



*Sebrae*

***Ponto  
de Partida***

*Para Início de Negócio*

**FÁBRICA DE SACOLA PLÁSTICA**

## Apresentação

O Ponto de Partida é um produto do Serviço de Resposta Técnica do SEBRAE-MG. Ele reúne informações essenciais sobre os vários aspectos da abertura de um negócio, que devem ser observados pelo empreendedor.

Perguntas do tipo “como montar uma fábrica de aguardente?”, “como montar uma escola infantil?”, “como iniciar uma criação de escargot?” são respondidas pelo Ponto de Partida, que contempla questões relativas a registro, legislação, tributação, implantação, normas técnicas, matérias-primas, máquinas e equipamentos e outros esclarecimentos.

O Ponto de Partida também orienta sobre a elaboração do Plano de Negócio, instrumento que oferecerá uma visão antecipada de ações e resultados do empreendimento, através da apuração de dados relativos a valores de investimento inicial e de impostos, custos fixos e variáveis, pesquisa de mercado e outros.

A equipe de profissionais que elabora o Ponto de Partida tem a preocupação de manter as informações sempre atualizadas, através de consultas em diversas fontes: bibliotecas, institutos de pesquisa, consultores especializados, Internet, associações e sindicatos.

O SEBRAE-MG dispõe de programas que orientam e capacitam os empreendedores/empresários no desenvolvimento de seus negócios.

Para mais informações, acesse [www.sebraemg.com.br](http://www.sebraemg.com.br) ou ligue (31) 3269-0180.

## Sumário

Perfil Empreendedor .....	4
Mercado .....	5
Legislação Específica .....	8
Esclarecimentos Tributários .....	9
Microempresa Legislação Federal .....	13
Microempresa Legislação Estadual.....	18
Passo a Passo para Registro .....	27
Marcas e Patentes .....	33
Implantação .....	35
Recursos Humanos .....	37
Normas Técnicas .....	38
Recursos Humanos .....	40
Finanças .....	41
Plano de Negócio .....	48
Endereços Úteis .....	50
Cursos e Eventos .....	51
Sugestões Bibliográficas .....	52
Fontes Consultadas.....	53
Fornecedores .....	54

## Perfil Empreendedor

Você não vê a hora de se tornar dono do seu nariz e fazer parte da lista dos empreendedores que dão certo? Saiba que, para começar um negócio próprio, é fundamental ter o **perfil empreendedor**. Então, confira se você se encaixa nas características abaixo descritas.

**Capacidade de assumir riscos:** não ter medo de desafios, arriscar conscientemente. Calcular detalhadamente as chances do empreendimento ser bem-sucedido.

**Senso de oportunidade:** enxergar oportunidades onde os outros só vêem ameaças. Prestar atenção nos "furos" que outros empresários não viram e nos quais você pode atuar de forma eficaz, rápida e lucrativa.

**Conhecimento do ramo:** conhecer bem o ramo empresarial escolhido ou, melhor ainda, trabalhar no setor.

**Organização:** ter senso de organização e compreender que os resultados positivos só aparecem com a aplicação dos recursos disponíveis de forma lógica, racional e funcional. Definir metas, executar as ações de acordo com o planejamento e corrigir os erros rapidamente.

**Iniciativa e garra:** gostar de inovações. Não esperar pelos outros (parentes, sócios, governo, etc.). Apresentar propostas sem se intimidar.

**Liderança:** ter capacidade de influenciar pessoas, conduzindo-as em direção às suas idéias ou soluções de problemas. Ter habilidade para definir tarefas, orientar, delegar responsabilidades, valorizar o empregado, formar uma cultura na empresa para alcançar seus objetivos. Ser alguém em quem todos confiam.

**Manter-se atualizado:** buscar sempre novas informações e aprender tudo o que for relacionado com o seu negócio (clientes, fornecedores, parceiros, concorrentes, colaboradores, etc.).

**Ser otimista e saber motivar-se.**

Nem sempre uma pessoa reúne todas as características que marcam a personalidade de um empreendedor de sucesso. No entanto, se você se identificou com a maioria delas, terá grandes chances de se dar bem. Mas, se descobriu pouca afinidade com sua vida profissional, reflita sobre o assunto e procure desenvolver-se. Busque informações em centros tecnológicos, cursos, livros e revistas especializadas ou junto a pessoas que atuam na área.

## Mercado

O desejo de abrir uma empresa e a escolha do tipo de atividade são apenas o começo de um longo processo, antes de se lançar no mercado como empresário. Você precisa saber quais são as OPORTUNIDADES e quais são os RISCOS que a atividade escolhida oferece. Um estudo do mercado responderá essas indagações.

Para verificar a viabilidade financeira do negócio é necessário outro estudo, que apontará os investimentos a serem efetuados e o RETORNO DO CAPITAL INVESTIDO, através de uma previsão de produção e de vendas e, conseqüentemente, de despesas e de receitas ao longo dos primeiros meses de vida.

O sucesso de qualquer empresa - seja industrial, comercial ou de serviços - depende de várias decisões, que você deve tomar antes de abrir as portas para os clientes. Para fundamentar essas decisões, você deverá PESQUISAR E ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIO, com o qual aprenderá muito mais a respeito do ramo da atividade escolhida e seu mercado.

Neste Plano de Negócio, que será bastante útil para o aprimoramento de suas idéias, além de ajudá-lo também na tomada de decisões, devem constar os seguintes tópicos:

**Análise de Mercado** (consumidor, fornecedor, concorrente, avanços tecnológicos - impacto na abertura da empresa);

**Tecnologia** a ser utilizada (Como fazer? Processos de produção/fabricação);

**Aspectos Financeiros** (volume de capital necessário, tempo de retorno do investimento, viabilidade financeira);

**Aspectos organizacionais** (definição de funções, conceito de parceria, responsabilidades dos sócios e colaboradores, relações humanas).

É possível realizar sua própria pesquisa de mercado, através da elaboração de um questionário com os dados a serem levantados. Para se inteirar do assunto e obter um levantamento detalhado do negócio escolhido, sugerimos ao empreendedor que leia publicações específicas ou busque informações com consultores das áreas de estatística e pesquisa mercadológica ou com empresas especializadas.

### O MERCADO CONSUMIDOR

O mercado consumidor representa o conjunto de consumidores (homens, mulheres, adultos ou crianças, empresas públicas ou privadas), que demandam (necessitam ou podem vir a procurar/comprar) um determinado tipo de produto ou serviço que sua empresa oferece. Ou seja, ele é a fonte de receita da empresa. Portanto, sem mercado consumidor não haverá negócio. Daí a necessidade de identificá-lo, o que pode ser feito através da pesquisa de mercado, que é o processo mais utilizado.

Para garantir que o cliente escolha a sua empresa, é preciso conhecê-lo bem e saber exatamente o que ele quer. Oferecer ao cliente o produto que ele deseja será o melhor meio de garantir que as vendas aumentem e sua empresa continue crescendo.

Se você já tem idéia da atividade e do ramo específico aos quais pretende se dedicar, precisa agora descobrir seu mercado consumidor, pois nem todas as pessoas ou empresas são seus clientes potenciais (aqueles que podem comprar os produtos que você vende).

Mesmo que sua empresa tenha vários tipos de consumidores, haverá sempre um grupo em destaque. Para obter as informações que irão ajudá-lo a enxergar mais claramente o seu mercado consumidor, procure responder as seguintes perguntas:

Qual será o principal produto que a sua empresa venderá?  
Quem são os seus clientes?

Para conhecer melhor as características do consumidor, procure identificar e listar as seguintes informações sobre ele:

- . Qual é o sexo dele?
- . Qual é a idade dele?
- . Em que bairro ele mora?
- . Quantas pessoas compõem a família dele?
- . Qual é a posição dele na família? (pai, mãe, filho, etc.)
  - . Ele trabalha?
  - . Em que bairro ele trabalha?
  - . Qual é, aproximadamente, a renda média mensal dele?
  - . Ele estuda?
  - . Em que bairro ele estuda?
  - . Qual é o nível de escolaridade dele?
  - . O que ele mais gosta de fazer?
  - . Ele possui televisão?
  - . Ele lê algum jornal? Qual?
  - . Ele assina alguma revista? Qual?
  - . O que ele faz nas horas vagas?

Por que este cliente compra ou compraria os produtos/serviços da sua empresa?

Onde mais os clientes costumam comprar este tipo de produto ou serviço?

Como o cliente avalia o preço e as formas de pagamento da empresa?

Como ele avalia a qualidade do produto da empresa? E o prazo de entrega?

Como ele avalia a qualidade do atendimento?

Quais são os pontos que, na opinião do cliente, poderiam ser melhorados na empresa?

## **O MERCADO CONCORRENTE**

Procure descobrir empresas ou pessoas que ofereçam produtos ou serviços idênticos ou semelhantes aos seus e que concorram direta ou indiretamente com o seu negócio. Pode-se aprender muito com o levantamento destas informações e com a análise dos acertos e/ou erros dos concorrentes.

Estabeleça prioridades, planeje como obter estas informações e organizá-las, para que seja possível a análise dos seguintes pontos:

**Quem são os concorrentes?**

- . Quantos são?
- . Onde estão localizados?
- . Como trabalham? (preço e prazos)
- . Como é realizado o atendimento?
- . Adotam políticas de pós-venda?
- . Como é a qualidade dos produtos e serviços oferecidos?
- . Quais são as garantias oferecidas?
- . Quanto tempo está no mercado?

**- Qual é a posição competitiva dos concorrentes?**

- . Quais são os PONTOS FORTES e os PONTOS FRACOS em relação à sua empresa?
- . Qual é a capacidade de conseguir melhores preços junto aos fornecedores em função do volume de compras?

Após o levantamento de seus principais concorrentes, compare as características acima com as da sua empresa, utilizando a seguinte escala de pontuação: Muito Bom (5), Bom (4), Regular (3), Ruim (2), Muito Ruim (1).

A concorrência pode ser estimulante, ao invés de ameaçadora, se devidamente pesquisada e analisada. Isto significa que, além de estar sintonizado com a realidade da empresa, você terá conhecimento da viabilidade futura do negócio.

**FORNECEDORES**

Lembre-se, também, que os FORNECEDORES são importantíssimos. Portanto, levante todas as informações a seguir:

Quais são os produtos/serviços que sua empresa consome no processo de produção e/ou comércio?

Quem são os seus principais fornecedores de produtos e/ou serviços listados acima?

Como trabalham seus fornecedores? (preços, prazos praticados, condições de pagamento, pontualidade na entrega do produto, qualidade, garantia oferecida, relacionamento, localização, facilidade de acesso).

Além destes fornecedores, você conhece outros, dos quais ainda não compra?

Depois de identificados os itens acima, faça um quadro comparativo das características do seu atual fornecedor com outra empresa que ainda não fornece para a sua. Utilize a mesma escala citada anteriormente. Analise e descubra quais são as melhores opções para sua empresa.

## Legislação Específica

Não encontramos, em nosso acervo, registro de legislação específica, regulamentando a atividade de fábrica de sacola plástica.

O empreendimento está dispensado de obter registro e/ou autorização de funcionamento específicos, junto a entidades ou órgãos fiscalizadores de atividades regulamentadas, bastando ao empreendedor obter a inscrição junto aos órgãos exigíveis das sociedades empresárias em geral.

A pessoa jurídica também não está sujeita à responsabilidade técnica, ou seja, não se exige do empreendimento a manutenção, em seus quadros, de profissional habilitado junto a órgão ou conselho de classe fiscalizador de profissão regulamentada.

A legislação brasileira está sujeita a alterações constantes. É necessário e indispensável que o empreendedor solicite às autoridades fiscais informações atualizadas sobre exigências e requisitos legais, para a regularização da pessoa jurídica e a exploração da atividade econômica.

As instruções recebidas sobre legislação devem ser confirmadas junto às autoridades fiscais e junto ao contador ou contabilista responsável pela escrita fiscal da empresa.

## Esclarecimentos Tributários

**Setor/Atividade:** Indústria.

**Tipo de negócio:** Fábrica de sacola plástica.

**Principais tributos instituídos em lei:** IRPJ, PIS, COFINS, CONTRIBUIÇÃO SOCIAL SOBRE O LUCRO, IPI, ICMS.

Estão relacionados acima tributos instituídos em lei por setor de atividade. Outros tributos serão devidos, conforme situações peculiares ou atividades/operações definidas, cujo tratamento diferenciado deverá ser verificado caso a caso.

Tanto o contabilista quanto os órgãos competentes poderão orientá-lo no cumprimento de tais exigências, se for seu caso.

### TRIBUTAÇÃO

O empreendedor demonstra maior interesse em conhecer, aprender e dominar os assuntos relacionados à tributação das empresas. Verifica-se que este interesse vai muito além da curiosidade pelo assunto, mas surge da preocupação com a viabilidade do negócio. Muitos acreditam que a carga tributária a que estão sujeitas as empresas em geral representa um fator impeditivo ao sucesso do negócio; que os tributos que deverão recolher após a constituição da empresa são excessivamente onerosos, comprometendo o lucro e fadando o negócio à falência. Isso não é verdade e o mito deve ser eliminado.

A atividade tributante é essencial à existência da sociedade, pois permite o custeio de serviços públicos e investimentos em educação, saúde, infra-estrutura, saneamento básico, segurança, previdência social, saúde e outros bens indispensáveis. É plenamente possível recolher tributos regularmente e possuir um negócio lucrativo e próspero. Aliás, é necessário que o empreendedor esteja em dia com suas obrigações fiscais para manter seu empreendimento com tranquilidade e sem medo de receber no estabelecimento a fiscalização fazendária.

As autoridades fiscais devem ser enxergadas como parceiras do empreendedor, das quais será possível exigir a contrapartida pelo recolhimento regular e pontual dos tributos, principalmente quanto à prestação dos serviços públicos que toda a sociedade tem direito.

