

CENTRO PAULA SOUZA
ETEC PADRE JOSÉ NUNES DIAS
Técnico de Administração

Jéssica Camargo Borges
Kawan Castro da Silva
Ronaldo Lucas Raiel de Brito
Samantha Barca Lembo de Oliveira
Viviane Lucas Raiel de Brito

LIMPAQUI LTDA:
Prestadora de Serviços de Limpeza Terceirizados

Monte Aprazível

2024

Jéssica Camargo Borges

Kawan Castro da Silva

Ronaldo Lucas Raiel de Brito

Samantha Barca Lembo de Oliveira

Viviane Lucas Raiel de Brito

LIMPAQUI LTDA:

Prestadora de Serviços de Limpeza Terceirizados

Trabalho de Conclusão de
Curso

apresentado ao Curso
Técnico em Administração
da Etec Padre José Nunes
Dias, orientado pela Prof.
Andréa Nunes Matias e
Heliton José Gonçalves
Moia, como requisito parcial
para obtenção do título
técnico em Administração.

Monte Aprazível

2024

Agradecimentos

Agradecemos primeiramente a Deus pela oportunidade, saúde e sabedoria derramados sobre nossas vidas.

Expressamos nossa profunda gratidão às nossas famílias pela estrutura, apoio, e carinho dedicados durante todo o processo de aprendizagem.

À todos os nossos professores pelo empenho, dedicação e carinho oferecidos a nós.

Agradecemos reciprocamente todos os integrantes do grupo pelo esforço, comprometimento, dedicação, colaboração e empatia direcionados uns para com os outros assim como para com o projeto, para que alcançássemos o êxito.

E também a ETEC (Padre José Nunes Dias de Monte Aprazível) pelo suporte que nos foi oferecido.

SUMÁRIO

1.SUMÁRIO EXECUTIVO	2
1.1 Objetivo geral.....	2
1.2. Missão, Visão, Valores	2
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	2
2.1 Planejamento estratégico	3
2.2 Motivações Estratégicas	3
3. PRODUTOS / SERVIÇOS	4
3.1 Principais produtos e serviços	4
3.2 Proposta de Valor	4
4. ANÁLISE DE MERCADO:	4
4.1. Pesquisa Concorrentes	5
4.1.1. Dona Resolve:	5
4.1.2. Mary Help:.....	5
4.1.3. JC Limpeza:	6
4.2 PESQUISA PÚBLICO-ALVO	6
4.2.1 Pesquisa referente a faixa etária dos clientes.....	6
4.2.2 Pesquisa referente a quantidade de pessoas que residem na residência.	7
4.2.3 Tempo livre.....	7
4.2.4 Aproveitamento de tempo.....	8
4.2.5 Serviços domésticos.....	8
4.2.6 Limpeza e organização.....	8
4.2.7 Pesquisa referente a cidades que atendem público-alvo.	9
4.2.8 Pesquisa referente a importância do serviço na empresa.....	10

4.3 ANÁLISE SWOT	11
4.4 Pesquisa de Mercado	13
4.5 Pesquisa Fornecedor	13
5. PLANO DE MARKETING	16
5.1 Definição de estratégia de público alvo	16
5.2. 4p's(prodoto, praça, preço e promoção)	17
5.3. Definição da Marca	19
5.3.1 Criação do logo: Psicologia das Cores	19
5.4 Slogan	20
5.5 Planejamento de Conteúdo	20
5.6. Canvas	21
6. PLANO OPERACIONAL	22
6.1 Disposição do Ambiente: workflow(fluxo)	22
6.2 Layout Virtual	23
6.3 Capacidade Instalada	23
6.4 Fluxo de trabalho	24
6.4.1 Fluxograma	24
7. PLANO FINANCEIRO	25
7.1 Capital Inicial	25
7.2 Receitas e Despesas	26
7.3 Indicadores	26
8. CONCLUSÃO	27
9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	28
10. APÊNDICE	29

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Check List de Limpeza.....	4
Figura 2 Pesquisa referente a faixa etária dos clientes.....	
Figura 3 Pesquisa referente a quantidade de pessoas que residem na residência	
Figura 4 Tempo Livre	
Figura 5 Aproveitamento de tempo.....	
Figura 6 Serviços domésticos	
Figura 7 Limpeza e organização.....	
Figura 8 Pesquisa referente a cidades que atendem público-alvo.....	
Figura 9 Pesquisa referente a importância do serviço na empresa	
Figura 10 Logo da empresa	
Figura 11 Instagram da empresa	
Figura 12 Disposição do Ambiente: workflow(fluxo)	
Figura 13 Layout Virtual	
Figura 14 Fluxograma	
Figura 15 Capital Inicial.....	25
Figura 16 Valor de abertura da empresa	
Figura 17 Receitas e Despesas(DRE).....	26
Figura 18 Indicadores de rentabilidade.....	

