 1.4. Plano de Negócios

Um plano de negócios é um documento que descreve quais os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado. Este é um instrumento que tem por objetivo, estruturar as principais ideias e opções que o empreendedor deve avaliar, para decidir a viabilidade da empresa a ser criada.

Pode ser entendido como um conjunto de respostas que definem o produto ou serviço a ser comercializado, o formato da empresa, o modelo de operação que viabiliza a disponibilização desses produtos ou serviços. Além disso, devem ser explicitados os conhecimentos, as habilidades e atitudes, que os responsáveis pela empresa devem possuir e desenvolver. Ou seja, o plano de negócios deve:

- dar consistência ao objetivo do projeto;
- identificar o potencial de vendas na região do negócio;
- definir o tipo de cliente para o qual seu produto ou serviço se destina pesquisando necessidades e desejos de compra e os diferenciais que o produto ou serviço deve apresentar;
- dimensionar os recursos financeiros, materiais e humanos (mão-de-obra), necessários para se adequar ao mercado;
- conhecer e avaliar os fornecedores;
- conhecer os concorrentes, o que fazem, o que vendem e onde estão localizados.



## Capítulo 2: Empresário

### 2.1. O que é e como se dá sua criação?

Considera-se empresário aquele que exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens ou de serviços.

Assim, empresa pode ser compreendida como uma atividade econômica organizada com a finalidade de fazer circular ou produzir bens ou serviços. É importante atentar que as palavras “empresa” e “empresário” em hipótese alguma podem ser confundidas, afinal, são termos com significados distintos. Empresa é a atividade e empresário é quem exerce a atividade.

O artigo 966 do Código Civil dispõe que será empresário aquele que exercer profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens ou de serviços. Assim, para que uma atividade seja empresária é imprescindível: (I) profissionalismo; (II) atividade econômica; (III) organização dos fatores de produção; (IV) produção ou circulação de bens ou serviços.

Uma atividade é exercida profissionalmente quando é praticada com habitualidade, profissionalismo e continuidade. A atividade não pode ser exercida de forma eventual, é necessário que se busque retirar da atividade o necessário para a satisfação de suas próprias necessidades.

Já a atividade econômica é aquela capaz de criar utilidades e novas riquezas, tendo como finalidade o lucro. E quanto à organização, quando poderemos dizer que alguém está praticando uma atividade organizada?





Para José Maria Rocha Filho (2015, p. 60), a atividade econômica é organizada quando, nela, é verificada uma estruturação, uma conformação (uma disposição necessária à consecução do fim que se persegue) e um ordenamento tal dos fatores escassos de produção (capital, trabalho e recursos naturais) que, funcionando praticamente por si, deem como resultado a produção ou a circulação de bens e/ ou serviços e, por este caminho, a satisfação de necessidades alheias e a satisfação das exigências do mercado.

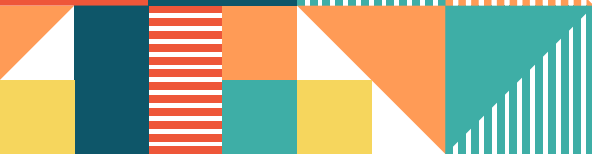
Uma vez organizados os fatores de produção, mesmo não estando presente quem os reuniu e pôs em funcionamento, esse organismo continuará funcionando.

Não há o caráter da pessoalidade, a atividade pode ser exercida por qualquer pessoa. Já a produção ou circulação de bens ou serviços é aquela voltada a atender ao mercado e não à satisfação pessoal do empresário. Essas atividades podem compreender a fabricação, venda, intermediação ou a compra e venda.

## 2.2. Como fazer a inscrição de Empresário?

A regularização de atividade de empresário dar-se-á na Junta Comercial do Estado onde se localiza a sede da sua empresa, mediante os seguintes requisitos:

- ser brasileiro, (se estrangeiro apresentar carteira de visto permanente, emitida pela Polícia Federal, exceto os portugueses no gozo de seus direitos e obrigações, previstos no Estatuto da Igualdade, do qual deverá ser apresentada uma cópia);
- não possuir mais de uma inscrição como empresário;
- não ter cometido crime que impeça o exercício de atividade de empresário;
- não ser funcionário público da ativa;
- ter no mínimo 18 anos (entretanto o titular com 16 anos poderá se inscrever como empresário desde que emancipado através de: casamento; ato judicial, concessão dos pais; colação de grau de curso de ensino superior; estabelecimento civil ou comercial ou pela existência de relação de emprego, desde que em função deles o menor com 16 anos completos tenha economia própria.



### 2.3. O pequeno empresário tem tratamento diferenciado?

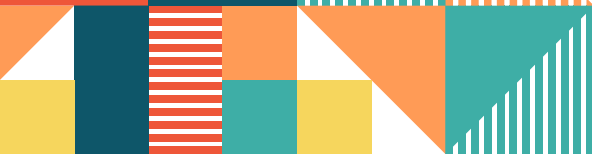
O tratamento diferenciado é um benefício previsto na Constituição Federal de 1988, que visa incentivar e apoiar as micro e pequenas empresas, que são importantes para o desenvolvimento econômico e social do país.

Esse tratamento consiste em facilitar e simplificar alguns aspectos legais, administrativos, tributários e trabalhistas para os pequenos empresários.