Antes de prosseguir na prestação de informações sobre tributação, é importante esclarecer que o empreendedor pode e deve conhecer a carga tributária a que está sujeito. Todavia, não pode preocupar-se em aprofundar seus conhecimentos sobre o assunto e tornar-se um especialista em tributação, sob pena de perder a condição de cuidar do próprio negócio, não se dedicando às suas atividades empresariais para tornar-se um estudioso do Direito Tributário-fiscal.

É recomendável que o empresário seja dedicado ao sucesso de seu negócio, deixando as questões fiscais sob responsabilidade do contabilista ou contador que cuida de sua escrita, podendo ainda recorrer ao advogado tributarista para tratar de assuntos tributários mais complicados.

Dentro de noções básicas que são do interesse do empreendedor, pode-se iniciar por esclarecer que os tributos são prestações pecuniárias (em dinheiro), que o contribuinte deve ao fisco, por força de legislação específica que institui a obrigação.

Os tributos são, por isso, recolhidos necessariamente em dinheiro, não se admitindo pagamento através da entrega de mercadorias ou serviços. E todo tributo é instituído por lei. Os tributos são classificados ou subdivididos em impostos, taxas e contribuições de melhorias. Fica assim fácil entender que imposto e tributo não são a mesma coisa, já que tributo é o gênero, e imposto é uma espécie de tributo.

Alguns estudiosos classificam as contribuições previdenciárias como impostos especiais, e outros as classificam como categoria específica de obrigação não classificável como tributo. A questão não merece estudo detalhado por conta do empreendedor, cuja obrigação é saber da existência das contribuições previdenciárias como fator de custo na formação do preço de venda do produto que pretende produzir ou vender, bem como do serviço que há de prestar.

Os tributos são instituídos em leis, que têm origem federal, estadual, distrital (Distrito Federal) ou municipal.

Na organização do Brasil, a Constituição da República define competência a cada órgão tributante para instituir tributos, incumbindo à União, aos Estados federados, Distrito Federal e municípios arrecadar e aplicar seus recursos, sem invadir a competência uns dos outros. É possível, então, afirmar que o contribuinte está sujeito ao recolhimento de tributos federais, estaduais e municipais. Os tributos podem ser cobrados em razão de atividades executadas pelas autoridades públicas ou pelas atividades desenvolvidas pelo contribuinte.

São denominados tributos vinculados aqueles oriundos das atividades executadas pelo Poder Público, configurando taxas e contribuições de melhoria. É o caso, por exemplo, de taxas que o contribuinte recolhe quando solicita, junto à repartição pública, a emissão de documentos e certidões. Os tributos vinculados à atividade do contribuinte são denominados tributos não vinculados e caracterizam impostos e contribuições sociais, podendo ser citados como exemplos o Imposto de Renda e as contribuições para a Previdência Social.

O empreendedor está sujeito, na exploração de suas atividades econômicas, aos seguintes tributos:

**a) Tributos Federais:** IRPJ (Imposto de Renda Pessoa Jurídica), IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados), PIS (Contribuição para o Programa de Integração Social), COFINS (Contribuição Social sobre o faturamento das empresas) e a CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido);

- b) Tributo Estadual:** ICMS (Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços);
- c) Tributo Municipal:** ISSQN (Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza);
- d) Contribuições Previdenciárias:** INSS recolhido sobre a folha de pagamento de segurados empregados e retirada pró-labore de sócios e administradores, mais pagamentos efetuados a prestadores de serviços autônomos.

As obrigações mencionadas acima não estão classificadas de acordo com a doutrina, haja visto que os estudiosos do assunto divergem quanto à definição da natureza jurídica dos encargos tributário-fiscais. Todavia, a indicação das obrigações na forma acima tem cunho meramente didático e objetiva apresentar ao empreendedor, de forma simples e prática, suas principais obrigações oriundas da execução de suas atividades econômicas.

É importante esclarecer também que os tributos não foram exaustivamente identificados, incidindo sobre determinadas atividades ou operações carga tributária que inclui outras obrigações não mencionadas acima. Em resumo, a carga tributária incidente sobre as empresas varia conforme a atividade explorada e as operações realizadas, podendo variar inclusive quanto ao valor. Recomenda-se ao empreendedor solicitar ao contador ou contabilista responsável por sua escrita o estudo específico de seu negócio, a fim de definir com exatidão os tributos que fica obrigado a recolher e o valor de cada um.

## **MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE**

Empresas cuja receita bruta anual não ultrapassa R\$2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais) recebem tratamento diferenciado, gozando de benefícios fiscais e, por isso, sendo sujeitas a carga tributária reduzida. São classificadas em microempresas ou empresas de pequeno porte, conforme o valor da receita bruta anual que realizam.

Este tratamento diferenciado dispensado às micro e pequenas empresas foi instituído para regulamentar o artigo 179 da Constituição da República, decorrendo de legislação específica de origem federal e estadual. A legislação federal institui benefícios fiscais quanto aos tributos federais e às contribuições previdenciárias, enquanto a legislação estadual institui benefícios quanto aos tributos estaduais.

Os municípios também podem instituir benefícios quanto aos tributos municipais. Recomenda-se ao empreendedor solicitar informações sobre o assunto diretamente junto à Prefeitura do município onde pretende estabelecer a sede da empresa.

Tendo em vista que os benefícios fiscais são instituídos em leis de origem federal e estadual, os critérios para gozo dos benefícios variam de acordo com a origem da lei. Algumas regras são idênticas para aproveitamento do empreendedor, variando outras conforme há de se esclarecer através do estudo das respectivas leis federal e estadual.

Em nível federal os benefícios fiscais foram instituídos pela Lei nº 9.317, de 05 de dezembro de 1996, tendo a Lei nº 9.841, de 05 de outubro de 1999, instituído o Estatuto da



ASSUNTO: FÁBRICA DE SACOLA PLÁSTICA  
DATA DA ATUALIZAÇÃO: 31/08/2006



microempresa e da empresa de pequeno porte. No Estado de Minas Gerais, os benefícios fiscais quanto aos tributos estaduais foram instituídos pela Lei nº 13.437, de 30 de dezembro de 1999, regulamentada pelo Decreto nº 40.987, de 31 de março de 2000.

## Microempresa Legislação Federal

A legislação federal instituiu o SIMPLES e assegura benefícios fiscais exclusivamente quanto aos tributos federais e contribuições previdenciárias. O tratamento diferenciado dispensado ao pequeno empreendedor pela Lei nº 9.317/96 (alterada pelas Leis nº 9.732/98, 10.034/00 e 11.307/06) permite simplificação na apuração dos tributos e redução significativa da carga tributária.

A legislação classifica como MICROEMPRESA aquela cuja receita bruta anual não ultrapassa R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais), e EMPRESA DE PEQUENO PORTE aquela cuja receita bruta anual ultrapassa o limite de microempresa (R\$ 240.000,00), mas não ultrapassa R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais).

RECEITA BRUTA ANUAL	CLASSIFICAÇÃO
Até R\$ 240.000,00	Microempresa
Acima de R\$ 240.000,00 até R\$ 2.400.000,00	<b>Empresa de Pequeno Porte</b>

Os valores acima foram estipulados pela Lei federal nº 11.196, de 21 de novembro de 2005, que produziu efeitos a partir de 1º de janeiro de 2006.

A tabela abaixo indica o valor do percentual a ser aplicado sobre a receita mensal da empresa, conforme sua faixa de enquadramento.

<b>MICROEMPRESA</b>		
Receita Bruta Anual (R\$)		Percentual (%)
	Até 60.000,00	3
Acima de 60.000,00	Até 90.000,00	4
Acima de 90.000,00	Até 120.000,00	5
Acima de 120.000,00	Até 240.000,00	5,4
<b>EMPRESA DE PEQUENO PORTE</b>		
Receita Bruta Anual (R\$)		Percentual (%)
Acima de 240.000,00	Até 360.000,00	5,8
Acima de 360.000,00	Até 480.000,00	6,2
Acima de 480.000,00	Até 600.000,00	6,6
Acima de 600.000,00	Até 720.000,00	7
Acima de 720.000,00	Até 840.000,00	7,4
Acima de 840.000,00	Até 960.000,00	7,8
Acima de 960.000,00	Até 1.080.000,00	8,2
Acima de 1.080.000,00	Até 1.200.000,00	8,6
Acima de 1.200.000,00	Até 1.320.000,00	9,0
Acima de 1.320.000,00	Até 1.440.000,00	9,4
Acima de 1.440.000,00	Até 1.560.000,00	9,8
Acima de 1.560.000,00	Até 1.680.000,00	10,2
Acima de 1.680.000,00	Até 1.800.000,00	10,6

Acima de 1.800.000,00	Até 1.920.000,00	11,0
Acima de 1.920.000,00	Até 2.040.000,00	11,4
Acima de 2.040.000,00	Até 2.160.000,00	11,8
Acima de 2.160.000,00	Até 2.280.000,00	12,2
Acima de 2.280.000,00	Até 2.400.000,00	12,6

Os valores acima definidos para a faixa de receita superior a R\$1.200.000,00 foram fixados pela Lei nº 11.307/06, que produziu efeitos a partir de 1º de janeiro de 2006.

Os percentuais mencionados no quadro acima não incluem a alíquota definida para empresas que exploram atividade industrial e são contribuintes do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados). Na hipótese, sempre que o contribuinte optar pelo SIMPLES e for contribuinte do IPI, sobre as alíquotas indicadas no quadro acima, deverá adicionar 0,5% (cinco décimos por cento), ficando o quadro assim:

<b>MICROEMPRESA</b>			
RECEITA BRUTA ANUAL (R\$)		Percentual (%)	
		Sem IPI	Com IPI
Até 60.000,00		3	3,5
Acima de 60.000,00	Até 90.000,00	4	4,5
Acima de 90.000,00	Até 120.000,00	5	5,5
Acima de 120.000,00	Até 240.000,00	5,4	5,9
<b>EMPRESA DE PEQUENO PORTE</b>			
Receita Bruta Anual (R\$)		Percentual (%)	
		Sem IPI	Com IPI
Acima de 240.000,00	Até 360.000,00	5,8	6,3
Acima de 360.000,00	Até 480.000,00	6,2	6,7
Acima de 480.000,00	Até 600.000,00	6,6	7,1
Acima de 600.000,00	Até 720.000,00	7	7,5
Acima de 720.000,00	Até 840.000,00	7,4	7,9
Acima de 840.000,00	Até 960.000,00	7,8	8,3
Acima de 960.000,00	Até 1.080.000,00	8,2	8,7
Acima de 1.080.000,00	Até 1.200.000,00	8,6	9,1
Acima de 1.200.000,00	Até 1.320.000,00	9,0	9,5
Acima de 1.320.000,00	Até 1.440.000,00	9,4	9,9
Acima de 1.440.000,00	Até 1.560.000,00	9,8	10,3
Acima de 1.560.000,00	Até 1.680.000,00	10,2	10,7
Acima de 1.680.000,00	Até 1.800.000,00	10,6	11,1
Acima de 1.800.000,00	Até 1.920.000,00	11,0	11,4
Acima de 1.920.000,00	Até 2.040.000,00	11,4	11,9
Acima de 2.040.000,00	Até 2.160.000,00	11,8	12,3
Acima de 2.160.000,00	Até 2.280.000,00	12,2	12,7
Acima de 2.280.000,00	Até 2.400.000,00	12,6	13,1

Os valores acima definidos para a faixa de receita superior a R\$1.200.000,00 foram fixados pela Lei nº 11.307/06, que produziu efeitos a partir de 1º de janeiro de 2006.

Algumas empresas são impedidas de optar pelo SIMPLES, mesmo que sua receita esteja dentro dos limites de enquadramento no referido regime especial de tributação. O artigo 9º da Lei nº 9.317/96 exclui do SIMPLES, independentemente da receita da empresa, aquela que encontra-se numa das seguintes situações:

- I - constituída sob a forma de sociedade por ações;
- II - cuja atividade seja banco comercial, banco de investimentos, banco de desenvolvimento, caixa econômica, sociedade de crédito, financiamento e investimento, sociedade de crédito imobiliário, sociedade corretora de títulos, valores mobiliários e câmbio, distribuidora de títulos e valores imobiliários, empresa de arrendamento mercantil, cooperativa de crédito, empresas de seguros privados e de capitalização e entidade de previdência privada aberta;
- III - que se dedique à compra e à venda, ao loteamento, à incorporação ou à construção de imóveis;
- IV - que tenha sócio estrangeiro, residente no exterior;
- V - constituída sob qualquer forma, de cujo capital participe entidade da administração pública, direta ou indireta, federal, estadual ou municipal;
- VI - que seja filial, sucursal, agência ou representação, no país, de pessoa jurídica com sede no exterior;
- VII - cujo titular ou sócio participe com mais de 10% (dez por cento) do capital de outra empresa, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de opção pelo SIMPLES;
- VIII - de cujo capital participe, como sócio, outra pessoa jurídica;
- IX - cuja receita decorrente da venda de bens importados seja superior a 50% (cinquenta por cento) de sua receita bruta total;
- X - que realize operações relativas a:
  - a) importação de produtos estrangeiros;
  - b) locação ou administração de imóveis;
  - c) armazenamento e depósito de produtos de terceiros;
  - d) propaganda e publicidade, excluídos os veículos de comunicação;
  - e) factoring;
  - f) prestação de serviço de vigilância, limpeza, conservação e locação de mão-de-obra;
- XI - que preste serviços profissionais de corretor, representante comercial, despachante, ator, empresário, diretor ou produtor de espetáculos, cantor, músico, dançarino, médico, dentista, enfermeiro, veterinário, engenheiro, arquiteto, físico, químico, economista, contador, auditor, consultor, estatístico, administrador, programador, analista de sistema, advogado, psicólogo, professor, jornalista, publicitário, fisicultor, ou assemelhados, e de qualquer outra profissão cujo exercício dependa de habilitação profissional legalmente exigida;
- XII - que participe do capital de outra pessoa jurídica;
- XIII - que tenha débito inscrito em Dívida Ativa da União ou do Instituto Nacional do Seguro Social - INSS, cuja exigibilidade não esteja suspensa;
- XIV - cujo titular, ou sócio que participe de seu capital com mais de 10% (dez por cento), esteja inscrito em Dívida Ativa da União ou do Instituto Nacional do Seguro Social - INSS, cuja exigibilidade não esteja suspensa;

XV - que seja resultante de cisão ou qualquer outra forma de desmembramento da pessoa jurídica;

XVI - cujo titular, ou sócio com participação em seu capital superior a 10% (dez por cento), adquira bens ou realize gastos em valor incompatível com os rendimentos por ele declarados.