RESUMO

A Limpaqui é uma empresa que tem como seu principal objetivo levar o prestador de serviço de limpeza até o cliente. Fornecendo praticidade, organização e limpeza de excelência, trazendo qualidade de vida e tempo livre aos nossos clientes contratados.

É a ideia central referindo-se de um empreendimento, como principal objetivo resolver problemas ou demandas de determinado segmento. Nossos serviços atenderão comércios e residências. Os serviços oferecidos são de limpeza e conservação de ambientes residenciais, condomínios, escritórios e lojas. Identificamos que a falta de tempo é um grande problema na nossa atualidade, por isso buscamos facilitar e otimizar o tempo, de maneira eficaz e com qualidade, sem causar preocupações. A ideia surgiu pela demanda deste tipo de serviço em nossa cidade e região. Onde muitas vezes os clientes precisam do serviço e saem a perguntar por profissionais. Pretendemos ser um apoio a esses clientes. Já para os profissionais seremos a garantia de clientes, um grande desafio nesse mercado de trabalho. A empresa está segmentada na área de prestação de serviços. Na atividade de limpeza e organização de ambientes. O diferencial da empresa será levar os prestadores de serviços até os clientes, usando nossos próprios produtos para limpeza e entregando não só a limpeza, como organização. Tratando de uma empresa de sociedade limitada, os sócios fizeram a integralização do capital social e firmaram Contrato Social. Nele foram estabelecidas normas de acordo com o valor igualitário investindo por sócio.

Palavras chaves: *Limpeza, produtos e serviços.*

1. Sumário Executivo

1.1 Objetivo geral

A Limpacqui é uma empresa que tem como seu principal objetivo levar o prestador de serviço de limpeza até o cliente.

Levamos praticidade, organização e limpeza de excelência aos nossos clientes, trazendo qualidade de vida e tempo livre aos nossos clientes contratados.

1.2. Missão, Visão, Valores

Missão: Facilitar a vida dos nossos clientes.

Visão: ser referência na prestação de serviço de limpeza, levando ao nosso cliente; praticidade, qualidade e confiança. Para que ao se pensar em limpeza lembre-se da Limpacqui.

Valores: Profissionalismo, praticidade, ética, transparência, credibilidade.

2. Descrição da empresa

A Limpacqui é uma empresa que tem como seu principal objetivo levar o prestador de serviço de limpeza até o cliente. Levamos praticidade, organização e limpeza de excelência, trazendo qualidade de vida e tempo livre aos nossos contratantes; nossos serviços atenderão comércios e residências. Os serviços são: limpeza e conservação de ambientes residenciais, condomínios, escritórios e lojas. Identificamos que a falta de tempo é um grande problema na nossa atualidade, por isso buscamos facilitar e otimizar o tempo de maneira eficaz, com qualidade e sem causar preocupações.

2.1 Planejamento estratégico

A empresa está segmentada na área de prestação de serviços e organização de ambientes.

Nosso diferencial será conectar prestadores de serviços diretamente aos clientes, levando nossos próprios produtos e entregando não só a limpeza, mas também organização.

A empresa é uma sociedade limitada, os sócios fizeram a integralização do capital social e firmaram Contrato Social; nele foram estabelecidas normas de acordo com o valor igualitário investido por sócio.

2.2 Motivações Estratégicas

Estratégia Lojas /escritórios: levar nossos serviços antes ou após o horário comercial de acordo com a entrada e saída.

Exemplos: abertura: as 08:00 limpamos antes ou depois das atividades de acordo com a complexidade do local a ser limpo e seu tamanho.

Condomínios: Divide a limpeza de acordo com o fluxo de pessoas.

Residências: Realizaremos a limpeza fora do horário de convívio familiar de acordo com a necessidade de cada cliente, e teremos cuidado com os pets para que não fujam ou se machuquem.

3. Produtos / Serviços

3.1 Principais produtos e serviços

Nossos serviços atenderam comércios e residências: Os serviços são limpeza e conservação de ambientes residenciais, condomínios, escritórios e lojas.

Figura 1 Check List de Limpeza

Check list de Limpeza	
Aspirar	
Esvaziar Lixeiras	
Higienização de pisos	
Lavar área externa	
Lavar banheiros	
Limpar os espelhos	
Passar pano no chão	
Retirar pó dos móveis	
Retirar teias de aranha	
Tirar pó de balcões	
Varrer	
Valor Total:	R\$ 150,00
OPCIONAIS:	
Descongelar e Limpar Geladeira	R\$ 20,00
Aspirar sofá	R\$ 17,00
Limpar dentro dos armários do banheiro	R\$ 15,00
Limpar dentro dos armários de cozinha	R\$ 15,00
Limpar fogão	R\$ 10,00
Obs: não desengorduramos fogão e não lavamos o forno; não	

Fonte: dos autores

3.2 Proposta de Valor

Oferecemos aos nossos clientes serviços de limpeza com foco em organização, confiabilidade, praticidade e excelência na qualidade.