Alguns exemplos de tratamento diferenciado são: a possibilidade de optar pelo Simples Nacional, que é um regime tributário especial que reúne o pagamento de vários tributos federais, estaduais e municipais em uma única guia, reduzindo a carga tributária e a burocracia; a dispensa de algumas exigências contábeis e fiscais, como a escrituração de livros e a emissão de notas fiscais, desde que não sejam exigidas por terceiros ou por órgãos públicos; a preferência nas contratações públicas, mediante a aplicação de critérios de desempate favoráveis às micro e pequenas empresas e a reserva de cotas de até 25% do objeto licitado para essas empresas e a facilitação do acesso ao crédito e ao mercado, por meio de programas e instituições específicas que oferecem linhas de financiamento, orientação, capacitação e apoio à inovação.

### 2.4. O Produtor Rural precisa se inscrever na Junta?

O produtor rural pessoa natural, qualquer que seja a dimensão de sua atividade, poderá optar pelo registro no sistema empresarial ou por permanecer à margem de regras específicas (art. 971 do CC).



E conforme este mesmo artigo, é possível afirmar que o produtor rural já é considerado como empresário, sendo apenas a faculdade sua o registro.

Tal privilégio de escolha decorre da existência de pequenas atividades rurais que nem justificam tamanha formalização, razão pela qual a inscrição somente se fundamenta em caso de estímulo econômico.

Caso não se inscreva no registro peculiar, o empresário com atividade rural mantém a sua atuação. E conforme este mesmo artigos é possível afirmar que o produtor rural já é considerado como empresário, sendo apenas a faculdade sua o registro.

Caso não se inscreva no registro peculiar, o empresário com atividade rural mantém a sua atuação à margem do sistema do empresário comum, sujeitando-se somente a regramentos de pessoa natural e à tributação peculiar da atividade agrícola.



## Capítulo 3: Sociedade Empresária

### 3.1. O que é?

Salvo as exceções expressas, considera-se empresária a sociedade que tem por objeto o exercício de atividade própria de empresário sujeito a registro (art. 982).

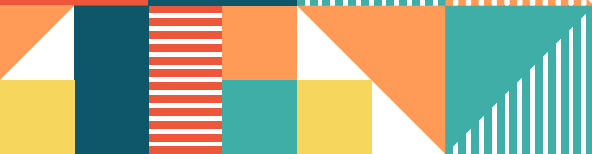
É importante ter em mente que nem toda sociedade será empresária. Para que a sociedade seja empresária, as pessoas reciprocamente se obrigarão a contribuir com bens ou serviços para o exercício de uma atividade empresária, em que estejam presentes o profissionalismo, o fim de lucro, a forma organizada e a produção de bens ou serviços.

Não será empresária, mas será uma sociedade simples, aquela cujo o exercício seja de profissão intelectual, de natureza artística, científica ou literária, desde que estas atividades sejam elemento de empresa.

### 3.2. Quais os tipos ?

a) Sociedade Empresária Limitada (Ltda.): “Na sociedade limitada, a responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social”. Com base no artigo citado (art. 1.052 do Código Civil), é possível concluir que a responsabilidade dos sócios é restrita ao que investiu nas suas quotas. Entretanto, em relação aos credores da sociedade, os sócios responderão solidariamente até a integralização total do capital social.

Em contrapartida, caso o capital social seja totalmente integralizado, o patrimônio pessoal dos sócios não poderá mais ser acionado pelas dívidas da sociedade. Assim, integralizado o capital, o patrimônio do sócio não será acionado, por isso o nome “limitada”.



b) Sociedade em Conta de Participação: A sociedade em conta de participação possui como traço característico a existência de um sócio oculto, que não aparece ou representa os interesses da sociedade perante terceiros. Trata-se de espécie societária regulamentada pelos artigos 991 a 996 do Código Civil, marcada pela existência de um ou mais sócio(s) oculto(s) (também chamado de sócio-participante) e um (ou vários) sócio(s) ostensivo(s), o(s) qual(is) será(ão) o(s) responsável(eis) pelo desenvolvimento da atividade, em nome próprio, já que é inexistente a personalidade jurídica.

Neste tipo societário, duas ou mais pessoas interessadas na consecução de um fim comum se vinculam por meio de um contrato, contudo apenas um dos sócios (denominado ostensivo) será o responsável por representar a sociedade

c) Sociedade em nome coletivo: A sociedade em nome coletivo baseia-se na relação de pessoalidade e confiança existente entre os sócios, ou seja, as características individuais são fatores preponderantes para a constituição e a manutenção deste tipo societário, razão pela qual, apenas, pessoas físicas poderão ser sócias da sociedade em nome coletivo. Embora dotada de personalidade jurídica própria e distinta da dos seus sócios, o caráter personalista influenciará, também, em sua apresentação perante a coletividade, de modo que a razão social da sociedade, por exemplo, exigirá a presença do nome de pelo menos um dos sócios, acompanhado do indicativo de outros sócios pelas palavras “irmãos” ou “e companhia”.

No mesmo sentido, a natureza personalista impactará na responsabilidade dos sócios que, neste caso, será pessoal e ilimitada, ou seja, não sendo suficiente o patrimônio social, alcança-se a totalidade do patrimônio dos sócios para satisfação das obrigações.