As Leis nº 10.034/00 e nº 10.684/03 introduziram importantes alterações na sistemática do SIMPLES.

Por força das leis retro-mencionadas, empresas que exploram atividade de creche e pré-escola, estabelecimentos de ensino fundamental, centro de formação de condutores (auto escola), agências lotéricas e agência terceirizadas de correios, podem optar pelo SIMPLES. Nesses casos, o contribuinte fica obrigado a recolher o imposto mediante acréscimo de 50% (cinquenta por cento), sobre o valor dos percentuais indicados na tabela acima.

Além dos serviços acima relacionados (creche e pré-escola, estabelecimentos de ensino fundamental, auto escola, agências lotéricas e agência terceirizadas de correios), todos os outros prestadores de serviço, CUJA OPÇÃO PELO SIMPLES SEJA PERMITIDA, também estão obrigados ao recolhimento do SIMPLES com acréscimo de 50% (cinquenta por cento), sobre o valor dos percentuais indicados na tabela acima.

Na hipótese da empresa explorar atividade de prestação de serviço, CUMULADAMENTE com outra atividade estranha a serviço (indústria, comércio ou produtor rural), o acréscimo de 50% (cinquenta por cento), sobre o valor dos percentuais da tabela acima, ocorre para fins de apuração e recolhimento do SIMPLES, quando a receita com os serviços prestados, é igual ou superior a 30% (trinta por cento) da receita total da empresa.

Nos casos que a legislação impõe acréscimo de 50% (cinquenta por cento) da alíquota, para fins de apuração do SIMPLES, conforme acima mencionado (Leis nº 10.034/00 e nº 10.684/03), a tabela passa a ser da seguinte forma:

<b>MICROEMPRESA</b>		
RECEITA BRUTA ANUAL (R\$)		Percentual (%)
Até 60.000,00		4,5
Acima de 60.000,00	Até 90.000,00	6,0
Acima de 90.000,00	Até 120.000,00	7,5
Acima de 120.000,00	Até 240.000,00	8,1
<b>EMPRESA DE PEQUENO PORTE</b>		
Receita Bruta Anual (R\$)		Percentual (%)
Acima de 240.000,00	Até 360.000,00	8,7
Acima de 360.000,00	Até 480.000,00	9,3
Acima de 480.000,00	Até 600.000,00	9,9
Acima de 600.000,00	Até 720.000,00	10,5
Acima de 720.000,00	Até 840.000,00	11,1
Acima de 840.000,00	Até 960.000,00	11,7
Acima de 960.000,00	Até 1.080.000,00	12,3

Acima de 1.080.000,00	Até 1.200.000,00	12,9
Acima de 1.200.000,00	Até 1.320.000,00	13,5
Acima de 1.320.000,00	Até 1.440.000,00	14,1
Acima de 1.440.000,00	Até 1.560.000,00	14,7
Acima de 1.560.000,00	Até 1.680.000,00	15,3
Acima de 1.680.000,00	Até 1.800.000,00	15,9
Acima de 1.800.000,00	Até 1.920.000,00	16,5
Acima de 1.920.000,00	Até 2.040.000,00	17,1
Acima de 2.040.000,00	Até 2.160.000,00	17,7
Acima de 2.160.000,00	Até 2.280.000,00	18,3
Acima de 2.280.000,00	Até 2.400.000,00	19,9

Os valores acima definidos para a faixa de receita superior a R\$1.200.000,00 foram fixados pela Lei nº 11.307/06, que produziu efeitos a partir de 1º de janeiro de 2006.

Os percentuais mencionados no quadro acima não incluem a alíquota definida para empresas que exploram atividade industrial e são contribuintes do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados). Na hipótese, sempre que o contribuinte optar pelo SIMPLES e for contribuinte do IPI, sobre as alíquotas indicadas no quadro acima, deverá adicionar 0,5% (cinco décimos por cento).

## Microempresa Legislação Estadual

Em Minas Gerais, foi estabelecido tratamento diferenciado e simplificado às microempresas e empresas de pequeno porte, através do SIMPLES MINAS, instituído pela Lei (estadual) n.º 15.219, de 7 de julho de 2004, regulamentada pelo Decreto (estadual) n.º 43.924, de 3 de dezembro de 2004.

O SIMPLES MINAS estende benefícios ao empreendedor autônomo e também a algumas cooperativas especificadas na legislação aplicável. São cooperativas especificadas na lei, que podem ser beneficiadas pelo SIMPLES MINAS, somente aquelas formadas por:

- a) produtores artesanais;
- b) feirantes;
- c) comerciantes ambulantes;
- d) pequenos comerciantes;
- e) pequenos produtores da agricultura familiar;
- f) garimpeiros.

O SIMPLES MINAS reduz o valor do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços), simplifica o sistema de apuração do imposto mencionado e permite deduzir do ICMS apurado depósitos efetuados em benefício do FUNDESE – Fundo de Fomento e Desenvolvimento Socioeconômico do Estado de Minas Gerais.

O SIMPLES MINAS permite também abater sobre o ICMS apurado as despesas comprovadas pelo contribuinte com investimentos na aquisição de Equipamento Emissor de Cupom Fiscal (ECF).

### CLASSIFICAÇÃO: MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

A legislação classifica microempresa (ME) como sendo a sociedade empresária ou empresário individual, cuja receita bruta anual não ultrapassa R\$277.980,00 (duzentos e setenta e sete mil, novecentos e oitenta reais); e empresa de pequeno porte (EPP) a sociedade empresária ou empresário individual cuja receita bruta anual ultrapassa o limite de micro (R\$277.980,00) e não ultrapassa R\$2.224.644,00 (dois milhões, duzentos e vinte e quatro mil, seiscentos e quarenta e quatro reais).

CLASSIFICAÇÃO	RECEITA BRUTA ANUAL
Microempresa	Até R\$ 277.980,00
Empresa de pequeno porte	Acima de R\$ 277.980,00 até R\$ 2.224.644,00

Na apuração do ICMS, o SIMPLES MINAS obriga o contribuinte a recolher o imposto resultante da somatória de duas operações:

- a) Operação de apuração do ICMS resultante da diferença de alíquota entre Estados da federação;

- b) Operação de apuração do ICMS pela aplicação da tabela simplificada de alíquotas variáveis conforme faixa de RECEITA TRIBUTÁVEL (real ou presumida).

O contribuinte é obrigado a recolher o ICMS que resulta da somatória das duas operações acima mencionadas (letras “a” e “b”).

O ICMS que resulta da diferença da alíquota (letra “a”) e o ICMS que resulta da aplicação da tabela simplificada (letra “b”) são somados, e o resultado (soma) é o valor total do imposto a ser recolhido.

A orientação para a apuração do ICMS segue abaixo, dividida em duas etapas (itens “a” e “b”), sendo a primeira (item “a”) relativa à diferença de alíquota, e a segunda etapa (letra “b”) relativa à aplicação da tabela simplificada.

Na segunda etapa (letra “b”) da orientação abaixo, que refere-se à aplicação da tabela simplificada, o contribuinte deve estar atento à opção de apurar a RECEITA TRIBUTÁVEL REAL ou aplicar o índice sobre a RECEITA TRIBUTÁVEL PRESUMIDA.

#### A) DIFERENÇA DE ALÍQUOTA ENTRE ESTADOS DA FEDERAÇÃO

a.1) O contribuinte soma o valor das notas fiscais de compra de mercadorias que destinam-se à industrialização ou revenda, aplicando sobre o resultado a alíquota de 18% (dezoito por cento);

a.2) Sobre as notas fiscais somadas para alcançar o resultado acima, o contribuinte soma apenas o valor do ICMS QUE VEM INDICADO EM CADA NOTA FISCAL, como incluso/incluído no valor total;

a.3) O contribuinte então calcula a diferença entre o resultado obtido na primeira operação (item a.1) e o resultado obtido na segunda operação (item a.2);

a.4) Nos casos em que o valor do imposto indicado em cada nota fiscal como sendo incluso/incluído no valor total (item a.2 acima) for exatamente igual ao valor obtido pela aplicação da alíquota de 18% (dezoito por cento) sobre as notas fiscais de compra de mercadorias (item a.1 acima), NÃO HAVERÁ DIFERENÇA DE ALÍQUOTA a ser somada no valor do ICMS para recolhimento.

#### B) APLICAÇÃO DA TABELA SIMPLIFICADA - ALÍQUOTAS VARIÁVEIS CONFORME FAIXA DE RECEITA TRIBUTÁVEL

O contribuinte apura o ICMS pela aplicação de alíquotas, que variam conforme o valor da RECEITA TRIBUTÁVEL.

A tabela é progressiva. A alíquota do imposto aumenta conforme aumenta também a capacidade de contribuição da empresa. O contribuinte com menor RECEITA TRIBUTÁVEL possui menor capacidade de contribuir com o ICMS; e o contribuinte com maior RECEITA TRIBUTÁVEL possui maior capacidade de contribuir com o imposto. Diante disso, a alíquota do imposto aumenta gradativamente, de acordo com o aumento da RECEITA TRIBUTÁVEL.

A tabela também é não cumulativa. As alíquotas aumentam de acordo com o aumento da RECEITA TRIBUTÁVEL, mas são aplicadas progressivamente, SOMENTE SOBRE O VALOR QUE EXCEDE CADA FAIXA de incidência. Desta forma, a alíquota maior incide apenas sobre a maior parcela da RECEITA TRIBUTÁVEL. Para bem esclarecer, basta explicar que a RECEITA TRIBUTÁVEL é dividida em faixas distintas, aplicando-se cada alíquota específica sobre cada faixa específica de RECEITA TRIBUTÁVEL.

O sistema de apuração do ICMS por faixa de RECEITA TRIBUTÁVEL, de acordo com as alíquotas variáveis, progressiva e não cumulativamente, pode ser resumido na seguinte tabela:

FAIXA	RECEITA TRIBUTÁVEL	ALÍQUOTA
1	até R\$ 5.675,00	zero
2	Somente o que exceder R\$ 5.675,00 até R\$17.026,00	0,5%
3	Somente o que exceder R\$17.026,00 até R\$45.403,00	2,0%
4	Somente o que exceder R\$ 45.403,00 até R\$113.508,00	3,0%
5	Acima de R\$113.508,00	4,0%

A tabela acima pode ser RELIDA pelo contribuinte na forma abaixo, que permite a apuração do imposto numa única operação direta, através da qual o ICMS é calculado mediante aplicação da alíquota correspondente à faixa de RECEITA TRIBUTÁVEL, deduzindo-se a parcela respectiva, em que o saldo final já incluiu os princípios de progressividade e não cumulatividade, que são característicos do SIMPLES MINAS.

FAIXA	RECEITA TRIBUTÁVEL	ALÍQUOTA	PARCELA A DEDUZIR
1	até R\$5.675,00	zero	zero
2	Acima de R\$ 5.675,00 até R\$ 17.026,00	0,5%	R\$28,30
3	Acima de R\$ 17.026,00 até R\$ 45.403,00	2,0%	R\$283,77
4	Acima de R\$ 45.403,00 até R\$ 113.508,00	3,0%	R\$737,81
5	Acima de R\$ 113.508,00	4,0%	R\$1.872,88

**Os valores constantes das tabelas acima foram atualizados pela Portaria nº 26, de 11 de janeiro de 2006, do Secretário da Receita Estadual do Estado de Minas Gerais, para vigorar no exercício de 2006.**

**APURAÇÃO DA RECEITA TRIBUTÁVEL – OPÇÕES: REAL OU PRESUMIDA**

A RECEITA TRIBUTÁVEL que serve como base de cálculo do ICMS pode ser REAL ou PRESUMIDA.

A RECEITA TRIBUTÁVEL REAL é o valor total das saídas promovidas pelo contribuinte é registrado em notas fiscais, cupom fiscal ou outro documento fiscal autorizado pelo Poder Público. O contribuinte realiza a somatória das saídas promovidas no mês e registrada em

documentos fiscais, que corresponde à RECEITA TRIBUTÁVEL REAL sujeita à aplicação das alíquotas indicadas na tabela acima, variando de acordo com a faixa de incidência.

A RECEITA TRIBUTÁVEL PRESUMIDA é apurada pela somatória de NOTAS DE COMPRAS (entradas), acrescida de um índice específico (varia de acordo com a atividade do empreendedor), que representa a Margem de Valor Agregado (MVA). A legislação permite ao contribuinte presumir o valor da RECEITA TRIBUTÁVEL, utilizando para tanto as COMPRAS realizadas no mês, acrescidas do índice de valor agregado (MVA) que segue na tabela abaixo, variando de acordo com o segmento empresarial ou setor de atividade.