4. Análise de Mercado:

O mercado de limpeza terceirizada tem crescido significativamente nos últimos anos, impulsionado pela maior terceirização de serviços, tanto por empresas quanto por famílias. A busca por conveniência e necessidade de otimizar tempo aumentaram a demanda por serviços como os da Limpaqui; que oferecem flexibilidade e qualidade.

Com maior frequência famílias e empresas buscam por serviços terceirizados, focando em suas atividades principais.

O aumento da vida urbana trouxe a busca por serviços que ajudem a manter ambientes limpos e organizados. O stress cotidiano e a falta de tempo aumentam a procura por soluções práticas.

4.1. Pesquisa Concorrentes

O setor de limpeza é altamente competitivo, diversificado desde de pequenos prestadores de serviço até grandes players e plataformas digitais. A limpeza enfrenta concorrência de empresas tradicionais e pequenos prestadores de serviços.

4.1.1. Dona Resolve:

Fundada em abril de 2013, tem como grande propósito oferecer serviços que proporcionem bem-estar e qualidade de vida aos seus consumidores, conta com um amplo portfólio de soluções, sendo seu foco principal serviços profissionais de limpeza doméstica ou comercial; é uma marca da *EFFE Franchising, holding* internacional de Franquias com sede em São José do Rio Preto. obs. (levam seus próprios produtos).

4.1.2. Mary Help:

Franquia que foi concebida em abril de 2011, idealizada por José Roberto Campanelli e sua mulher; baseada na constatação da forte demanda atual no Brasil por serviços prestados em domicílios em todas as áreas, notadamente para os serviços ligados à organização, conservação e limpeza diária das residências e pequenas empresas (escritórios, clínicas, salões, lojas comerciais etc.), obs. (levam os próprios produtos de limpeza).

4.1.3. JC Limpeza:

Fundada em 21 de outubro de 2020, conta com serviços especializados no ramo de limpeza e conservação, realiza limpeza geral, pós-obra, condomínios, repartições públicas, instalação de forros etc. Dispõe de mão de obra para faxinas e diaristas, sede localizada na cidade de São José do Rio Preto.

4.2 Pesquisa Público-Alvo

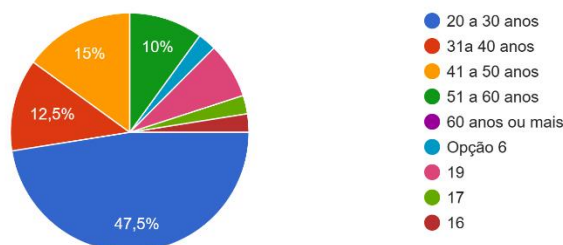
A Limpaqui tem uma segmentação variada, atendendo a residências, escritórios, lojas e condomínios, o que aumenta sua base de clientes e permite um potencial de crescimento.

- **Empresas e Escritórios:** Esses clientes costumam demandar limpeza regular e padronizada, com horários fora do expediente comercial, uma vantagem que a Limpaqui já oferece. Contudo, a retenção desse público depende da confiabilidade e eficiência dos serviços prestados.
- **Residencial:** No segmento de residências, o foco é na qualidade de vida, com a organização de ambientes como diferencial. A flexibilidade de horários e a confiança no serviço são fundamentais para conquistar este público.

4.2.1 Pesquisa referente a faixa etária dos clientes

Figura 2 Pesquisa referente a faixa etária dos clientes

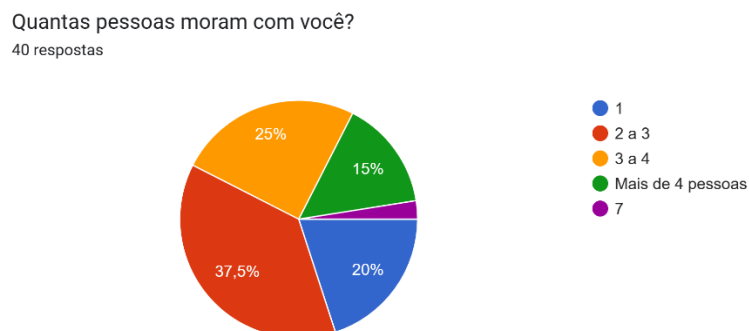
Qual sua faixa etária?
40 respostas



Fonte: dos autores

4.2.2 Pesquisa referente a quantidade de pessoas que residem na residência.

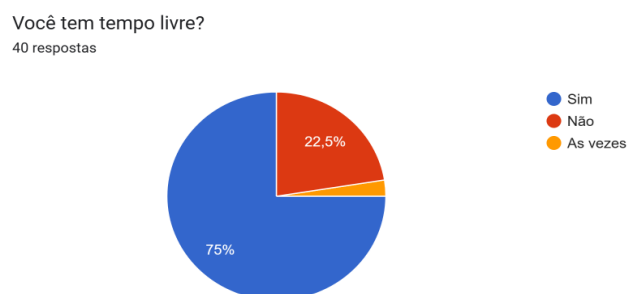
Figura 3 Pesquisa referente a quantidade de pessoas que residem na residência