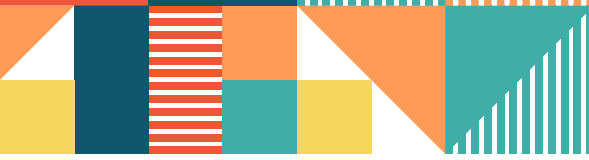
d) Sociedade em comandita simples: A sociedade em comandita simples é o tipo societário semelhante à sociedade em nome coletivo, porém, com a possibilidade de limitação da responsabilidade de alguns sócios.

Nessa espécie societária temos a existência de dois sócios, (I) o comanditário: pessoa física ou jurídica que investe bens ou dinheiro no empreendimento e terá sua responsabilidade limitada ao investimento realizado para formação do capital social (quota) e (II) o comanditado, pessoa exclusivamente física, que promoverá a efetiva administração da sociedade, terá seu nome na firma social e responderá ilimitadamente pelas dívidas da sociedade.

É importante frisar que se o sócio comanditário praticar qualquer ato de gestão em nome da sociedade, ele também responderá pelas dívidas da sociedade.

e) Sociedade em comandita por ações: a comandita por ações, em desuso hoje em nosso país, é considerada uma sociedade híbrida, por possuir características da sociedade em comandita simples e da sociedade anônima (André Luiz Santos Cruz Ramos -2012, p. 363).

A sociedade de comandita por ações é regida pelo Código Civil, aplicando-lhe supletivamente, no entanto, as regras expostas na Lei das Sociedades Anônimas, a serem estudadas na próxima unidade. Tal qual na sociedade anônima, a sociedade em comandita por ações tem seu capital social dividido em ações, ou seja, pequenas frações do capital social da sociedade empresária.



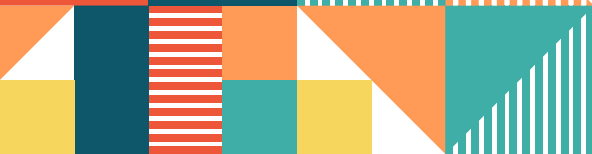
Por outro lado, tal qual a sociedade de comandita simples, a sociedade comandita por ações também possui duas categorias de sócios, o sócio acionista diretor, que responderá ilimitadamente pelas obrigações sociais, bem como administrará a sociedade, e o sócio acionista, que terá sua responsabilidade limitada. Outra característica da sociedade em comandita por ações, semelhante à sociedade de comandita simples, é a obrigatoriedade de utilização do nome do sócio-acionista diretor na razão social, a fim de acautelar o direito de terceiros.

Por fim, é importante destacar que diante da responsabilidade assumida pelo sócio-acionista diretor, sobretudo quanto à administração e responsabilidade ilimitada, determinadas matérias exigirão sua expressa anuência para alteração, não sendo, a assembleia, portanto, soberana em suas decisões.

f) Sociedades Anônimas: as sociedades anônimas representam hoje o principal mecanismo de promoção e desenvolvimento do capitalismo e, conseqüentemente, de impulsionamento do crescimento econômico.

Por meio da sociedade anônima, é possível haver captação dos recursos financeiros para o financiamento e implantação dos grandes negócios da economia moderna. A importância desse tipo societário para a economia fez com que, no início, sua implantação dependesse de uma autorização estatal. Isto é, caracterizava-se como um privilégio outorgado pelo poder público, segundo sua discricionariedade, ou seja, de acordo com sua conveniência e oportunidade, sem adoção de qualquer critério objetivo.

A sociedade anônima pode ser definida como a pessoa jurídica de direito privado, de natureza patrimonial, cujo capital divide-se em ações, em princípio livremente negociáveis, ficando limitada a responsabilidade de cada um dos acionistas ao preço de emissão das ações subscritas ou adquiridas.



O conceito citado apresenta-nos às principais características das sociedades anônimas: (a) natureza patrimonial (sociedade de capitais); (b) capital social dividido em ações; e (c) responsabilidade limitada dos acionistas.

g) Sociedade Limitada Unipessoal (SLU): A SLU é uma nova modalidade jurídica que torna possível a fundação de pequenas e médias empresas. Inclusive, um de seus objetivos é fazer com que o empreendedorismo no Brasil seja estimulado, bem como a formalização das empresas já existentes.

A SLU, por sua vez, passou a vigorar a partir da criação da extinta MP 881/2019, a qual ficou conhecida como MP da Liberdade Econômica. No mesmo ano, entretanto, essa modalidade passou a ser regulamentada definitivamente por meio da Lei nº 13.874.

Vale ressaltar que a Sociedade Limitada Unipessoal também configura como uma modalidade em que sócios não são exigidos para sua constituição. De fato, a palavra “sociedade” nesse termo pode indicar o contrário. Porém, por definição, ela é formada somente pelo dono da empresa.

A publicação da Lei nº 14.195, de 26 de agosto de 2021, determinou o fim da Eireli (Empresa Individual de Responsabilidade Limitada), substituindo-o automaticamente pelo SLU (Sociedade Limitada Unipessoal). O objetivo da medida é desburocratizar o processo de abertura de empresas.

Inicialmente, essa natureza jurídica (Eireli) era a primeira alternativa para quem não podia ser MEI (Microempreendedor Individual), mas, ainda assim, queria empreender sem precisar de sócios. No entanto, uma questão principal causava um desconforto para as empresas Eireli: a necessidade de integração de capital social de pelo menos 100 salários mínimos vigentes na época da abertura da empresa.