#### MARGENS DE VALORES AGREGADOS PARA APURAÇÃO DA RECEITA PRESUMIDA

ITEM	DESCRIÇÃO	MVA
1	Extração de minerais metálicos	48%
2	Extração de minerais não-metálicos	26%
3	Fabricação de produtos alimentícios e de bebidas	58%
4	Fabricação de produtos do fumo	70%
5	Fabricação de produtos têxteis	35%
6	Confecção de artigos do vestuário e acessórios	30%
7	Preparação de couros e fabricação de artefatos de couro e calçados	30%
8	Fabricação de produtos de madeira	30%
9	Fabricação de celulose, papel e produtos de papel	26%
10	Edição, impressão e reprodução de gravações	26%
11	Fabricação de coque, refino de petróleo, elaboração de combustíveis nucleares e produção de álcool	70%
12	Fabricação de produtos químicos	26%
13	Fabricação de artigos de borracha e plásticos	26%
14	Fabricação de produtos de minerais não-metálicos	70%
15	Metalurgia básica	70%
16	Fabricação de produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos	40%
17	Fabricação de máquinas e equipamentos	48%
18	Fabricação de máquinas para escritório e equipamentos de informática	30%
19	Fabricação de máquinas, aparelhos e materiais elétricos	30%
20	Fabricação de material eletrônico e de aparelhos e equipamentos de comunicações	26%
21	Fabricação de equipamentos de instrumentação médico-hospitalares, instrumentos de precisão e ópticos, equipamentos para automação industrial, cronômetros e relógios	26%
22	Fabricação e montagem de veículos automotores, reboques e carrocerias	26%
23	Fabricação de outros equipamentos de transporte	26%
24	Fabricação de móveis com predominância de madeira	30%
25	Fabricação de móveis com predominância de metal	30%
26	Fabricação de móveis de outros materiais	30%
27	Fabricação de colchões	30%
28	Lapidação de gemas	26%

29	Fabricação de artefatos de joalheria e ourivesaria	61%
30	Fabricação de instrumentos musicais, peças e acessórios	70%
31	Fabricação de artefatos para caça, pesca e esporte	70%
32	Fabricação de mesas de bilhar, de <i>snooker</i> e acessórios, não associada a locação	30%
33	Fabricação de mesas de bilhar, de <i>snooker</i> e acessórios associada a locação	30%
34	Fabricação de brinquedos e de outros jogos recreativos	70%
35	Fabricação de canetas, lápis, fitas impressoras para máquinas e outros artigos para escritório	46%
36	Fabricação de escovas, pincéis e vassouras	26%
37	Decoração, lapidação, gravação, espelhação, bisotagem, vitrificação e outros trabalhos em cerâmica, louça, vidro ou cristal	70%
38	Fabricação de produtos diversos	26%
39	Reciclagem de outras sucatas metálicas	70%
40	Reciclagem de sucatas não-metálicas	31%
41	Eletricidade, gás e água quente	70%
42	Representantes comerciais e agentes do comércio de veículos automotores	26%
43	Serviços de manutenção e reparação de automóveis	36%
44	Serviços de manutenção e reparação de caminhões, ônibus e outros veículos pesados	34%
45	Serviços de lavagem, lubrificação e polimento de veículos	26%
46	Serviços de borracheiros e gomaria	26%
47	Comércio por atacado de peças e acessórios novos para veículos automotores	30%
48	Comércio por atacado de pneumáticos e câmaras de ar	42%
49	Comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores	26%
50	Comércio a varejo de pneumáticos e câmaras de ar	26%
51	Representantes comerciais e agentes do comércio de peças e acessórios novos e usados para veículos automotores	26%
52	Comércio a varejo de peças e acessórios usados para veículos automotores	26%
53	Comércio por atacado de peças e acessórios para motocicletas e motonetas	26%
54	Comércio a varejo de motocicletas e motonetas	32%
55	Comércio a varejo de peças e acessórios para motocicletas e motonetas	30%
56	Comércio a varejo de combustíveis e lubrificantes para veículos automotores	40%
57	Comércio por atacado e representantes comerciais e agentes do comércio	30%
58	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios, com área de venda superior a 5000 metros quadrados - hipermercados	26%
59	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de	26%

	produtos alimentícios, com área de venda entre 300 e 5000 metros quadrados - supermercados	
60	Minimercados	26%
61	Mercearias e armazéns varejistas	26%
62	Comércio varejista de mercadorias em lojas de conveniência	30%
63	Lojas de departamentos ou magazines	30%
64	Lojas de variedades, exceto lojas de departamentos ou magazines	30%
65	Comércio varejista de produtos de padaria e de confeitaria	26%
66	Comércio varejista de laticínios, frios e conservas	26%
67	Comércio varejista de balas, bombons e semelhantes	26%
68	Comércio varejista de carnes - açougues	26%
69	Comércio varejista de bebidas	45%
70	Tabacaria	26%
71	Comércio varejista de hortifrutigranjeiros	26%
72	Peixaria	26%
73	Comércio varejista de outros produtos alimentícios não especificados anteriormente	40%
74	Comércio varejista de tecidos	30%
75	Comércio varejista de artigos de armarinho	30%
76	Comércio varejista de artigos de cama, mesa e banho	30%
77	Comércio varejista de artigos do vestuário e complementos	30%
78	Comércio varejista de calçados	30%
79	Comércio varejista de artigos de couro e de viagem	30%
80	Comércio varejista de produtos farmacêuticos sem manipulação de fórmula	30%
81	Comércio varejista de produtos farmacêuticos homeopáticos	30%
82	Comércio varejista de produtos farmacêuticos com manipulação de fórmula	40%
83	Comércio varejista de artigos de perfumaria, cosméticos e de higiene pessoal	30%
84	Comércio varejista de artigos médicos e ortopédicos	30%
85	Comércio varejista de medicamentos veterinários	30%
86	Comércio varejista de máquinas, aparelhos e equipamentos elétricos e eletrônicos de uso doméstico e pessoal, exceto equipamentos de informática	30%
87	Comércio varejista de artigos fotográficos e cinematográficos	30%
88	Comércio varejista de instrumentos musicais e acessórios	30%
89	Comércio varejista de discos e fitas	30%
90	Comércio varejista de móveis	30%
91	Comércio varejista de artigos de colchoaria	38%
92	Comércio varejista de artigos de tapeçaria	55%
93	Comércio varejista de artigos de iluminação	30%
94	Comércio varejista de outros artigos de utilidade doméstica	40%
95	Comércio varejista de ferragens, ferramentas e produtos metalúrgicos	30%
96	Comércio varejista de vidros, espelhos, vitrais e molduras	30%

97	Comércio varejista de material para pintura	30%
98	Comércio varejista de madeira e seus artefatos	30%
99	Comércio varejista de materiais elétricos para construção	30%
100	Comércio varejista de materiais hidráulicos	30%
101	Comércio varejista de cal, areia, pedra britada, tijolos e telhas	30%
102	Comércio varejista de materiais de construção em geral	30%
103	Comércio varejista de materiais de construção não especificados anteriormente	30%
104	Comércio varejista de máquinas e equipamentos para escritório	26%
105	Comércio varejista de máquinas, equipamentos e materiais de informática	26%
106	Comércio varejista de máquinas, equipamentos e materiais de comunicação	26%
107	Comércio varejista de artigos de papelaria	26%
108	Comércio varejista de jornais e revistas	26%
109	Comércio varejista de gás liquefeito de petróleo (GLP)	26%
110	Comércio varejista de artigos de óptica	50%
111	Comércio varejista de artigos de relojoaria e joalheria	33%
112	Comércio varejista de artigos de souvenir, bijuterias e artesanatos	30%
113	Comércio varejista de bicicletas e triciclos, suas peças e acessórios	30%
114	Comércio varejista de artigos esportivos	30%
115	Comércio varejista de brinquedos e artigos recreativos	30%
116	Comércio varejista de plantas e flores naturais e artificiais e frutos ornamentais	30%
117	Comércio varejista de artigos de caça, pesca e <i>camping</i>	30%
118	Comércio varejista de objetos de arte	30%
119	Comércio varejista de animais para criação doméstica, de artigos para animais e ração	30%
120	Comércio varejista de peças e acessórios para eletrodomésticos e aparelhos eletrônicos, exceto peças e acessórios para informática	30%
121	Comércio varejista de fogos de artifício e artigos pirotécnicos	30%
122	Comércio varejista de embarcações e outros veículos recreativos, suas peças e acessórios	30%
123	Comércio varejista de produtos saneantes domissanitários	70%
124	Comércio varejista de outros produtos da Divisão 52 não especificados anteriormente	70%
125	Comércio varejista de antigüidades	70%
126	Comércio varejista de outros artigos usados	70%
127	Reparação e manutenção de máquinas e de aparelhos eletrodomésticos, exceto aparelhos telefônicos	30%
128	Reparação e manutenção de aparelhos telefônicos	30%
129	Chaveiros	30%
130	Conserto e restauração de artigos de madeira e do mobiliário	30%
131	Reparação de outros objetos pessoais e domésticos	30%
132	Hotel	70%

133	Apart hotel	70%
134	Motel	70%
135	Camping	30%
136	Pensão	30%
137	Outros tipos de alojamento	39%
138	Restaurante	50%
139	Choperias, <i>whiskeria</i> e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	50%
140	Lanchonete, casas de chá, de sucos e similares	50%
141	Cantina (serviço de alimentação privativo) exploração própria	50%
142	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para empresas	50%
143	Serviços de <i>buffet</i>	70%
144	Outros serviços de alimentação (em trailers, quiosques, veículos e outros equipamentos)	30%
145	Outros não enquadrados nos itens anteriores	35%

## EXCLUSÃO DO SIMPLES MINAS

A legislação estabelece algumas restrições ao enquadramento no regime especial do SIMPLES MINAS. Em determinadas situações, é excluído do SIMPLES MINAS o contribuinte:

I - que participe ou cujo titular ou sócio participe com mais de 10% (dez por cento) do capital de outra sociedade empresária, salvo se a receita bruta anual global das empresas interligadas for inferior ao maior limite de R\$2.197.831,00;

II - que tenha sido desmembrada ou resulte do desmembramento de outra sociedade empresária ou da transmutação de qualquer de seus estabelecimentos em sociedade autônoma, salvo se o fato tiver ocorrido até 31 de dezembro de 2003;

III - que possua filial ou sociedade empresária interligada situada fora do Estado;

IV - de transporte que, mediante contrato, preste serviço para outra transportadora;

V - que tenha débito inscrito em dívida ativa, em seu nome ou em nome do seu titular ou representante legal, ressalvada a hipótese do crédito tributário em fase de parcelamento, desde que adimplente ou objeto de discussão judicial, garantido por depósito ou penhora;

VI - que seja administrada por procurador;

VII - cujo administrador não sócio seja, também, administrador de outra sociedade empresária, salvo se a receita bruta anual global das sociedades administradas for inferior ao maior limite de R\$2.197.831,00.

Não se aplica a exclusão do contribuinte que participe com mais de 10% (dez por cento) do capital de outra sociedade empresária, quando a referida participação ocorrer em centrais de compras, em bolsas de subcontratação ou em consórcios de exportação ou de venda no mercado interno, mesmo que a receita bruta anual global das empresas interligadas for superior a R\$2.197.831,00.

**Importante:**

**AS INSTRUÇÕES RECEBIDAS SOBRE OPÇÃO PELO REGIME DE MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE DEVEM SER CONFIRMADAS JUNTO ÀS AUTORIDADES FISCAIS E JUNTO AO CONTADOR OU CONTABILISTA RESPONSÁVEL PELA ESCRITA FISCAL.**

## Passo a Passo para Registro

### CONSIDERAÇÕES INICIAIS SOBRE REGISTRO

Para registro e legalização recomendamos que sejam solicitados os serviços de um contador/contabilista que, além de elaborar os documentos constitutivos da empresa e preencher todos os formulários do processo, é o profissional capacitado a prestar consultoria com relação aos aspectos fiscais/tributários e legais na constituição da empresa.

Para contratar um contabilista habilitado, recomendamos que sejam solicitadas propostas de prestação de serviços, englobando o valor dos honorários e o "escopo" do serviço a ser prestado. Para tanto, consulte as "páginas amarelas da lista telefônica" ou peça às Associações ou Sindicatos de Contabilistas uma relação de profissionais que atuam em sua cidade ou região.

O contador é um profissional-chave na gestão empresarial. Por isso, antes de contratar, pesquise pelo menos três contadores, certifique-se de que ele é um profissional habilitado junto ao CRC - Conselho Regional de Contabilidade e de que não existem queixas registradas contra ele. Dê preferência aos profissionais atualizados, que ofereçam, além dos serviços fiscais, um serviço de assessoria contábil. Lembre-se que o preço não é o melhor critério para selecionar um serviço.

Um negócio próprio envolve, além de capital para investir, muita disposição para o trabalho, garra e persistência. Essas características devem estar presentes já na fase de abertura da empresa, para o cumprimento da verdadeira maratona imposta pela burocracia. O empreendedor deve estar preparado para lidar com diversas siglas, taxas e impostos em repartições municipais, estaduais e federais, até que o primeiro cliente da nova empresa seja finalmente atendido.

### DEFINIÇÃO DA FORMA JURÍDICA QUE REVESTE O EMPREENDIMENTO

O passo inicial é definir a forma jurídica a ser adotada para exploração da atividade. O Código Civil em vigor (Lei nº 10.406, de 11 de janeiro de 2002) trouxe alterações importantes e criou as seguintes opções:

1 - Sociedades que exploram atividade intelectual, de natureza científica, literária ou artística e as cooperativas são definidas como **SOCIEDADES SIMPLES**;

2 - Para o empreendedor que explora qualquer outra atividade **NÃO** enquadrada como intelectual ou cooperativa, a legislação permite o registro do **EMPRESÁRIO** ou a constituição de sociedade empresária. O registro do **EMPRESÁRIO** ocorre quando **NÃO** HÁ constituição de sociedade. **NO CASO DE CONSTITUIÇÃO DE SOCIEDADE**, as opções previstas em lei são:

2.1 - Sociedade limitada;

2.2 - Sociedade anônima;

- 2.3 - Sociedade em nome coletivo;
- 2.4 - Sociedade em comandita por ações;
- 2.5 - Sociedade em comandita simples.