Fonte: dos autores

4.2.3 Tempo livre.

Figura 4 Tempo Livre



Fonte: dos autores

4.2.4 Aproveitamento de tempo.

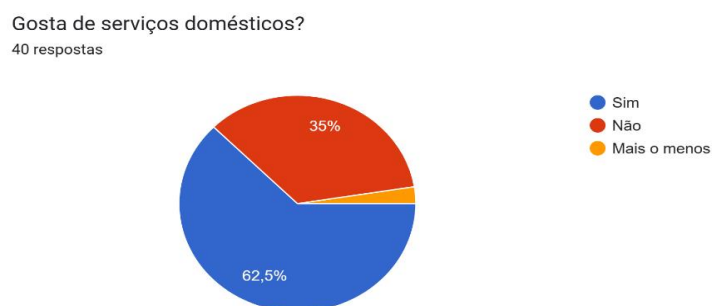
Figura 5 Aproveitamento de tempo



Fonte: dos autores

4.2.5 Serviços domésticos.

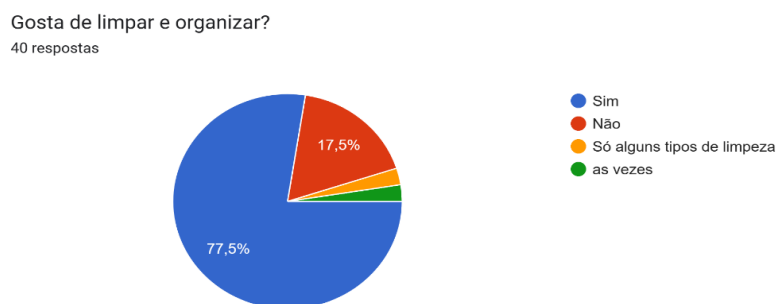
Figura 6 Serviços domésticos



Fonte: dos autores

4.2.6 Limpeza e organização

Figura 7 Limpeza e organização



Fonte: dos autores

4.2.7 Pesquisa referente a cidades que atendem público-alvo.

Figura 8 Pesquisa referente a cidades que atendem público-alvo

Carimbo de data/hora	Qual a cidade onde você reside?
3/25/2024 21:18:41	Monte Aprazível
3/25/2024 21:23:23	Monte aprazível
3/25/2024 21:27:06	MONTE APRAZIVEL
3/25/2024 21:28:43	Monte Aprazível
3/25/2024 21:28:51	Monte aprazível
3/25/2024 21:30:08	Cedral
3/25/2024 21:30:34	Monte Aprazível
3/25/2024 21:34:09	Cedral
3/25/2024 21:40:04	Monte Aprazível
3/25/2024 21:40:15	Monte Aprazível
3/25/2024 21:42:30	Monte aprazível
3/25/2024 21:43:03	Balsamo
3/25/2024 21:44:16	Monte Aprazível
3/25/2024 21:44:36	Poloni
3/25/2024 21:44:40	Poloni
3/25/2024 21:45:29	Buenos Aires
3/25/2024 21:45:40	Monte Aprazível
3/25/2024 21:48:21	São José do Rio Preto
3/25/2024 21:48:28	São Caetano do Sul
3/25/2024 21:49:17	Venâncio Aires
3/25/2024 21:49:23	Tanabi
3/25/2024 21:49:34	Monte Aprazível
3/25/2024 21:53:02	Monte Aprazível
3/25/2024 21:54:11	Monte Aprazível
3/25/2024 21:54:38	Monte aprazível
3/25/2024 22:01:16	Monte Aprazível SP
3/25/2024 22:01:38	Monte Aprazível
3/25/2024 22:04:28	Monte Aprazível
3/25/2024 22:06:33	Monte aprazível
3/25/2024 22:10:47	Tanabi
3/25/2024 22:11:02	Tanabi
3/25/2024 22:11:15	Tanabi
3/25/2024 22:14:12	Cedral
3/25/2024 22:17:12	Cedral
3/25/2024 22:21:30	Monte Aprazível
3/25/2024 22:21:36	Monte Aprazível
3/25/2024 22:26:50	Monte Aprazível
3/25/2024 22:43:08	Monte Aprazível
3/25/2024 22:46:53	Goiânia
3/25/2024 22:47:32	São José do Rio Preto