Esse requisito tornava a natureza jurídica bem inviável para algumas pessoas e, por isso, a saída era justamente fazer uma sociedade, a contragosto, só para conseguir regularizar a empresa – sendo que a Eireli foi criada pela instituição da Lei nº 12.441 de 11 de julho de 2011 com o principal propósito de acabar com a prática da inclusão de “sócios fantasmas” para legalização de negócios que não podiam ser MEIs.

Quando em 20 de setembro de 2019 foi criada a SLU, por meio da Lei nº 13.874, essas duas questões foram solucionadas, já que esta natureza jurídica dispensa a formação de uma sociedade e acaba com a necessidade de capital social mínimo.

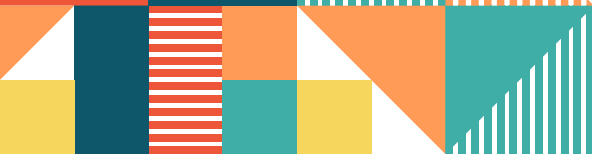
h) Sociedade Simples: Esse modelo de sociedade é composto por prestadores de serviço. A Sociedade Simples Limitada é uma modalidade de empresa que não tem finalidade mercantil. Esse formato é direcionado a profissionais de natureza intelectual, científica, literária ou artística.

### 3.3. Sociedade Limitada entre Cônjuges

Faculta-se aos cônjuges contratar sociedade, entre si ou com terceiros, desde que não tenham casado no regime da comunhão universal de bens, ou no da separação obrigatória.

Portanto, no Brasil, é permitida a constituição de uma sociedade limitada entre cônjuges, desde que atendidos os requisitos legais.

Nesse modelo de sociedade, o casal pode fundar uma empresa conjuntamente, dividindo igualmente a responsabilidade e participação nos lucros e prejuízos. É importante notar que o cônjuge que exerça atividade empresarial não pode ser excluído da participação nos lucros.



### 3.4. Contrato Social

Ele será a certidão de nascimento da empresa. Para tanto, precisa ser redigido por advogado, onde serão estabelecidas todas as obrigações e direitos da sociedade empresária. Após redigir este documento, é necessário levá-lo ao cartório RCPJ – Registro Civil de Pessoas Jurídicas.

Hoje em dia já existem cartórios informatizados, sendo possível já sair de lá com o CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas em mãos. Mas caso o cartório não seja, você irá levar o contrato social na secretaria da Receita Federal. Para isto, é necessário realizar um agendamento e dar entrada no sistema, onde será gerado o DBE (documento básico de entrada).

Após este procedimento, o empreendedor poderá levar o seu contrato, juntamente com o seu CNPJ para serem registrados na Junta Comercial do seu Estado. No contrato social, teremos as obrigações dos sócios, o capital social integralizado na empresa, a responsabilidade de cada um dos sócios perante terceiros e perante a própria empresa, quem será o sócio administrador e o tipo de sociedade a ser constituída.

### 3.5. Direitos e Obrigações dos Sócios e Responsabilidades

Os sócios possuem direitos e deveres dentro da sociedade empresarial. Entre os direitos, incluem-se a participação nos lucros e resultados da empresa, o direito de voto em decisões sociais, a supervisão da gestão da empresa, entre outros.

Quanto às obrigações, os sócios devem cumprir com as obrigações estipuladas no contrato social e contribuir com seus recursos ou trabalho para o desenvolvimento das atividades econômicas.

A responsabilidade dos sócios pode ser limitada ou ilimitada, dependendo do tipo de sociedade.



### 3.6. Aumento, Redução e Integralização de Capital

O aumento e a redução do capital social são procedimentos realizados pelas sociedades empresariais para ajustar a estrutura financeira da empresa às necessidades do negócio.

O aumento de capital social pode ser realizado através de investimentos dos sócios, incorporação de bens ao patrimônio da empresa ou atração de novos investidores. Já a redução do capital pode ocorrer por diversos motivos, como distribuição de lucros aos sócios, amortização de prejuízos acumulados ou diminuição da atividade empresarial.

A integralização do capital social é o processo pelo qual os sócios aportam recursos, bens ou direitos ao patrimônio da sociedade.

Essa integralização pode ocorrer tanto no momento da fundação da empresa quanto posteriormente, quando a sociedade necessitar de recursos adicionais. A legislação estabelece regras e prazos para o cumprimento das obrigações pelos sócios.



# Capítulo 4: Contratos

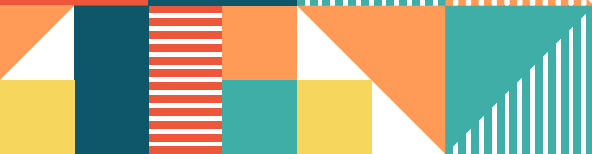
## 4.1. Contratos para Empreendedores

No mundo empresarial, a jornada de um empreendedor é marcada por uma série de acordos e compromissos que desempenham um papel fundamental na construção e proteção de seus negócios.

Esses acordos, conhecidos como contratos, são o alicerce sobre o qual muitas empresas bem-sucedidas são erguidas. Desde a formação de parcerias estratégicas até a contratação de funcionários, da prestação de serviços à aquisição de ativos, os contratos desempenham um papel crítico na definição de direitos, responsabilidades e expectativas claras entre as partes envolvidas.