A legislação em vigor, conforme acima mencionada, define como SOCIEDADE SIMPLES aquela pessoa jurídica que explora atividade INTELLECTUAL, de natureza científica, literária ou artística; e as COOPERATIVAS.

É importante entender que apenas serviços intelectuais são explorados por sociedades SIMPLES. Serviços NÃO INTELLECTUAIS, podendo citar atividade explorada por prestador de serviço de limpeza, portaria e conservadoras, oficina mecânica e outros tantos, NÃO são explorados por sociedade denominada SIMPLES. São também legalmente definidas como SOCIEDADES SIMPLES as diversas espécies de COOPERATIVAS.

Em resumo:

1 - São sociedades simples:

Aquelas que exploram serviço intelectual (natureza científica, literária ou artística);  
As cooperativas.

2 - Na exploração de atividades comerciais, industriais, rurais e serviços não intelectuais, o empreendimento pode revestir-se das seguintes formas jurídicas:

- a) Empresário (não é pessoa jurídica);
- b) Sociedade limitada;
- c) Sociedade anônima;
- d) Sociedade em nome coletivo;
- e) Sociedade em comandita por ações;
- f) Sociedade em comandita simples.

#### PEQUENOS EMPREENDIMENTOS - FORMAS JURÍDICAS MAIS ADEQUADAS

A sociedade LIMITADA é a forma jurídica mais adequada de sociedade empresária, para exploração de empreendimentos de micro, pequeno e médio portes. Na sociedade LIMITADA, cada sócio responde por obrigações da sociedade no limite do valor das cotas que subscreve.

Outra opção é a obtenção do registro na categoria de EMPRESÁRIO. Trata-se da exploração de atividade profissionalmente organizada, sem constituição de pessoa jurídica. O empreendedor que decide explorar atividade empresária sem constituir sociedade pode obter registro de EMPRESÁRIO. A desvantagem desta modalidade é que o titular do registro responde ilimitadamente pelas obrigações surgidas da exploração do negócio.

O registro de EMPRESÁRIO não é conferido aos profissionais para exploração de serviços intelectuais. Somente atividades organizadas profissionalmente para produção ou circulação de bens ou serviços NÃO intelectuais podem ser exploradas através da figura do EMPRESÁRIO.

## SOCIEDADE SIMPLES REVESTIDA DE FORMA JURÍDICA DE SOCIEDADE LIMITADA

Sociedades que exploram serviços INTELLECTUAIS e cooperativas são necessariamente sociedades simples. O Código Civil em vigor dispõe que, nas sociedades simples, os sócios respondem pelas obrigações contraídas pela sociedade. Nesse particular, a sociedade simples revela desvantagem, se comparada à sociedade limitada.

O Código Civil permite à sociedade simples adotar a forma jurídica de sociedade limitada. Nesta hipótese, a natureza jurídica da pessoa jurídica continua sendo de sociedade simples; todavia, optando por revestir-se de sociedade limitada, confere aos sócios responsabilidade limitada ao valor restrito das cotas subscritas.

### PROCEDIMENTOS DE REGISTRO - CUIDADOS INICIAIS

Definida a forma jurídica do empreendimento, o interessado deve, então, providenciar consulta prévia junto à Prefeitura do Município onde pretende estabelecer seu negócio, a fim de saber se a exploração do negócio é autorizada para o local escolhido, posto que a legislação municipal proíbe a instalação de determinados estabelecimentos em áreas definidas. Esse cuidado pode evitar uma série de aborrecimentos futuros.

Também é necessária a realização de consulta da situação fiscal dos sócios junto à Secretaria da Receita Federal e à Secretaria Estadual da Fazenda, para verificar a existência de pendências ou irregularidades, que impeçam a obtenção da inscrição nos respectivos cadastros fiscais (federal e estadual).

Da mesma forma, é aconselhável uma consulta à Junta Comercial e/ou ao Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas (conforme a competência para o registro), com o objetivo de verificar se não existe outra empresa com o nome (razão social) igual ou semelhante ao que você escolheu. O mesmo nome empresarial não pode ser adotado por mais de um empreendimento no mesmo Estado da Federação.

### CONTRATO SOCIAL

Sociedades simples e sociedades empresárias são criadas inicialmente pela elaboração do contrato de sociedade, denominado CONTRATO SOCIAL, que é assinado pelos sócios e arquivado no órgão competente de registro.

O órgão competente para arquivamento do contrato social das Sociedades Simples é o Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas. Sociedades empresárias, por sua vez, têm seu contrato social arquivado na Junta Comercial. A existência legal da pessoa jurídica começa com o registro do contrato social no órgão competente. Sociedades cujos atos constitutivos não são arquivados no órgão competente são desprovidas de personalidade jurídica, pelo que respondem pessoalmente os sócios quanto aos atos praticados.

Para registro do empreendimento sem a constituição de sociedade, na modalidade EMPRESÁRIO, o órgão competente é a Junta Comercial. Neste caso, o empreendedor não dispõe de contrato social para registro, mas assina requerimento específico que contenha:  
Nome, nacionalidade, domicílio, estado civil e, se casado, regime de bens;  
Nome empresarial (firma social), com a respectiva assinatura autógrafo;  
Capital;  
Objeto e sede (endereço onde o empreendimento será explorado).

O contrato social das sociedades simples e das sociedades limitadas deve conter:  
Nome, nacionalidade, estado civil, profissão e residência dos sócios;  
Nome empresarial, objeto, sede e prazo da sociedade;  
Capital da sociedade, expresso em moeda corrente, podendo compreender qualquer espécie de bens suscetíveis de avaliação pecuniária;  
Quota de cada sócio no capital social e o modo de realizá-la;  
Indicação dos administradores, seus poderes e atribuições;  
Participação dos sócios nos lucros e perdas.

As sociedades simples devem, ainda, fazer constar do contrato social:  
as prestações a que se obriga o sócio, cuja contribuição consista em serviços;  
se os sócios respondem ou não, subsidiariamente, pelas obrigações sociais.

Além dos requisitos acima relacionados, o contrato social da sociedade limitada também deve conter:  
Declaração de que a responsabilidade dos sócios é limitada ao valor exato das cotas subscritas;  
Indicação da regência supletiva das normas aplicáveis às sociedades anônimas, se for do interesse do empreendedor;  
Designação do objeto da sociedade na denominação social, integrada no final da palavra limitada ou sua abreviatura.

Imprevistos podem acontecer e, além disso, são comuns atritos entre sócios. O importante é que, em qualquer litígio ou situação excepcional, a última palavra caberá ao texto do Contrato Social. Uma forma de eliminar dúvidas é a consulta a um Contrato Social lavrado por outra empresa em condições semelhantes. Porém, se as dúvidas persistirem ou não se chegar a um acordo, o melhor mesmo será recorrer a um advogado ou contador.

#### EXIGÊNCIAS PARA REGISTRO

Para o registro na Junta Comercial são exigidos os seguintes documentos:

##### A - EMPRESÁRIO

Requerimento específico em quatro vias e em formulário próprio;  
Declaração de microempresa, se for o caso;  
Capa de processo;  
Cópia autenticada da carteira de identidade do titular da empresa;  
Taxa de registro.

#### B - SOCIEDADE LIMITADA

Contrato ou estatuto social, assinado pelos sócios e duas testemunhas (três vias);  
Declaração de microempresa, se for o caso (duas vias);  
Ficha de Cadastro Nacional - FCN, folhas 1 e 2 (uma via cada);  
Capa de processo;  
Cópia autenticada da carteira de identidade do(s) sócio(s) gerente(s);  
Taxa de registro.

#### C - MINISTÉRIO DA FAZENDA - RECEITA FEDERAL - CNPJ

Documentos necessários para a obtenção do registro no CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica) do Ministério da Fazenda:  
Disquete preenchido com o sistema do CNPJ - Cadastro Nacional das Pessoas Jurídicas;  
Documento Básico de Entrada do CNPJ (formulário próprio), original e uma cópia simples, com a firma do sócio gerente reconhecida em cartório;  
Uma via do original do Contrato Social ou Estatuto Social ou requerimento de EMPRESÁRIO, devidamente averbado pela Junta Comercial do Estado ou Cartório do Registro Civil das Pessoas Jurídicas.

#### D- INSCRIÇÃO ESTADUAL-SECRETARIA DA FAZENDA ESTADUAL - ICMS

Documentos necessários para a obtenção da Inscrição Estadual (cadastro de contribuintes do ICMS da Secretaria da Fazenda Estadual):  
Formulário DECA: Declaração Cadastral, em duas vias;  
Formulário DECA: Declaração Cadastral - Anexo I, em duas vias;  
Formulário DCC: Declaração Cadastral do Contabilista e Empresa Contábil, em três vias, referente ao início de escrituração e ao pedido de permanência de livros em escritório de contabilidade, quando for o caso;  
Formulário de solicitação para enquadramento/alteração de Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, em duas vias;  
Cópia dos atos constitutivos (contrato social ou estatuto ou declaração de firma individual) devidamente registrados na JUCEMG;  
Cópias do CPF dos sócios, quando tratar-se de pessoa física, e do CNPJ do sócio, quando tratar-se de pessoa jurídica;  
Cópia do cartão CNPJ ou da ficha de inscrição no CNPJ;  
Cópia do alvará de localização fornecido pela Prefeitura ou, na sua falta, prova de propriedade (escritura registrada), contrato de locação ou de comodato do imóvel (com firmas reconhecidas);  
Formulário requerimento/certidão débito, em uma via, para: a) o titular, quando se tratar de firma individual; b) os sócios, quando se tratar de sociedade por quotas limitadas; c) os diretores, quando se tratar de sociedade anônima;  
Cópia reprográfica legível da identidade dos responsáveis sócios;  
Cópias reprográficas da procuração e da identidade do procurador (quando for o caso);  
Taxa de expediente.

#### E - ALVARÁ DE LOCALIZAÇÃO - PREFEITURA MUNICIPAL



ASSUNTO: FÁBRICA DE SACOLA PLÁSTICA  
DATA DA ATUALIZAÇÃO: 31/08/2006



O último passo é a inscrição da empresa na Prefeitura do município, para fins de obtenção do Alvará de Localização.

Os procedimentos para a inscrição variam de acordo com a legislação vigente no município onde a empresa for estabelecida. Assim, recomendamos que se procure o órgão competente para mais informações.

#### IMPORTANTE

Algumas atividades exigem licenças e registros especiais e específicos. Tanto o contabilista quanto os órgãos competentes poderão orientar o empreendedor para o cumprimento de tais exigências, se for seu caso.

O Código Civil em vigor veda a constituição de sociedade entre pessoas casadas pelos regimes de comunhão universal de bens ou separação obrigatória de bens.

#### ÓRGÃOS DE REGISTROS

Junta Comercial (contrato social ou estatuto social) - site: [www.jucemg.mg.gov.br](http://www.jucemg.mg.gov.br)

Ministério da Fazenda (CNPJ - Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica) - site: [www.receita.fazenda.gov.br](http://www.receita.fazenda.gov.br)

Secretaria de Estado da Fazenda (inscrição estadual - cadastro de contribuintes do ICMS) - site: [www.sef.mg.gov.br](http://www.sef.mg.gov.br)

Prefeitura Municipal (Alvará de Localização e Funcionamento).

## Marcas e Patentes

Registrar a marca da empresa significa ter a garantia sobre o uso de um nome (nome de fantasia), um sinal visual ou mesmo uma figura.

É a marca que identifica e distingue uma empresa, um produto, uma mercadoria ou um serviço dos demais no mercado em que atua.

O registro da marca é de fundamental importância para a empresa e para o empreendedor, porque:

A marca tem grande valor, agindo como fator básico na comercialização de produtos e serviços;

A marca se constitui em elemento essencial para a defesa do consumidor, garantindo a qualidade daquilo a que se aplica e atestando sua autenticidade;

O não registro da marca pela empresa abre espaço para que outros a façam, perdendo a mesma os referidos direitos;

A marca pode e deve ser contabilizada no ativo da empresa, pois a mesma é um BEM da empresa.

De acordo com o princípio da propriedade industrial, o registro da empresa na Junta Comercial ou no cartório competente garante a exclusividade no uso do nome comercial (razão social, denominação social), mas não garante a proteção no uso da marca ou nome de fantasia.

Por isso, é relevante que seja feito o registro da marca junto ao INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial), para que seja garantido o uso exclusivo da marca em benefício do titular da mesma, coibindo seu uso indevido por terceiros.

Para o registro da marca junto ao INPI, inicialmente é providenciada a "busca de marca", objetivando saber se já existe registro anterior em vigência de marca igual ou semelhante à desejada. Não havendo, é iniciado o processo de registro.

## DOCUMENTOS EXIGIDOS PARA O REGISTRO DE MARCA

### Pessoa Jurídica

Cópias do Contrato Social, das alterações contratuais, do cartão CNPJ e da declaração da microempresa (se for o caso);

### Pessoa Física

Carteira de identidade, CPF e cópia da carteira profissional (se for o caso).

### Marca mista

Se a marca for mista (nome com figura) ou apenas figurativa (apenas figura), é necessário apresentar 16 (dezesesseis) etiquetas na metragem 6cm X 6cm. As etiquetas devem ser impressas em papel ofício e em preto e branco.



ASSUNTO: FÁBRICA DE SACOLA PLÁSTICA  
DATA DA ATUALIZAÇÃO: 31/08/2006



### **Taxas**

O INPI cobra taxas pelos serviços que presta, desde o pedido de registro de marca até a expedição do Certificado de Registro. Os valores variam de acordo com o tipo de serviço pedido e, ainda, de acordo com a característica do usuário do serviço (pessoa física, pessoa jurídica, microempresa).

O interessado poderá solicitar mais informações sobre busca e registro de marcas diretamente no Ponto de Atendimento SEBRAE-MG mais próximo.