Fonte: dos autores

4.2.8 Pesquisa referente a importância do serviço na empresa.

Figura 9 Pesquisa referente a importância do serviço na empresa

Carimbo de data/hora	O que é mais importante nesse tipo de empresa?
3/25/2024 21:18:41	Limpeza de qualidade
3/25/2024 21:23:23	Os amigos
3/25/2024 21:27:06	Organização e limpeza
3/25/2024 21:28:43	Compromisso com suas atividades.
3/25/2024 21:28:51	Comprometimento
3/25/2024 21:30:08	Limpeza e higiene está adequada a qualquer local.
3/25/2024 21:30:34	Qualidade e Personalização
3/25/2024 21:34:09	Limpeza e higiene está adequada a qualquer local.
3/25/2024 21:40:04	Organização
3/25/2024 21:40:15	Agilidade e qualidade
3/25/2024 21:42:30	Doméstica
3/25/2024 21:43:03	Limpar
3/25/2024 21:44:16	Qualidade
3/25/2024 21:44:36	Produtos de qualidade
3/25/2024 21:44:40	Tudo
3/25/2024 21:45:29	Pontualidade e Confiabilidade
3/25/2024 21:45:40	Deixa tudo organizado e limpo para uma melhor qualidade de serviço
3/25/2024 21:48:21	Compromisso
3/25/2024 21:48:28	Pontualidade e confiança
3/25/2024 21:49:17	Organizando e dedicação
3/25/2024 21:49:23	Profissionalismo da Equipe, Confiabilidade, Qualidade do Serviço
3/25/2024 21:49:34	Organização limpeza, ser bem tratada
3/25/2024 21:53:02	Profissionalismo
3/25/2024 21:54:11	Ter mais tempo livre.
3/25/2024 21:54:38	A primeira impressão é a que fica
3/25/2024 22:01:16	A atenção e a organização
3/25/2024 22:01:38	Comprometimento
3/25/2024 22:04:28	Organização
3/25/2024 22:06:33	Cuidado e agilidade
3/25/2024 22:10:47	Organização trabalho em equipe
3/25/2024 22:11:02	Qualidades de serviço, confiança
3/25/2024 22:11:15	Manter altos padrões de limpeza e garantir a satisfação do cliente é essencial para manter e expandir a base de clientes.
3/25/2024 22:14:12	Limpeza e higiene está adequada a todo local, de importância imediata limpeza e higiene local no ambiente.
3/25/2024 22:17:12	Todo ambiente está adequado a estar limpo e higienizado.
3/25/2024 22:21:30	Atendimento personalizado
3/25/2024 22:21:36	A organização e limpeza
3/25/2024 22:26:50	Organização
3/25/2024 22:43:08	Organização e limpeza
3/25/2024 22:46:53	organização entre os seus membros para um melhor desempenho
3/25/2024 22:47:32	Organização

Fonte: dos autores

4.3 Análise SWOT

Forças:

- Praticidade e qualidade de serviço: A empresa oferece não apenas limpeza, mas também organização de ambientes, trazendo conforto e qualidade de vida aos clientes.
- Segmentação variada: Atende residências, escritórios, lojas e condomínios, o que amplia a base de clientes e permite maior penetração de mercado.
- Flexibilidade de horários: A empresa adapta-se aos horários dos clientes, oferecendo serviços antes ou depois do horário comercial, o que é um grande diferencial para estabelecimentos comerciais e residências.
- Uso de produtos próprios: A Limpaqui oferece os serviços com seus próprios produtos, garantindo a qualidade e padronização do serviço prestado.
- Conexão direta com prestadores de serviço: A estratégia de conectar os prestadores de serviço diretamente aos clientes facilita o processo e torna a comunicação mais eficaz.

Oportunidades

- Crescimento do mercado de limpeza: Com o aumento da demanda por serviços que otimizem o tempo e proporcionem conforto, a Limpaqui pode explorar esse crescimento para expandir suas operações.
- Expansão para novas áreas: A empresa pode crescer para outras regiões e aumentar sua oferta de serviços, conquistando mais clientes em mercados menos atendidos.
- Parcerias estratégicas: Parcerias com empresas de produtos de limpeza, condomínios e estabelecimentos comerciais podem gerar mais visibilidade e confiança no mercado.

- Tendência crescente de terceirização: Empresas e famílias estão cada vez mais terceirizando serviços, o que cria uma oportunidade de ampliar a clientela.

Fraquezas

- Dependência de mão de obra qualificada: A qualidade do serviço depende diretamente da competência dos prestadores de serviço, e qualquer falha pode comprometer a reputação da empresa.
- Alta concorrência no setor: O mercado de limpeza é muito competitivo, com diversas empresas atuando na mesma área, o que pode pressionar preços e margens de lucro.
- Desafios logísticos: Manter a eficiência na distribuição dos prestadores de serviço em diferentes regiões e horários pode ser complexo e caro.
- Baixa diferenciação em alguns segmentos: A limpeza de ambientes comerciais e residenciais é uma prática comum, e sem inovação constante, a empresa pode ter dificuldade em se destacar no mercado.

Ameaças

- Concorrência de plataformas digitais: Empresas que utilizam tecnologias avançadas para conectar clientes e prestadores de serviços, como aplicativos e plataformas online, podem oferecer mais conveniência e ameaçar o modelo tradicional de negócios.
- Crise econômica: Em tempos de crise, os serviços de limpeza podem ser considerados não essenciais por algumas famílias e empresas, o que pode impactar a demanda.
- Regulamentações e custos trabalhistas: O setor de prestação de serviços pode ser afetado por legislações trabalhistas ou ambientais que aumentem os custos operacionais da empresa.