Neste texto, exploraremos os principais tipos de contratos que os empreendedores frequentemente encontram ao longo de suas jornadas empresariais. Vamos examinar os pontos-chave que devem ser abordados em cada contrato e destacar os cuidados específicos que os empreendedores devem ter ao elaborar e negociar esses documentos legais.

Ao entender a importância dos contratos e como utilizá-los de forma eficaz, os empreendedores podem fortalecer suas empresas, mitigar riscos e estabelecer bases sólidas para o crescimento e o sucesso empresarial a longo prazo. Vamos mergulhar nesse mundo essencial da legalidade empresarial e descobrir como os contratos podem ser uma ferramenta poderosa no kit de ferramentas de todo empreendedor.



## 4.2. Principais Contratos

Primeiramente, cumpre esclarecer que desde a entrada em vigor do Código Civil brasileiro, os contratos empresariais não têm um conjunto de regras próprias e são regulamentados pelas mesmas regras que se aplicam aos contratos civis. No entanto, os contratos empresariais têm características distintas que justificam um tratamento diferenciado.

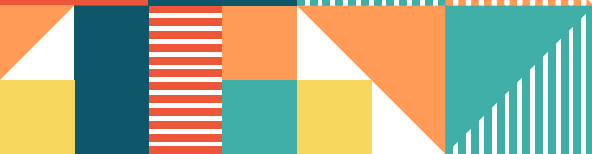
Os contratos empresariais envolvem partes que, em teoria, têm conhecimento técnico e profissionalismo semelhantes, o que os coloca em uma posição de igualdade em termos de negociação.

No entanto, é importante reconhecer que, na prática, ainda pode haver assimetria de informações ou poder econômico entre as partes, o que pode prejudicar o equilíbrio contratual. Sendo assim, é importante considerar as especificidades dos contratos empresariais ao tratá-los legalmente.

Os principais contratos junto de suas especificidades e cuidados são:

a) Contrato de Sociedade:

- Pontos Principais: Participações de cada sócio, responsabilidades, direitos de voto, distribuição de lucros e procedimentos para a dissolução da sociedade.
- Cuidados Específicos: Definir claramente as expectativas e responsabilidades de cada sócio, incluindo cenários de saída e resolução de conflitos.



b) Contrato de Prestação de Serviços:

- Pontos Principais: Descrição detalhada dos serviços, prazos, pagamento, propriedade intelectual, confidencialidade e cláusulas de rescisão.
- Cuidados Específicos: Especificar claramente os prazos, entregáveis e critérios de aceitação do trabalho. Certificar-se de incluir cláusulas de confidencialidade para proteger informações sensíveis.

c) Contrato de Trabalho:

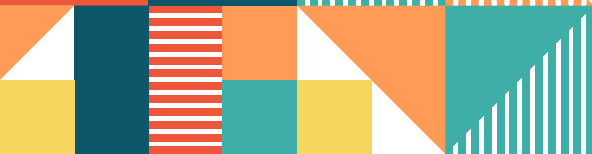
- Pontos Principais: Salário, horário de trabalho, benefícios, termos de emprego, responsabilidades e cláusulas de rescisão.
- Cuidados Específicos: Certificar-se de que o contrato esteja em conformidade com as leis trabalhistas locais e incluir cláusulas de confidencialidade e não concorrência, quando aplicável.

d) Contrato de Fornecimento:

- Pontos Principais: Descrição dos produtos ou serviços, prazos de entrega, preços, garantias, responsabilidades por atrasos e procedimentos de resolução de disputas.
- Cuidados Específicos: Estabelecer claramente os padrões de qualidade e as métricas de desempenho esperados.

e) Contrato de Locação Comercial:

- Pontos Principais: Valor do aluguel, duração do contrato, cláusulas de renovação, responsabilidades de manutenção e cláusulas de rescisão.
- Cuidados Específicos: Avaliar as condições do espaço locado e garantir que o contrato atenda às necessidades de longo prazo da empresa.



f) Contrato de Confidencialidade (NDA):

- Pontos Principais: Definição de informações confidenciais, obrigações de não divulgação, duração da confidencialidade e medidas de proteção.
- Cuidados Específicos: Especificar claramente o que constitui informações confidenciais e os casos em que a divulgação é permitida.

g) Contrato de Parceria:

- Pontos Principais: Objetivos da parceria, contribuições de cada parte, distribuição de lucros, responsabilidades e cláusulas de término.
- Cuidados Específicos: Esclarecer as expectativas e os papéis de cada parte na parceria, bem como os procedimentos para resolver disputas.

h) Contrato de Licença de Propriedade Intelectual:

- Pontos Principais: Escopo da licença, duração, pagamento de royalties, restrições de uso e responsabilidades.
- Cuidados Específicos: Certificar-se de que a licença esteja em conformidade com os direitos de propriedade intelectual e regulamentações locais.

i) Contrato de Investimento:

- Pontos Principais: Valor do investimento, participação acionária, direitos de veto, cronograma de investimento e cláusulas de saída.
- Cuidados Específicos: Consultar um advogado financeiro para garantir que o contrato atenda às regulamentações de valores mobiliários aplicáveis.

j) Contrato de Compra e Venda:

- Pontos Principais: Descrição dos ativos ou ações, preço de compra, condições de pagamento, responsabilidades e representações das partes.
- Cuidados Específicos: Realizar uma due diligence adequada para avaliar a condição dos ativos ou ações a serem adquiridos e incluir cláusulas de garantia.