## Implantação

O ramo de fabricação de sacolas plásticas é bastante concorrido, pois conta com a presença de grandes empresas que, em função da avançada tecnologia empregada e da alta escala de produção, podem garantir preços extremamente competitivos, fornecendo para as grandes redes de varejo, como super e hipermercados. O pequeno empreendedor deve estar preparado para enfrentar essa concorrência, buscando oferecer produtos de qualidade a segmentos específicos do mercado.

A estrutura básica para a constituição de uma fábrica de sacolas de plástico consiste em um galpão para trabalho, máquinas de corte e solda, perfuradora de plástico, bancada de "silk screen", além de móveis e equipamentos para escritório e um veículo para entregas. O investimento inicial varia de acordo com o tipo de produto que a empresa deseja disponibilizar a seus clientes e a tecnologia adotada.

### **Máquinas e equipamentos básicos de uma fábrica de sacola plástica:**

bancada de "silk-screen";  
perfuradora de alça;  
máquina de corte e solda;  
picador de plástico;  
móveis e materiais para escritório (computador, aparelho telefônico, aparelho de fax, etc.);  
veículo utilitário.

As matérias-primas mais usadas são do tipo termoplástico, dentre as quais se incluem o polietileno, o polipropileno, o poliestireno; o náilon e o cloreto de polivinila. Estes materiais têm a propriedade química de tornarem-se moles e pastosos, quando submetidos ao calor, endurecendo com o resfriamento, podendo ser reaproveitados quantas vezes for possível e necessário.

O polietileno de baixa densidade é um polímero usado, geralmente, para a fabricação de filmes plásticos e bobinas de plástico (usadas em açougue).

O polietileno de alta densidade é usado para a fabricação de sacolas plásticas (geralmente, 20% poli de baixa + 80% poli de alta), embalagens para indústria alimentícia, frascos para cosméticos e também na indústria farmacêutica.

Também são usados pigmentos, no caso de produção de sacolas coloridas, e fitilhos, para amarração dos fardos (embalagem).

### **Etapas do processo produtivo**

O processo produtivo é bastante simples e conta com as seguintes etapas: aquisição de matérias-primas e estocagem, corte e solda, perfuração de alças/prensagem, colocação de acessórios, impressão em silk screen e embalagem.

#### **1) Aquisição de matérias-primas e estocagem**

Os estoques de matérias-primas devem ser mantidos em níveis próximos à demanda, evitando a imobilização de recursos financeiros em estoques e custos relacionados à manutenção dos mesmos. No ato de recebimento das matérias-primas, deve-se estar atento à qualidade das mesmas, a fim de evitar defeitos que possam comprometer a qualidade dos produtos finais.

## **2) Corte e solda**

O rolo de polietileno é desenrolado, dobrado em forma de sanfona, cortado na largura e no comprimento desejados e soldados nas laterais e na extremidade inferior. Dependendo do tipo de sacola a ser produzida, podem ser necessárias outras soldagens.

## **3) Perfuração de alças/Prensagem**

A alça da sacola pode ser feita a partir de uma simples perfuração ou através de uma prensagem com corte padrão, como ocorre com as sacolas tipo camiseta.

**4) Colocação de acessórios**, como alças ou reforços plásticos, quando necessários.

**5) Impressão em "silk-screen"** do logotipo do cliente.

**6) Embalagem** das sacolas em lotes iguais e expedição ou estocagem.

No ato de estocagem das matérias-primas, bem como dos produtos acabados, o empreendedor deve estar atento à segurança do local, haja vista a natureza inflamável dos produtos.

Visando a diversificação da fábrica, o empreendedor pode investir na produção de outros tipos de sacos plásticos, como sacos picotados ou em rolos, sacos de lixo e sacolas de diversos modelos e espessuras.

## Recursos Humanos

As políticas de recursos humanos referem-se às maneiras pelas quais a empresa pretende lidar com seus colaboradores e por intermédio deles atingir os objetivos organizacionais. Adotando estas políticas, a empresa proporcionará condições também para o alcance de objetos individuais. Cada empresa desenvolve a política de recursos humanos, adequando à sua filosofia, necessidade e estratégia.

### Recrutamento e seleção

O recrutamento poderá ser interno ou externo. O recrutamento interno ocorre quando a empresa dá prioridade a seus funcionários para concorrer às vagas disponíveis. Tal iniciativa demonstra preocupação com o crescimento profissional e favorece o clima motivacional. A escolha, contudo, deverá obedecer aos corretos critérios de recrutamento: o colaborador deverá ter perfil adequado ao cargo a ser preenchido, ou seja, deverá satisfazer aos requisitos de qualificação profissional exigidos.

O recrutamento externo poderá ser utilizado para localizar no mercado possíveis candidatos para participarem do processo de seleção. O recrutamento poderá ocorrer através de anúncios na imprensa, agências de empregos, entidades de classe, escolas, universidades, etc.

Na seleção será possível tanto a verificação de características, conhecimentos, habilidades e atitudes declarados pelo candidato, como desenvolvidos em empregos/estágios anteriores.

Concluído o processo de seleção, o funcionário deverá ser treinado, para facilitar sua ambientação e assimilação da cultura organizacional.

### Políticas de Recursos Humanos

As ações referentes à gestão de pessoas requerem contínua manutenção. São políticas de RH: determinar remuneração direta e indireta do colaborador; manter a força de trabalho motivada, participativa e produtiva; manter em bom estado as condições físicas, ambientais, de higiene e segurança, que envolvem o desempenho de tarefas; ter bom relacionamento com sindicatos e representações do pessoal, etc. Após o levantamento, o desenvolvimento e a execução dessas ações é necessário monitorá-las.

### Treinamento e capacitação dos profissionais

A reciclagem e o aprimoramento constantes dos colaboradores de uma organização são importantes para a competitividade da mesma. A empresa deve se importar com o desenvolvimento profissionais dos colaboradores, a médio e longo prazos.

## Normas Técnicas

Norma Técnica é um documento de caráter universal, simples e eficiente, no qual são indicadas regras, linhas básicas ou características mínimas, que devem ser seguidas por determinado produto, processo ou serviço.

Devidamente utilizada, a Norma Técnica proporciona a perfeita ordenação das atividades e a obtenção de resultados semelhantes e padronizados, para que um mesmo produto possa ser adotado em diferentes países.

As Normas Técnicas podem ser utilizadas para:

Racionalizar processos, eliminando desperdícios de tempo, de matéria-prima e de mão-de-obra;

Assegurar a qualidade do produto oferecido ao mercado;

Conseguir aumento de vendas;

Incrementar as vendas de produtos em outros mercados;

Reduzir a troca e a devolução de produtos;

Reverter o produto, processo ou serviço em patrimônio tecnológico, industrial e comercial para o País, quando da relação com o mercado internacional;

Reforçar o prestígio de serviços prestados;

Aumentar o prestígio de determinada marca;

Garantir saúde e segurança.

Estão listadas, a seguir, algumas normas técnicas relacionadas à fabricação de sacolas plásticas.

Título: Sacos plásticos para acondicionamento de lixo

Código: CB00136 / NBR09190 - Data de publicação: 12/93

Título: Sacos de papel simples e multifolhados

Código: TB00149 / NBR05986 - Data de publicação: 75

Título: Saco trançado de polipropileno e/ou polietileno de alta densidade e componentes

Código: CB00158 / NBR10197 - Data de publicação: 02/88

Título: Saco trançado de polipropileno e/ou polietileno de alta densidade e componentes

Código: TB00302 / NBR10196 - Data de publicação: 02/88

Título: Sacos plásticos para acondicionamento de lixo

Código: EB00588 / NBR09191 - Data de publicação: 12/93

Título: Sacos plásticos para acondicionamento de lixo - Determinação da resistência à queda livre

Código: MB02229 / NBR09195 - Data de publicação: 12/93

Título: Sacos plásticos para acondicionamento de lixo - Determinação da resistência à pressão do ar

Código: MB02230 / NBR09196 - Data de publicação: 12/85

Título: Sacos plásticos para acondicionamento de lixo - Determinação da resistência ao impacto de esfera

Código: MB02231 / NBR09197 - Data de publicação: 12/85

Título: Saco de papel para supermercados - Dimensões

Código: NBR13020 - Data de publicação: 10/93

Título: Sacos plásticos para acondicionamento de lixo - Determinação da capacidade volumétrica

Código: NBR13055 - Data de publicação: 12/93

As normas e mais informações podem ser obtidas na ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas.

## Recursos Humanos

As políticas de recursos humanos referem-se às maneiras pelas quais a empresa pretende lidar com seus colaboradores e por intermédio deles atingir os objetivos organizacionais. Adotando estas políticas, a empresa proporcionará condições também para o alcance de objetos individuais. Cada empresa desenvolve a política de recursos humanos, adequando à sua filosofia, necessidade e estratégia.

### Recrutamento e seleção

O recrutamento poderá ser interno ou externo. O recrutamento interno ocorre quando a empresa dá prioridade a seus funcionários para concorrer às vagas disponíveis. Tal iniciativa demonstra preocupação com o crescimento profissional e favorece o clima motivacional. A escolha, contudo, deverá obedecer aos corretos critérios de recrutamento: o colaborador deverá ter perfil adequado ao cargo a ser preenchido, ou seja, deverá satisfazer aos requisitos de qualificação profissional exigidos.

O recrutamento externo poderá ser utilizado para localizar no mercado possíveis candidatos para participarem do processo de seleção. O recrutamento poderá ocorrer através de anúncios na imprensa, agências de empregos, entidades de classe, escolas, universidades, etc.

Na seleção será possível tanto a verificação de características, conhecimentos, habilidades e atitudes declarados pelo candidato, como desenvolvidos em empregos/estágios anteriores.

Concluído o processo de seleção, o funcionário deverá ser treinado, para facilitar sua ambientação e assimilação da cultura organizacional.

### Políticas de Recursos Humanos

As ações referentes à gestão de pessoas requerem contínua manutenção. São políticas de RH: determinar remuneração direta e indireta do colaborador; manter a força de trabalho motivada, participativa e produtiva; manter em bom estado as condições físicas, ambientais, de higiene e segurança, que envolvem o desempenho de tarefas; ter bom relacionamento com sindicatos e representações do pessoal, etc. Após o levantamento, o desenvolvimento e a execução dessas ações é necessário monitorá-las.

### Treinamento e capacitação dos profissionais

A reciclagem e o aprimoramento constantes dos colaboradores de uma organização são importantes para a competitividade da mesma. A empresa deve se importar com o desenvolvimento profissionais dos colaboradores, a médio e longo prazos.

## Finanças

Para se administrar uma empresa, além dos conhecimentos do ramo e de uma boa política de comercialização, é absolutamente necessário controlar a movimentação dos recursos financeiros. O capital é o sangue que move o organismo empresarial e, como tal, deve ser bem cuidado e constantemente monitorado. São duas as perguntas que, geralmente, o empreendedor se faz: “Qual é o capital necessário para abrir o empreendimento?” e “Como será o desempenho da empresa?”.

Muitos podem entender que todo o trabalho deve ser feito pelo contador, mas não é bem assim. A função financeira é muito diferente da função contábil, embora exista uma estreita relação entre elas, já que as informações utilizadas são as mesmas. A função financeira tem como finalidade a tomada de decisões, e a função contábil, o registro das informações acerca da vida financeira da empresa. Nas pequenas empresas, a função financeira normalmente está nas mãos dos donos, e a função contábil fica a cargo de um profissional da área. Quando a empresa cresce, torna-se necessário que este trabalho seja delegado, surgindo, assim, o responsável pela execução dos controles financeiros.

E o que são, afinal, os controles financeiros? São controles que permitem ao empreendedor conhecer e acompanhar a movimentação financeira e tomar as decisões necessárias ao empreendimento, no momento certo.

Quais são esses controles financeiros? São os controles de caixa e bancos, que trazem a posição imediata dos recursos da empresa; os controles de contas a pagar e a receber, que permitem antever os compromissos a pagar e os direitos a receber. Da união desses controles temos o Fluxo de Caixa, a ferramenta de previsão cada vez mais indispensável na condução dos negócios e na gerência eficaz dos recursos financeiros da empresa.

### Os conceitos financeiros

O primeiro passo da administração de uma empresa é entender os conceitos financeiros, já que a sobrevivência do negócio, muitas vezes, depende do grau de eficiência de sua gerência. Se não soubermos, por exemplo, calcular corretamente o preço de venda, poderemos ter:

Baixa competitividade: quando o preço está acima do praticado no mercado, a empresa não vende e, dessa forma, não sobrevive;

Prejuízo: quando a empresa adota um preço que não cobre seus custos operacionais, ela vende muito, mas não consegue pagar seus compromissos.

Em ambos os casos o resultado é o fechamento do negócio. Então vamos conhecer alguns conceitos, começando com aqueles necessários no momento de se iniciar um empreendimento.

Quando estamos constituindo um negócio, necessitamos, obrigatoriamente, de capitais para tal objetivo. Na realidade, qualquer empreendimento, seja comercial, industrial ou de prestação de serviços, nada mais é do que a obtenção de recurso para ser aplicado, visando um resultado. Nesse momento, é necessário responder a algumas perguntas, tais como:

Para iniciar o negócio, quanto de dinheiro será necessário?  
Quanto será preciso para manter a empresa funcionando, nos primeiros meses de vida?  
Durante quanto tempo será possível prover investimentos e capital de giro com recursos próprios?  
Quando será necessário recorrer a empréstimo e quanto solicitar?  
A quem recorrer e em que condições?  
Em quanto tempo e como será possível pagar o empréstimo?

Para responder a essas perguntas precisamos conhecer os conceitos fundamentais, desde a criação da empresa até uma análise mais crítica de gestão e desempenho. O conhecimento desses conceitos poderá auxiliar bastante na gestão do empreendimento.

O primeiro conceito que vamos conhecer é **Investimento**.