- Sazonalidade: Em certas épocas do ano, como feriados ou recessos, a demanda por serviços de limpeza pode cair, afetando o fluxo de caixa da empresa.

A Limpaqui tem uma proposta de valor clara, focada em praticidade e qualidade, com um diferencial interessante ao oferecer também a organização de ambientes. No entanto, deve estar atenta aos desafios operacionais e à forte concorrência. Com o crescimento da terceirização de serviços e a busca por soluções que otimizem o tempo, a empresa tem oportunidades consideráveis de crescimento, desde que mantenha a qualidade e inove continuamente para se destacar no mercado.

4.4 Pesquisa de Mercado

A pesquisa de mercado é um método utilizado para podermos identificar os nossos concorrentes diretos, o nosso público-alvo e nossos fornecedores.

4.5 Pesquisa Fornecedor

Atacadão S.A – Av. Morvan Dias de Figueiredo, 6169, Vila Maria, São Paulo/SP-
SP – CEP 02170-901

Produtos	de	limpeza:
Água		Sanitária
Desinfetante		
Limpador	cremoso	CIF
Limpador		Veja
Álcool		

Detergente	Líquido
Limpa	vidro
Luvas	
Balde	
Sacos	p/lixo
Vassoura/	rodo
Esponja	
Panos/	flanelas

Mundial Química Brasil

Rua Roque de Campos Teixeira, 101, Distrito Industrial – São José do Rio Preto
– SP

Fone: (17) 3214-9800

mundial@mundialquimica.com.br

Produtos de limpeza:

Água Sanitária Mundial

Álcool Aroma Mundial

Gel Antisséptico para limpeza das mãos

Alvejante sem cloro

Amaciante Concentrado para roupas

Desinfetante Mundclean Eucalipto – Desinfetante para uso geral

Desinfetante Mundclean Floral D – Desinfetante para uso geral

Desinfetante Mundclean Floral F – Desinfetante para uso geral

Desinfetante Mundclean Floral M – Desinfetante para uso geral

Desinfetante Mundclean Floral P – Desinfetante para uso geral

Desinfetante Mundclean Flowers – Desinfetante para uso geral

Desinfetante Mundclean Fresh – Desinfetante para uso geral

Desinfetante Mundclean Lavanda – Desinfetante para uso geral

Desinfetante Mundclean Oceanic – Desinfetante para uso geral

Desinfetante Mundclean Stime – Desinfetante para uso geral

Detergente Mundial Eco – Desinfetante para uso geral

Flower Gel Mundial – Detergente para uso geral

Limpa Vidros Mundial – Detergente limpa vidros

MPM Ativado Castanho – Detergente Desincrustante Ácido

MPM Ativado Roxo – Detergente Desincrustante Ácido

Mund Grill – Detergente desengordurante

Mund Handgel – Gel Antisséptico para mãos

Mund Jax – Limpador para limpeza pesada

Mund Las – Detergente para lavar louças

Mund LGL PU – Detergente polidor para superfícies metálicas

Mund Passe – Facilitador de passar roupas

Mund Sec – Secante abrilhantador

Mundclean 7000 PU – Detergente para uso geral

Neutralizador de Odores Mundial – Neutralizador de odores

Pinho Gel Mundial – Detergente para uso geral

Remolana 700 Wash – Detergente líquido concentrado para lavar roupas

Remolana Coco – Detergente líquido concentrado para lavar roupas

Removedor de Cera Mundial – Removedor de ceras

Posto Elefantinho: Avenida Santos Dumont, 800 - Jardim Bom Jesus, Monte Aprazível, SP Telefone (17) 3275-1762

Produtos oferecidos: álcool, diesel, gasolina

Auto Posto Catan: Avenida Santos Dumont, 69, Centro, Monte Aprazível/SP

Telefone: (17) 3232-4688

Produtos oferecidos: álcool, diesel e gasolina

Omega Centro Automotivo LTDA

Rua Presidente Vargas, N1205 Centro - Monte Aprazível - SP

Telefones: (017) 3275-1174 (017) 98148-0348

Produtos oferecidos: serviços de manutenção veicular em geral (suspensão, freio, câmbio, motor)

5. Plano de *Marketing*

Nome da empresa: LIMPAQUI

A ideia do nome surgiu pelo segmento da empresa, com o intuito de remeter o pensamento do cliente automaticamente à nossa empresa.

Desejávamos que o nome da nossa empresa fosse simples, assim, alcançando diversas faixas etárias e sociais.

5.1 Definição de estratégia de público alvo

O Mapa da Empatia trata-se de uma avaliação para identificar o perfil do nosso público-alvo.

Questionários Mapa da Empatia

1. O que ele fala?

Ele fala que os profissionais ganham muito pelo pouco que entregam e por poucas horas de trabalho.

3.O que ele vê?

Ele vê profissionais sem comprometimento e sem amor pelo que fazem, que só querem ganhar a diária e ponto.

3.O que ele escuta?