# Capítulo 5: Inovações e Marca

## 5.1. Criatividade

Etimologicamente, a palavra vem do verbo *creare* em Latim, que quer dizer gerar ou produzir. Amabile (2012) acrescenta que a criatividade é a capacidade de criar uma solução para os nossos problemas do quotidiano.

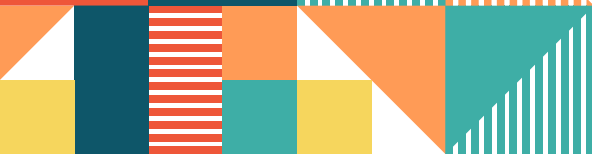
Visto que é uma capacidade inata, se for explorada e estimulada de forma correta, pode ser responsável por grandes invenções, tais como a roda, a lâmpada ou o rádio.

Embora sejam novidades, as novas ideias podem não ser úteis, apesar de que a criatividade seja necessária para a inovação, habilidades executivas, pessoais e de empreendedorismo também fazem parte dos requisitos para transformar uma ideia criativa em algo de valor. E ver a criatividade e inovação em termos de qualidades oferece indícios vitais para o motivo de elas serem habilidades essenciais para a cidadania no Século XXI (EDGE MAKERS, 2014).

Um indicador que pode ser usado para medir o esforço de uma empresa em inovação é o investimento que ela faz em Pesquisa e Desenvolvimento, ou simplesmente P&D, podendo ser percebido através da relação entre o quanto é investido em P&D e o valor adicionado nas vendas.

Os investimentos em setores onde a intensidade tecnológica é maior, o investimento em P&D também serão maiores. Há também uma relação entre os níveis de 21 investimentos em países desenvolvidos e em desenvolvimento, uma vez que nos primeiros os investimentos em setores de alta tecnologia são muito maiores (FURTADO & QUEIROZ, s.d.).





## 5.2. Inovação

De acordo com o Manual de Oslo (1997) as empresas inovam, em sua razão última, com o intuito de aumentar a demanda ou reduzir custos. A inovação pode ser de processo, onde pode haver um aumento da produtividade e um aumento nas fatias de mercado e no lucro, ou inovação de produto, com a possibilidade de aumentar a demanda, que também pode ocorrer com uma diferenciação do produto, e ter maiores margens sobre o lucro (MANUAL DE OSLO, 1997).

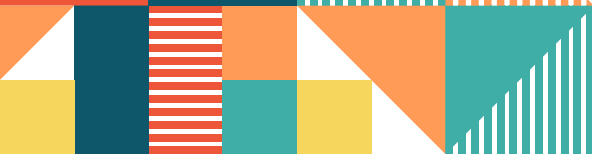
No caso da inovação, a intensidade de seu impacto pode ser observada de duas perspectivas diferentes. De uma perspectiva macro, ela representa a capacidade de uma inovação em causar uma mudança no modelo vigente de estrutura de tecnologia e mercado em uma indústria.

Em uma perspectiva micro, ela representa a capacidade de uma inovação em influenciar apenas a organização, afetando seus recursos de marketing, recursos de tecnologia, habilidade, conhecimento e estratégia (GARCIA; CALANTONE, 2002). São elas, respectivamente, inovação radical e inovação incremental.

## 5.3. Propriedade Intelectual

A propriedade intelectual está dividida em três categorias principais, são elas: Direito autoral, propriedade industrial e proteção sui generis.

O direito autoral envolve interesses de caráter subjetivo, como obras intelectuais no campo literário, científico e artísticos, se enquadrando nessa categoria a proteção ao direito do autor, dos direitos conexos e do programa de computador.



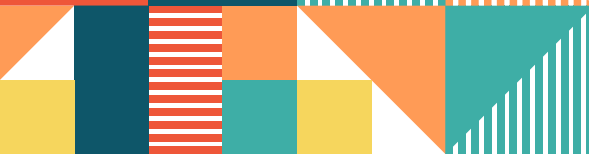
A propriedade industrial tem seu foco de interesses na área industrial, como patentes de invenção relacionadas a produtos e processos inéditos ou com funcionalidade aperfeiçoada. Já a proteção sui generis envolve a topografia de circuito integrado, a cultivar os conhecimentos tradicionais e o acesso ao patrimônio genético (LAGO et al, 2017).

## 5.4.Patentes

A patente é concedida pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI. A invenção poderá ser patenteada quando atender aos requisitos de novidade, possuir atividade inventiva, suficiência descritiva, aplicação industrial e não tiver impedimento legal.

Existem duas modalidades de patentes: Patente de Invenção (PI) e a Patente de Modelo de Utilidade (MU). A Patente de Invenção diz respeito a produtos ou processos que atendam aos requisitos de atividade inventiva, novidade e aplicação industrial; a Patente de Modelo de Utilidade trata-se de objetos de uso prático, ou parte deste, suscetível de aplicação industrial, que apresente nova forma ou disposição, envolvendo ato inventivo, que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação.

Segundo o art. 40 da Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9.279, de 14/05/1996), a patente de invenção vigora pelo prazo de 20 (vinte) anos e a patente de modelo de utilidade vigora pelo prazo de 15 (quinze) anos, contados da data do depósito, não sendo possível a sua prorrogação.



## 5.5. Marcas

Marca é um sinal visualmente perceptível capaz de distinguir os produtos ou serviços de uma empresa.