O termo investimento pode ser entendido de maneiras diferentes. Normalmente, entendemos como investimento os gastos com compra de matérias-primas, imobilizações de caráter permanente ou não, aplicações financeiras, etc. Então, podemos dizer que investimento são todas as necessidades para se iniciar um empreendimento. A definição do valor do investimento levará em conta vários aspectos, que incidem diretamente sobre a atividade. O investimento é composto de:

#### **- Investimento fixo**

São todos os bens duráveis (máquinas, equipamentos, linhas de telefone, móveis e utensílios, imóveis, luvas para aquisição do ponto, licenças para franquias, ferramentas, instalações, veículos, etc.) com seus respectivos custos de aquisição, necessários à montagem do negócio. Estão condicionados ao padrão do negócio que se quer abrir e também à disponibilidade do capital para se investir.

#### **- Investimentos pré-operacionais**

São todos os gastos feitos antes de se iniciar operacionalmente o empreendimento. Podem ser gastos com projetos arquitetônicos de decoração, iluminação, viabilidade financeira, pesquisa de mercado, etc; despesas com a organização da empresa (taxa de registros, livros fiscais, contratos, formulários).

#### **- Capital de giro**

São os recursos necessários para fazer frente a todas as despesas geradas pela atividade produtiva da empresa (compras, vendas a prazo, giro de estoques, pagamentos de salários, impostos e todos os demais custos e despesas), até que a empresa comece a receber dos clientes. É fundamental que o capital de giro exista e seja bem definido, pois sua falta pode levar o empreendimento ao insucesso.

Apresentamos, a seguir, algumas recomendações importantes para o sucesso de um empreendimento.

1º) O empreendedor não deve imobilizar (empregar todo o capital na montagem do negócio) e se esquecer:

- da manutenção do estoque;
- do financiamento de clientes;
- do pagamento de despesas pré-operacionais.

A falta de capital pode levar o empreendedor a recorrer a empréstimos, geralmente com elevadas taxas de juros, comprometendo o futuro do negócio.

2º) Para evitar que todo o capital fique imobilizado, o empreendedor poderá adquirir uma parte do ativo fixo (maquinário, equipamentos, utensílios, imóveis, etc. necessários para a montagem do negócio) e tomar atitudes como:

- alugar terrenos e construções;
- terceirizar transporte;
- terceirizar parte da produção;
- alugar ou fazer leasing dos equipamentos.

3º) Analisar a viabilidade de aquisição de equipamentos e/ou maquinário usados.

4º) Estudar a possibilidade de financiar maquinário com recursos de longo prazo, por exemplo, operações tipo FINAME.

5º) Ter uma reserva técnica, correspondente a 10% ou mais dos demais custos, que poderá ser utilizado para cobrir despesas eventuais e imprevistas.

DEMONSTRATIVO DE INVESTIMENTO INICIAL (exemplo)			
ITEM	DISCRIMINAÇÃO	VALOR	%
1	INVESTIMENTO INICIAL		
2	CAPITAL DE GIRO		
2.1	Estoque Inicial		
2.2	Despesas Fixas		
2.3	Mão-de-obra		
3	SOMA (2.1+2.2+2.3)		
4	DIVERSOS		
4.1	Registro/Regularização		
4.2	Divulgação e Marketing		
5	SOMA (4.1+4.2)		
6	SUBTOTAL (1+3+5)		
7	RESERVA TÉCNICA (10%)		
8	TOTAL (6+7)		

Agora que já entendemos o que é investimento, passaremos aos outros conceitos necessários para a criação da empresa e também para a análise do seu dia a dia.

## Gastos

É o comprometimento financeiro realizado pela empresa na obtenção de produtos ou serviços, representado por entrega imediata (compra à vista) ou promessa de entrega de recursos financeiros (compra a prazo) em troca daquele produto ou serviço. Exemplo: gasto com a compra de mercadorias, gastos com salários, etc.

### **Desembolso**

É o pagamento resultante da aquisição de bens e serviços. É a “efetivação do gasto”. Pode ocorrer antes, durante ou depois da aquisição do bem ou serviço. Exemplo: pagamento de compra de matéria-prima, à vista ou a prazo.

### **Custos**

São todos os gastos realizados efetivamente na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente no preço de venda. Exemplo: as matérias-primas são um gasto na aquisição, um investimento no estoque e um custo na produção.

### **Despesas**

São os gastos que se destinam à comercialização dos produtos e serviços e à administração geral da empresa, isto é, referem-se às atividades não produtivas da empresa, mas necessárias para a manutenção de seu funcionamento. São também incorporados no preço de venda. Exemplo: comissão sobre vendas, honorários contábeis, etc.

Como podemos ver, os termos acima têm semelhanças, mas representam conceitos diferentes na gestão de uma empresa. Saber disso é importante para o empreendedor, principalmente a diferenciação entre custos e despesas, pois os custos são incorporados aos produtos, ao passo que as despesas reduzem o lucro.

Passaremos agora os conceitos ligados aos custos da empresa.

## **Conceitos de custeamento de produtos e serviços**

Como já vimos, os custos são gastos relativos a bens e serviços utilizados na produção de outros bens e serviços. Dessa forma, seus valores são incorporados aos novos bens e serviços. Como exemplos de custos temos: a matéria-prima, a mão-de-obra utilizada na produção, a energia elétrica, as máquinas e equipamentos, etc. Vamos definir alguns deles.

### **- Custos com matéria-prima**

O custo com matéria-prima representa tudo aquilo que é gasto para produzir um determinado produto ou serviço, no que diz respeito a materiais. No caso de uma empresa comercial ele representa o custo com as mercadorias para revenda.

### **- Custos com mão-de-obra**

São os custos diretamente relacionados com o trabalho humano em atividades de transformação do produto / serviço. Ou seja, representam o salário dos operários, acrescidos dos encargos sociais (FGTS, INSS, 13º salário, férias, etc.) e demais benefícios (assistência médica, cesta

básica, vale-refeição, entre outros). Os funcionários não envolvidos diretamente com a produção compõem a mão-de-obra indireta.

Alguns desses custos aumentam em proporção direta com a produção ou a comercialização. Por isso, são chamados de **Custos Variáveis**. A matéria-prima ou mercadoria é o melhor exemplo desse tipo de custo. Por consequência podemos dizer que os custos que não aumentam em proporção direta com a produção ou comercialização são chamados de **Custos Fixos** e seu melhor exemplo é o aluguel do galpão de produção.

Você poderá ainda, nos seus estudos e pesquisas, se deparar com os conceitos de **Custos diretos e Custos indiretos**.

- **Custos diretos** são aqueles que estão diretamente vinculados aos produtos/serviços. Esses custos surgem com os produtos/serviços e não existem sem eles. Matérias-primas, mercadorias para revenda são exemplos.

- **Custos indiretos** são aqueles que não podem ser facilmente vinculados aos produtos, mas são vinculados ao seu conjunto e/ou à empresa. Para serem atribuídos aos produtos e serviços esses custos têm que ser rateados, ou seja, divididos entre os produtos e serviços concluídos no período em que os custos foram levantados. Um exemplo desse tipo de custo é o salário do supervisor de produção.

Porém, como já vimos anteriormente, não só os custos acontecem. Temos ainda as despesas. Então, vejamos alguns conceitos e exemplos de despesas.

### **Conceitos de despesas**

As despesas são diferenciadas dos custos pelo fato de estarem relacionadas com a administração geral da empresa e a comercialização dos produtos e serviços, ao passo que os custos estão ligados à produção.

#### **- Despesas de comercialização**

São os gastos relacionados com as vendas da empresa. As despesas de comercialização variam conforme o número de clientes ou volume de vendas. Normalmente, são os impostos, as contribuições e as comissões de vendedores.

- . ICMS: Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (varia por produto e Estado);
- . ISSQN: Imposto sobre Serviço de Qualquer Natureza;
- . COFINS: Contribuição para Financiamento da Seguridade Social;
- . PIS: Programa de Integração Social;
- . IR: Imposto de Renda;
- . CS: Contribuição Social;
- . CPMF: Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira;
- . Comissões: Comissão de vendedores e encargos financeiros.

#### **- Despesas fixas**

São todos os gastos que a empresa terá com a manutenção de suas operações, não relacionados a qualquer produto ou serviço. Como exemplos podemos citar:

- . Água, luz e telefone;
- . Correios e telégrafos;
- . Material de escritório;
- . Material de limpeza;
- . Manutenção de máquinas, aparelhos e veículos;
- . IPTU e IPVA;
- . Aluguéis e taxas de condomínio;
- . Seguros;
- . Vale-transporte;
- . Despesas com leasing;
- . Depreciações;
- . Despesas administrativas (salário do pessoal administrativo, honorários de diretores, encargos sociais);
- . Despesas de publicidade e propaganda;
- . Salário fixo de vendedores acrescidos de encargos sociais;
- . Honorários de terceiros;
- . Taxas de funcionamento;
- . Despesas financeiras, juros bancários e IOF;
- . Outras despesas.

Dentre todas as despesas fixas, a única que iremos conceituar em separado, por ser normalmente a menos conhecida, será a depreciação.

**Depreciação** é o desgaste natural sofrido por um bem (máquinas, equipamentos, móveis, utensílios, veículos, etc.), durante sua vida útil, pela ação do tempo ou do uso. As taxas de depreciação e o tempo de vida útil dos bens são determinados pela legislação do Imposto de Renda, cujos critérios, obrigatoriamente, devem ser considerados pela contabilidade fiscal. A depreciação serve para fazer retornar tudo aquilo que foi investido no empreendimento, já que deve fazer parte do custo dos produtos e serviços.

Agora podemos pensar em conferir o resultado da empresa e verificar se teremos realmente lucro com nossas operações. Para isso, iremos conhecer os conceitos ligados ao resultado das operações do empreendimento.

### **Conceitos de resultado**

Para se avaliar o desempenho da empresa é necessário ter as informações e separá-las de maneira que seja obtida uma visão clara e definida do empreendimento. Para isso, vamos definir alguns conceitos.

#### **- Receita operacional**

É o faturamento total da empresa com as vendas dos produtos / serviços por ela fabricados ou realizados. Representa o resultado da operação de multiplicação da quantidade de produtos

vendidos pelo seu preço de venda. O preço de venda é o valor encontrado pelo empreendedor, que cobre todos os custos e despesas, deixando ainda uma parcela de lucro e sendo aceito pelo mercado.

**- Lucro**

É a remuneração do capital investido pelo empreendedor no negócio. É representado matematicamente pelo resultado da operação: receita menos custos e despesas.

**- Margem de contribuição**

Representa o quanto sobra das vendas depois de retirados os custos e as despesas variáveis. A margem de contribuição tem que ser o suficiente para pagar todas as despesas fixas e o lucro.

**- Prazo de retorno**

É o tempo necessário para se recuperar todo o capital investido no empreendimento. Seu cálculo pode ser feito através da fórmula:

$$\text{Prazo de retorno} = \frac{\text{Investimento}}{\text{Lucro mensal}}$$

**- Ponto de Equilíbrio**

É o momento em que a empresa não tem lucro nem prejuízo. O faturamento realizado consegue cobrir todos os custos e despesas, não sobrando mais nada. O cálculo do ponto de equilíbrio é muito importante para se ter uma noção real da viabilidade do empreendimento. Seu cálculo em unidades pode ser feito através da fórmula:

$$\text{PE (unid.)} = \frac{\text{Despesas e Custos Fixos}}{\text{Preço de Venda} - \text{Custo e Despesas Variáveis}}$$

## Plano de Negócio

O plano de negócio descreve detalhadamente como o empreendimento será e como funcionará. Ele permite que se tenha uma idéia prévia do negócio, antecipando expectativas de ações e resultados.

Resumidamente, um plano de negócio não pode deixar de abordar os seguintes aspectos:

**Fins** – especificação de objetivos e metas.

**Meios** – definição de políticas, programas, procedimentos e práticas, visando o alcance dos objetivos e metas.

**Recursos** – especificação dos tipos de recursos (financeiros, humanos, físicos, materiais) e quantidades necessárias; como os recursos devem ser gerados ou obtidos; e como eles devem ser alocados às atividades.

**Implantação** – procedimentos que serão adotados para antecipar ou detectar erros no plano ou falhas na sua execução, bem como para prevenção e correção contínua dos mesmos.

Tecnicamente, um plano de negócios deverá conter a análise do empreendimento em si e o perfil do gestor. Por isso, o empreendedor deverá começar analisando sua experiência de vida e seu perfil pessoal até chegar ao seu estilo profissional. Nesta etapa, são incluídos:

- **questionamentos sobre as definições de vida e carreira, tais como quanto tempo quer trabalhar, que tipo de vida quer levar, qual é o objetivo prioritário na vida, onde e como quer viver;**
- **conhecimentos, habilidades e experiências que possui e realizações que já obteve;**
- **atividades extraprofissionais e por que as executa;**
- **hobbies e lazer que tem e quais quer manter;**
- **sonhos e projetos que tem e quando e como quer realizá-los;**
- **auto-análise para aumentar o conhecimento de si próprio, questionando-se sobre o que sou/não sou, pelo que me interessa/não interessa, o que tenho/não tenho, o que quero/não quero, o que posso/não posso, o que gosto/não gosto, como estou/não estou, etc.;**
- **análise específica da carreira profissional até o momento, incluindo o melhor e o pior momento que já passou, as dificuldades e facilidades que encontrou, avaliação das chefias / colegas / pares / subordinados e o que acha que precisa fazer para melhorar.**

Na etapa de análise do empreendimento a ser iniciado, o plano de negócio deverá conter:

- **Objetivo básico** – é o primeiro desenho da missão da empresa, levando em consideração o perfil do empreendedor;
- **Objetivo estratégico** – é o desenho final da missão, incluindo o objetivo básico associado à estratégia de atuação para cumpri-lo;
- **Estratégia organizacional** – é a formatação de como será a hierarquia da empresa, com organograma, áreas e cargos definidos;
- **Estratégia gerencial** – é o detalhamento do gerenciamento de cada parte do negócio;
- **Estratégia de pessoal** – é a definição da política de recursos humanos, que inclui fatores motivacionais, relacionamentos internos e externos, plano de carreira, etc.;
- **Estratégia de marketing** – são as definições de atuação no mercado, divulgação dos produtos e serviços, relacionamento com o cliente, relacionamento com fornecedores e parceiros e avaliação da concorrência;
- **Estratégia de sistemas** – é conjunto de ações, objetos, idéias e informações que interagem entre si e modificam outros sistemas. Esta estratégia é considerada a visão sistêmica da empresa, pois analisará e acompanhará o funcionamento dos equipamentos/máquinas em relação às pessoas e às informações e vice-versa, visando o objetivo e o resultado final.