Ele escuta reclamações tanto das profissionais quanto de seus contratantes, numa revela que não tem trazido benefícios a nenhuma das duas partes envolvidas.

Identificação Necessidades e Desejos

1.Necessidade: Lojas e escritórios: horário comercial de funcionamento, entrada e saída de funcionários e horário de pico do uso da área social pelos condomínios.

2.Residências: Horário em que a família almoça, acorda, dorme e se trabalha a noite o barulho durante a faxina, o cuidado com os pets para que não fujam ou se machuquem.

3.Desejo: Nossos clientes desejam limpeza, organização e compromisso.

5.2. 4p's(produto, praça, preço e promoção)

O marketing permite entendermos o comportamento do mercado, compreendemos as oportunidades de negócio, como as demandas e necessidades dos consumidores. Ele é formado por quatro estratégias, conhecidas com os quatro P's: Produto, Preço, Praça e Promoção. Diante disso, entendemos a importância que os 4 Ps do marketing tem em uma empresa, e como aplicamos em uma empresa prestadora de serviço de limpeza terceirizada.

Produto:

O produto é a base da empresa, o serviço que a empresa oferece. "Produto é a

combinação de 'bens e serviços' que oferece ao mercado-alvo" (KOTLER; ARMSTRONG, 1998, p.31). Existem diversos produtos de várias categorias, mas é justamente a diferenciação associada aos outros Ps que os fará se destacarem. Aplicando essas informações, notamos que o produto de uma empresa prestadora de serviço de limpeza terceirizada, oferece serviços de limpeza e conservação de ambientes para residenciais, condomínios, escritórios e lojas com equipes qualificadas, atuando com agilidade, segurança e praticidade. Buscando otimizar o tempo e qualidade de vida dos clientes, afim de atender suas necessidades e oferecer soluções sob medidas que atendam suas necessidades. O diferencial da empresa é levar os prestadores de serviços e utilizar nossos próprios produtos para limpeza. E se comprometendo com a sustentabilidade ambiental, trabalhando ativamente para minimizar o impacto com o meio ambiente.

Preço:

O preço também faz parte dos 4 Os que "...significa a soma de dinheiro que os clientes devem pagar para obter o produto" (KOTLER; ARMSTRONG, 1998, p.31). Considerando a demanda, a concorrência, o próprio produto, entre outros fatores, é possível estabelecer o preço justo para o mercado a ser atingido.

Praça:

Na praça "envolve as atividades da empresa que tornam o produto disponível para os consumidores-alvo." (KOTLER; ARMSTRONG, 1998, p.31). Tratam-se de todas as ações que levem o produto até o consumidor final. Dessa forma, concluímos que dentro da empresa nossa empresa, os atendimentos aconteceram na cidade sede de Monte Aprazível e na região como Nipoã, Poloni, Tanabi, Neves Paulista, Mirassol e São José do Rio Preto. Com profissionais capacitados e produtos de qualidades, oferecemos aos nossos clientes, afim de facilitar a gestão de tempo e garantindo bons resultados

Promoção:

A promoção, que “significa as atividades que comunicam os atributos do produto e persuadem os consumidores-alvo a adquiri-lo” (KOTLER; ARMSTRONG, 1998, p.31). Existem vários tipos, alguns deles são: podem ser de preço, quando se diminui o valor como apelo; de facilidades, quando há benefícios adicionais ao se adquirir o produto; ou, até mesmo, brinde, quando se ganha algo extra em troca da aquisição da mercadoria. Sendo entendido no geral que “as decisões de promoção concentram-se no que deve ser comunicado, para quem, por meio de que métodos e mídia e a que custo” (STEVENS et al, 2004, p.185). Seguindo essas informações entendemos que para nossa empresa, aplicaríamos as campanhas por meio da estratégias de marketing digital, como redes sociais e anúncios. Além disso, utilizar os métodos tradicionais de divulgação, como panfletos, outdoor e carros de som. Assim garantindo uma boa repercussão de alcance dos serviços prestados pela empresa.

5.3. Definição da Marca

Nome da empresa: LIMPAQUI

A ideia do nome surgiu pelo segmento da empresa, com o intuito de remeter o pensamento do cliente automaticamente à nossa empresa.

Desejávamos que o nome da nossa empresa fosse simples, assim, alcançando diversas faixas etárias e sociais.

5.3.1 Criação do logo: Psicologia das Cores

Usamos a Psicologia das cores, decidindo pelas cores azul e branco; por remeterem limpeza, confiança e estabilidade.

Figura 10 Logo da empresa



Fonte: dos autores

5.4 Slogan

“Limpendo casas, fazendo histórias”

O Slogan foi pensado de uma maneira realista, ao qual seria usado para, tanto descrever o que a empresa faria, como para demonstrar os interesses da mesma em participar positivamente da vida do cliente.

5.5 Planejamento de Conteúdo

Foi definido conteúdo em rede social denominado Instagram. Criada a página com propostas de CRM (Ferramenta de Relacionamento para Marketing Digital) com intuito de captação de clientes e engajamento junto à marca para credibilização do serviço prestado.