Poderão ser registrados no INPI como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, com a finalidade de identificar produtos e serviços (art 122 da Lei nº 9.279/1996).

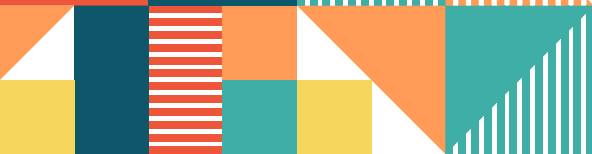
As marcas têm papel fundamental na concorrência e na estratégia de competição das empresas, porque estabelecem a imagem e a reputação da empresa e de seus produtos. Além disso, as marcas criam confiança e lealdade dos consumidores e aumentam o valor intangível da empresa. (INMETRO, 2018).

## 5.6. INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial

É uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Economia, responsável pelo aperfeiçoamento, disseminação e gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia de direitos de propriedade intelectual para a indústria. Possui sua estrutura regimental estabelecida pelo Decreto nº 8.854, de 22 de setembro de 2016.

Serviços prestados pelo INPI:

- registros de marcas;
- desenhos industriais;
- indicações geográficas;
- programas de computador;
- topografias de circuitos;
- concessões de patentes;
- averbações de contratos de franquia e das distintas modalidades de transferência de tecnologia.



O INPI possui uma plataforma de atendimento integrado, com chatbot (atendimento automatizado); atendimento humano; ouvidoria; e tele presencial. Sistematizada, de acordo com a complexidade da demanda.

Todas as etapas, desde a consulta de marcas já existentes, acompanhamento da solicitação, exame formal, manifestações e oposições são feitas via Órgão. O processo é realizado somente pela internet, via sistema e-Marcas.

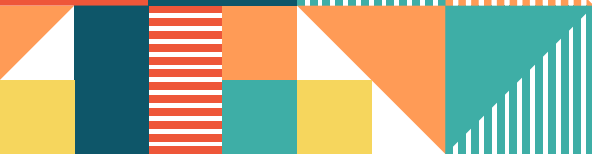
## Capítulo 6: Ferramentas de Gestão

### 6.1. Canvas

O PROJECT MODEL CANVAS utiliza conceitos de gerenciamento, neurociência e design thinking para simplificar a sua elaboração e possui um caráter completamente visual.

Ele consiste em um quadro em que é possível avaliar um projeto inteiro integrando escopo, tempo, requisitos, dentre outros aspectos, em um só lugar. Nesse ponto do projeto, você deverá responder o porquê da realização desse projeto. Se não conseguir encontrar a resposta, todo o seu planejamento perderá o sentido.

Para fundamentar a defesa do seu projeto é importante analisar a situação atual da empresa, identificando quais são suas principais dores, que problemas estão enfrentando com essas dores e quais necessidades é preciso atender.



## 6.2. Design Thinking

DESIGN THINKING é uma forma de resolver problemas, desenvolver produtos e projetos baseados no pensamento dos designers.

É uma abordagem que nos auxilia a mudar o nosso estado mental e nos estimula a resolver problemas com novas perspectivas, encontrar soluções e dar respostas colocando sempre as pessoas no centro das decisões e envolvendo-as em todo o processo, desde o entendimento até a entrega das soluções.

Somos adestrados para resolver problemas, algo tão natural que em muitos casos nem percebemos. As fórmulas nos são dadas, os problemas são apresentados e temos que sair de uma situação problemática para uma solução, quase que como um passe de mágica.

Com o Design Thinking sempre é possível encontrar respostas, mas com perguntas certas. E não é uma única resposta, mas várias que podem lhe ajudar a encontrar a solução mais adequada ao problema apresentado. Diferente do que estamos acostumados, essa abordagem não nos estimula a gerar respostas de maneira desenfreada. Ela nos estimula a fazer as melhores perguntas, entender bem o problema antes de pensar como poderíamos resolvê-lo.

## 6.3. Brainstorming

O brainstorming foi desenvolvido formalmente em 1957 por Osborn, o qual argumentou que estes métodos, técnicas e ferramentas para inovação (MTF-I) aumentam a qualidade e a quantidade das ideias geradas pelos membros do grupo (PAULUS; DZINDOLET, 1993; FURNHAM; YAZDANPANAHI, 1995).



Tendo em vista que a geração de ideias é uma parte crítica do processo de inovação (KOHN; PAULUS), muitas organizações consideram o brainstorming como MTF-I particularmente eficaz para a geração de um grande número de ideias criativas.

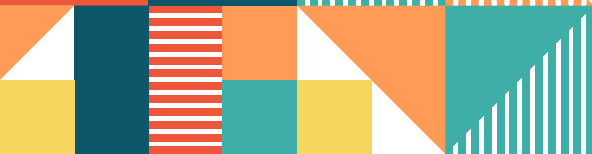
É o método pelo qual um grupo tenta encontrar uma solução para um problema específico através da acumulação de ideias espontâneas pela contribuição de todos os membros desse grupo. (OSBORN, 1963).

## 6.4.Compliance

O termo compliance há pouco era um instituto totalmente desconhecido em nosso país. Em meados de 2015 tivemos o que muitos chamam de o “boom” do compliance, isso porque, naquele ano regulamentou-se a Lei nº 12.846/2013 a Lei Anticorrupção, promulgada em 29 de janeiro de 2014, com o objetivo de responsabilização por parte das empresas, ainda que não comprovada a intenção dos seus donos e dirigentes em lesar o Poder Público.