Ao elaborar um plano de negócio o empreendedor terá uma visão clara de sua futura empresa e as reais possibilidades de sucesso ou insucesso. Um bom plano de negócio permitirá ao empreendedor:

**- aprimorar sua idéia, tornando-a mais clara e precisa, através da busca de informações completas e detalhadas sobre o seu futuro empreendimento;**

- conhecer os pontos fortes e fracos do seu negócio, concorrentes, fornecedores, futuros clientes e a gestão adequada dos seus processos e recursos;

**- através da análise detalhada do negócio, viabilizar uma negociação mais eficiente e vantajosa com futuros parceiros, bancos ou órgãos financiadores de crédito.**

O plano de negócio não é um documento que se desenvolve em um piscar de olhos. Leva tempo para ser produzido e o ideal é que esteja sempre atualizado. Sua eficiência será medida pelo quanto ele contribui para o alcance dos objetivos da empresa, descontados os custos e outras conseqüências necessárias para formulá-lo e pô-lo em funcionamento.

## Endereços Úteis

SINDPLAST - SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DO MATERIAL PLÁSTICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS

Av. do Contorno, 4480 - sala 1504/1505  
30110-090 - Belo Horizonte - MG  
Tel: (31) 3223-2948 - Fax: (31) 3223-0430  
e-mail: [sindplast@sindplast.com.br](mailto:sindplast@sindplast.com.br)  
[www.simplast.com.br/](http://www.simplast.com.br/)

ABNT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS

Rua da Bahia, 1148 - sala 1015 - Ed. Maleta - Centro  
30160-906 - Belo Horizonte - MG  
Telefax: (31) 3226-4396  
e-mail: [dro@abnt.org.br](mailto:dro@abnt.org.br)  
[www.abnt.org.br](http://www.abnt.org.br)

INP - INSTITUTO NACIONAL DO PLÁSTICO

Av. Brigadeiro Faria Lima, 1779 - 6º ANDAR - CONJ. 62  
01452-914 Jd Paulistano - São Paulo - SP  
Tel: (011) 3814-8142 / Fax: (011) 3814-8604  
site: [www.inp.org.br](http://www.inp.org.br)  
e-mail: [inp@inp.org.br](mailto:inp@inp.org.br)

IPT - INSTITUTO DE PESQUISA TECNOLÓGICA

Av. Professor Almeida Prado, 535 - Cid. Universitária Butantã  
05508-901 - São Paulo - SP  
Tel: (11) 3767-4000 - Fax: (11) 3767-4002  
e-mail: [ipt@ipt.br](mailto:ipt@ipt.br)  
[www.ipt.br](http://www.ipt.br)

FUNDAÇÃO CENTRO TECNOLÓGICO DE MINAS GERAIS - CETEC

Av. José Cândido da Silveira, 2000 - Horto  
31170-000 - Belo Horizonte - MG  
Tel.: (31) 3489 2000 / Fax: (31) 3489 2200  
e-mail: [cetec@cetec.br](mailto:cetec@cetec.br)  
[www.cetec.br](http://www.cetec.br)

### Site interessante:

Disponível em: [www.plastico.com.br](http://www.plastico.com.br) – Acesso em 16 de setembro de 2005.

## Cursos e Eventos<sup>1</sup>

### CBIP - CURSO BÁSICO INTENSIVO DE PLÁSTICO

Rua Miguel de Frias, 88 - conj 804 - Icaraí

24220-002 - Niterói - RJ

Telefax: (21) 2717-0375

<http://www.jornaldeplasticos.com.br>

e-mail: [jorplast@jorplast.com.br](mailto:jorplast@jorplast.com.br)

Curso por correspondência que fornece informações didáticas e acessíveis sobre matéria plástica.

---

<sup>1</sup> O interessado deverá entrar em contato com as instituições, a fim de confirmar as datas e os valores dos cursos.

## Sugestões Bibliográficas

LIVRARIA TRIÂNGULO EDITORA LTDA

Rua Barão de Itapetininga, 274 - Centro

01042-000 - São Paulo - SP

Tel: (11) 3231-0922 - Fax: (11) 3231-0162

e-mail: atendimento@livrariatriangulo.com.br

Publicações: O plástico na prática / Termoplásticos - Os materiais e sua transformação / Moldes se Injeção: Termoplásticos / O Plástico: Materiais, moldes, processo, projeto de peças / Moldes de Injeção: Princípios Básicos e Projetos / Introdução a Polímeros / Tecnologia dos Plásticos / Moldes para plásticos / Transformação do Polietileno – Pebd / Plásticos: Moldes & Matrizes

## Fontes Consultadas

SEBRAE-MG. Pesquisa de mercado: noções básicas para tomada de decisão. Belo Horizonte, 1999.

SEBRAE-NA. Pesquisa: O que é para que serve. Brasília, SEBRAE, 1994

Sacolas Recicladas. Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios, São Paulo, nº154, p.44, novembro de 2001.

SEBRAE-RS. Sacola Personalizada. Porto Alegre: SEBRAE-RS, 2001.

## Fornecedores<sup>2</sup>

### FORNECEDORES DE MATÉRIA PRIMA:

#### BOBINAS PLÁSTICAS PARA SILK

##### ELLUS DO BRASIL LTDA.

Rod. Pres. Dutra, km 205,5 Laranja Azeda  
Arujá - SP - 074000-000  
Tel: (11)2148-7200  
Fax: (11) 2148-7210  
\*Fornece bobina para fabricação de sacolas.  
e-mail: vendas@cbselos.com.br  
site: www.cbselos.com.br

##### INIPLASA IND. NIENKOTTER DE PLÁSTICOS

Av. Guilherme Shaf 313 Jardim Eldorado  
Palhoça - SC - 88133-300  
Tel: (48)3242-2522  
Fax: (48)3242-4700  
www.iniplasa.com.br  
Email: iniplasa@iniplasa.com.br

##### MAMAPLAST IND. E COM. LTDA

Rua Cap. Mor. Rodrigues de Almeida, 47  
São Paulo - SP - 05102-100  
Tel: (11) 3625-1924  
Fax: (11)3625-1364  
www.mamaplast.com.br  
e-mail: mamaplastltda@uol.com.br  
\* fornece bobina para fabricação de sacola plástica.

##### PLASTIFICA INDUSTRIAL LTDA

Br 262 Km 26 - Bela Vitória  
Belo Horizonte - MG - 31950-640  
Tel: (31) 3493-1342  
Fax: (31) 3493-1342  
\*Fornece filme plástico de polietileno e sacos.  
<http://www.plastifica.com.br>  
e-mail: comercial@plastifica.com.br

### PIGMENTO

##### CROMEX BRANCOLOR LTDA

R. Profº Celestino Bourroul, 273-Tulimão  
São Paulo - SP - 02710-000

---

<sup>2</sup> O SEBRAE-MG se isenta de responsabilidades quanto à forma de atuação dessas empresas no mercado.



ASSUNTO: FÁBRICA DE SACOLA PLÁSTICA  
DATA DA ATUALIZAÇÃO: 31/08/2006



Tel: (11) 3856-1000

Fax: (11) 3858-7511

\* Fornece (master) pigmentos para coloração de plásticos.  
[www.cromex.com.br](http://www.cromex.com.br)

## **SACOLA, FILME PLÁSTICO - MATÉRIA-PRIMA**

**FORTYMIL INDÚSTRIA DE PLÁSTICOS LTDA**

Rua Tenente Deusdedith s/n Gleba F

Itatiba - SP - 13255-410

Tel: (11) 4894-8934

Fax: (11) 4894-8958

\* Fornece resina (polietileno de baixa e alta densidade, poliestireno e polipropileno) para fazer a bobina plástica.

**POLIALDEN PETROQUÍMICA S/A**

Rua Hidrogênio 3520-P. Petroq. Camaçari

Camaçari - BA - 42810-000

Tel: (71) 3632-6430

Fax: (71) 3632-1230

\* Fornece (resina) polietileno de alta densidade para fabricação da bobina plástica.  
<http://www.polialden.com.br>

**SPP PRINT IND COM LTDA**

Rua do Alho, 800 - Penha

Rio de Janeiro - RJ - 21011-000

Tel: (21) 3289-2857

Fax: (21) 3289-2861

\* Fornece polietileno de baixa e alta densidade, polipropileno e poliestireno.

<http://www.sppresinas.com.br>

<http://www.sppagaprint.com.br>

e-mail: [vivianelopes@sppagaprint.com.br](mailto:vivianelopes@sppagaprint.com.br)

## **FORNECEDORES DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS:**

### **CORTE E SOLDA DE SACOLA PLÁSTICA**

**CAEL IND. E COM. DE MÁQUINAS LTDA.**

Rua Julia Santos Paiva Rio, 126

São Paulo - SP - 04679-000

Tel: (11) 5631-1803

Fax: (11) 5631-1803

e-mail: [caelmaq@uol.com.br](mailto:caelmaq@uol.com.br)

\* Fornece máquina de corte e solda para sacos e sacola tipo camiseta e peças para reposição.

site: [www.caelmaq.cjb.net](http://www.caelmaq.cjb.net)

### **EXTRUSORA PARA FABRICAR FILME PLÁSTICO**

**A. CARNEVALLI & COMPANHIA LTDA**

Av. Guinle, 160-Cumbica

Guarulhos - SP - 07.221-070



**ASSUNTO: FÁBRICA DE SACOLA PLÁSTICA**  
**DATA DA ATUALIZAÇÃO: 31/08/2006**



Tel: (11) 6412-3811

Fax: (11) 6488-8990

\* Extrusora para fabricar filme plástico e fabricação de impressoras flexográficas.

[http:// www.carnevalli.com](http://www.carnevalli.com)

e-mail: carnevalli@carnevalli.com

**MAGMAR IND. E COM. DE MÁQUINAS LTDA.**

Rua Paulo Silveira Costa 13-Jr. Marabá

São Paulo - SP - 04775-200

Tel: (11) 5686-9211

Fax: (11) 5686-9653

\* Fornece máquina extrusora para fabricação do filme para sacola, máquina de corte e solda para sacolas e rótulos, máquina sacoleira. As máquina também trabalham com plástico reciclado.

<http://www.magmarmaquinas.com.br>

e-mail: magmar@magmarmaquinas.com.br

**WORTEX MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS LTDA**

R. Dr.Elton Cesar 587-Campo dos Amaraes

Campinas - SP - 13082-025

Tel: (19) 3246-2555

Fax: (19) 3246-1498

\* Fornece máquina extrusora para fabricar filme plástico.

[www.wortex.com.br](http://www.wortex.com.br)

Email: moment@wortex.com.br

## **IMPRESSORA FLEXOGRÁFICA**

**COLORFLEX IND. E COM. DE MÁQUINAS LTDA**

R.Jorge Schmeyber Filho, Quadra 2 - 46

Bauru - SP - 17031-520

Tel: (14) 4009-3333

Fax: (14) 4009-3310

\* Fornece impressora flexográfica, gofrador e máquina sacoleira.

<http://www.colorflex.com.br>

e-mail: colorflex@colorflex.com.br

**MICROMÁQUINAS INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA**

Av. Amazonas 530-Vila Cristoni

Ourinhos - SP - 19911-710

Tel: (14) 3326-3718

Fax: (14) 3326-3718

\* Fornece clichê para utilização em impressora flexográfica.

[http:// www.autoemprego.com.br](http://www.autoemprego.com.br)

e-mail: autoemprego@autoemprego.com.br

## **SACOLA PLÁSTICA – MÁQUINA**

**DUCA COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA**

Av. Sete Povos, 200 - Lj. 01

Canoas - RS - 92020-340



**ASSUNTO: FÁBRICA DE SACOLA PLÁSTICA**  
**DATA DA ATUALIZAÇÃO: 31/08/2006**



Tel: (51) 3477-4335

Fax: (51) 3477-0462

\* Fornece máquina para fábrica de sacos e sacolas plásticas de até 60 cm de largura. Pode ser usado polietileno de diversas cores e modelos: tipo supermercado, com alça perfurada, alça com reforço, alça com ilhós cordão, tipo mochila, etc.

<http://www.ducamaquinas.com.br>

e-mail: [duca@conex.com.br](mailto:duca@conex.com.br)

#### **HECE - MAQ E ACESSÓRIOS IND E COM LTDA**

Rua João Abdelnur, 99

São Carlos - SP - 13560-970

Tel: (16) 3363-2600

Fax: (16) 3368-4620

\* Fornece máquinas para fabricação de sacos plásticos e sacolas tipo camiseta, máquinas termoformadora para fabricação de copos descartáveis.

<http://www.hece.com.br>

e-mail: [hece@hece.com.br](mailto:hece@hece.com.br)

#### **KILINDA' S**

Av. Nazaré, 685 sl 04 Ipiranga

São Paulo - SP - 04263-000

Tel: (11) 2272-5103

Fax: (11) 2272-3425

\* Fornece máquinas para fábrica de sacos e sacolas plásticas.

<http://www.kilindas.com.br>

e-mail: [kilindas@uol.com.br](mailto:kilindas@uol.com.br)