Essa Lei inova ao trazer um norte, uma diretriz para as empresas instituírem o chamado “Programa de Integridade” no âmbito de suas organizações, e aquilo que parecia utópico em nosso país, passou a ser possível de materialização.

Pois bem, fato é que o compliance nada mais é do que uma ferramenta que permite a mitigação de riscos a partir da modulação da empresa à uma cultura preventiva, organizada e sincronizada. Pensar em compliance é pensar em conscientização da sua ponta, mapeamento dos processos, desenhos de rotinas de trabalho, busca continua pelos “gaps” diários frente às legislações e regulamentos aplicáveis ao negócio. Em outras palavras é olhar para si!



As empresas brasileiras têm um ponto em comum, independentemente do porte, elas se estruturam conforme a necessidade, e vão se organizando a “la zeca pagodinho”, deixando a vida as levar, e as consequências são drásticas, principalmente no que tange à legislação trabalhista.

Sabe-se que o compliance a priori, vem com a ideia de ética e integridade, mas por ser essencialmente essa ferramenta de busca pela conformidade, passou-se - aqui no Brasil - a subclassificá-lo a partir da legislação à qual se pretende a conformidade: compliance trabalhista, compliance tributário, compliance LGPD e assim por diante.

A metodologia é padrão (permite-se algumas divergências, mas basicamente é apenas uma alteração de nomenclatura): reunião de alinhamento de expectativas; projeto de adequação; redução e minimização; controles internos; código de conduta; cultura organizacional; canal de denúncias; treinamento e auditorias.

O que muda é a formatação dessa metodologia frente à realidade da empresa, como por exemplo: Há muita terceirização na instituição? Existe subcontratos atrelados ao negócio? A empresa conta com contabilidade e jurídico especializado? A empresa possui ferramentas de gestão de pessoas como capacitação da liderança?

O compliance permite ao empresário ter maior controle do seu negócio e uma segurança a mais nas tomadas de decisões já que com os fluxos organizados e o conhecimento sobre as reais necessidades e problemas da empresa fica mais fácil estancar os efeitos de algum eventual descumprimento. Parece um sonho, mas é totalmente possível e viável.



## Considerações Finais

Esta cartilha foi desenvolvida pelos alunos do sétimo semestre da turma de direito empresarial (2025) da INSTED , com o principal objetivo de esclarecer eventuais dúvidas dos empreendedores e aproximá-los da lei e com isto, da formalização dos seus negócios.


Temos o ânimo de prestar o melhor serviço à sociedade e vimos no projeto e confecção desta cartilha, uma forma de demonstrar o nosso amor pelo direito, transcendendo à população de uma forma geral.





## Referências

- BRASIL. Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971. Institui o regime jurídico das sociedades cooperativas. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L5764.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5764.htm)>. Acesso em: 15.out. 2023.
- \_\_\_\_\_. Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976. Dispõe sobre as Sociedades por Ações. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L6404compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6404compilada.htm)>. Acesso em: 15.out. 2023.
- BORGES, João Eunápio. Curso de direito comercial terrestre. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1971.
- CAMPINHO, Sérgio. Curso de Direito Empresarial: Teoria Geral e Direito Societário. 8ª ed. Salvador: JusPodivm, 2021.
- COELHO. Fábio Ulhoa . Curso de Direito Comercial - Volume 1. 14ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- INMETRO: Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia. Propriedade Intelectual e Inovação. Disponível em: . Acesso em: 19 nov. 2018.
- INPI: Instituto Nacional da Propriedade Industrial. A criação de uma marca. Rio de Janeiro. 2013.
- GLADSON, Mamede. Manual de Direito Empresarial. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- PAULUS, P. B.; DZINDOLET, M. T. Social Influence Processes in Group Brainstorming. Journal of Personality and Social Psychology, v. 64, n. 4, p. 575-586, 1993
- SCHERER, F. O. ; CARLOMAGNO, M. S. Gestão da Inovação na prática: como aplicar conceitos e ferramentas para alavancar a Inovação. São Paulo: Atlas, 2009.
- <https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/252/edicao-1/contratos-empresariais>
- <https://bvalaw.com.br/direito-contratual/>
- <https://brazillab.org.br/noticias/5-tipos-de-contrato-que-todo-empendedor-precisa-conhecer>



ANAYZA TARDIVO DOS SANTOS  
ANNY CAROLINE MARTINS SIQUEIRA  
ANTONIO PANIAGO BASSI  
EVELLYN MILLENY DE ASSIS RODRIGUES  
FELIPE DE LIMA BARBOSA  
FERNANDA BRAGA DE SOUZA  
GABRIELI VILELA DE LIMA  
HELOYSY VARESCHINI FURTADO  
JULIANE APARECIDA SCARSI OCAMPOS  
LINCOLN JARA PINTO  
LUANA CAROLINE DELAROLE  
LUCIANA DOMINGUES  
LUIZ FERNANDO DA SILVA CAVALHEIRO  
MARCO AURELIO MARQUES LOPES  
MARIA FERNANDA CARVALHO DE OLIVEIRA LIMA  
MARIANA MENDES SUZUKI  
MATHEUS SARATE RIBEIRO  
MÔNICA TOLEDO DE REZENDE  
REGIANE FLEURI DA COSTA