Figura 11 Instagram da empresa



Fonte: dos autores

5.6. Canvas

Business Model Canvas

1. Segmento de Clientes: Identificamos os nossos clientes em Monte Aprazível e Região
2. Parcerias Chave: São as parceiras que auxiliarão no funcionamento do seu negócio
3. Atividades Chave: limpar e organizar
4. Recursos Chave: Produtos de limpeza, humanos, financeiro, espaço físico e veículos.
5. Proposta de Valor: Entregamos aos nossos clientes. Limpeza, organização, confiabilidade, praticidade e qualidade no serviço.
6. Relacionamento com cliente: (CRM) Gestão de relacionamento com clientes. É o diferencial que sua empresa terá ao líder com seus clientes, um relacionamento de respeito, cuidado e intimidade profissional
7. Canais: identificaremos nossos clientes pessoalmente e por redes sociais, com proposta de valores e serviços.
8. Segmento de clientes: Identificamos os nossos clientes em Monte Aprazível e região. Na faixa etária de 20 a 30 anos que residem com 2 a 3 pessoas. Classificados com classe BA-8000 a 15000. Que prezam pelo lazer e gostam dos serviços domésticos, limpo e organizado e que contratariam empresas terceirizadas de limpeza.

9. Estrutura de Custos: É tudo o que é necessário para que seu negócio se realize financeiramente falando Produtos de limpeza, carro, mão de obra especializada, local físico para armazém e escritório
10. Fontes de Receitas: É o valor financeiro gerado por segmento de cliente e devem ser compatíveis com o perfil de negócios da empresa

6. Plano Operacional

6.1 Disposição do Ambiente: workflow(fluxo)

Nosso ambiente foi planejado para melhor receber nossos clientes, com conforto e funcionalidade.

Separamos a parte operacional da empresa onde ficam estoque, sala de alinhamento e área de copa, salas utilizadas apenas por funcionários da parte "social" da empresa onde se encontraram a recepção e sala de reuniões; onde serão fechados contratos, reuniões contábeis, jurídicas, etc...Layout: Da empresa (feira stand) _ a definir segundo momento.

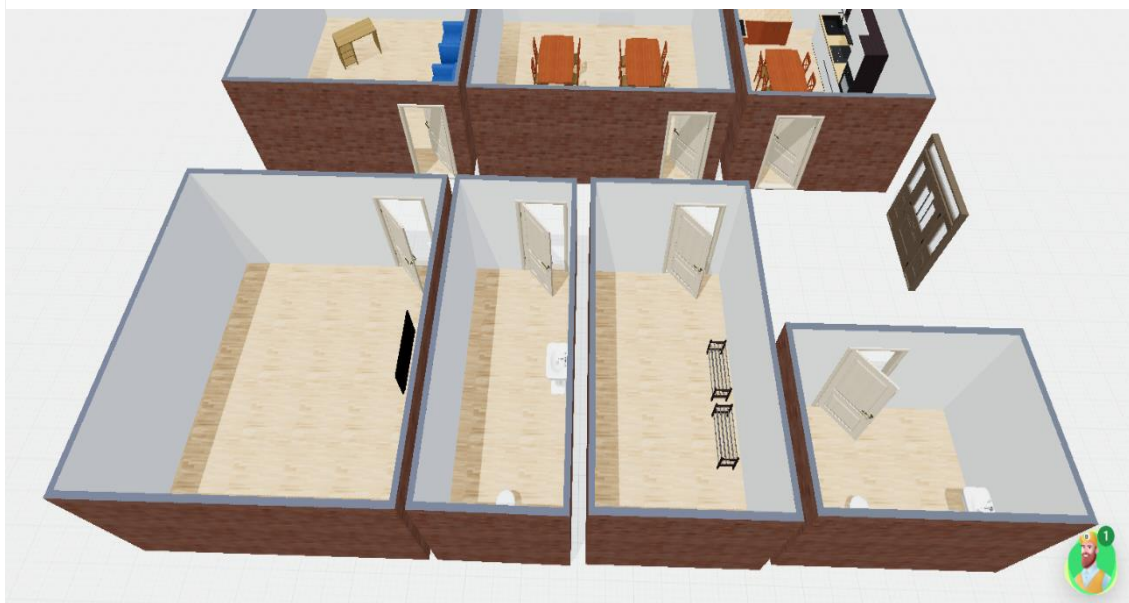
Figura 12 Disposição do Ambiente: workflow(fluxo)



Fonte: dos autores

6.2 Layout Virtual

Figura 13 Layout Virtual



Fonte: dos autores

6.3 Capacidade Instalada

A capacidade instalada constitui um elemento fundamental para a definição de nossa eficiência e qualidade. Abrangendo todos os recursos disponíveis para atender nossas demandas, incluindo a quantidade de equipes, a disponibilidade de equipamentos e a logística necessária para a execução dos serviços.

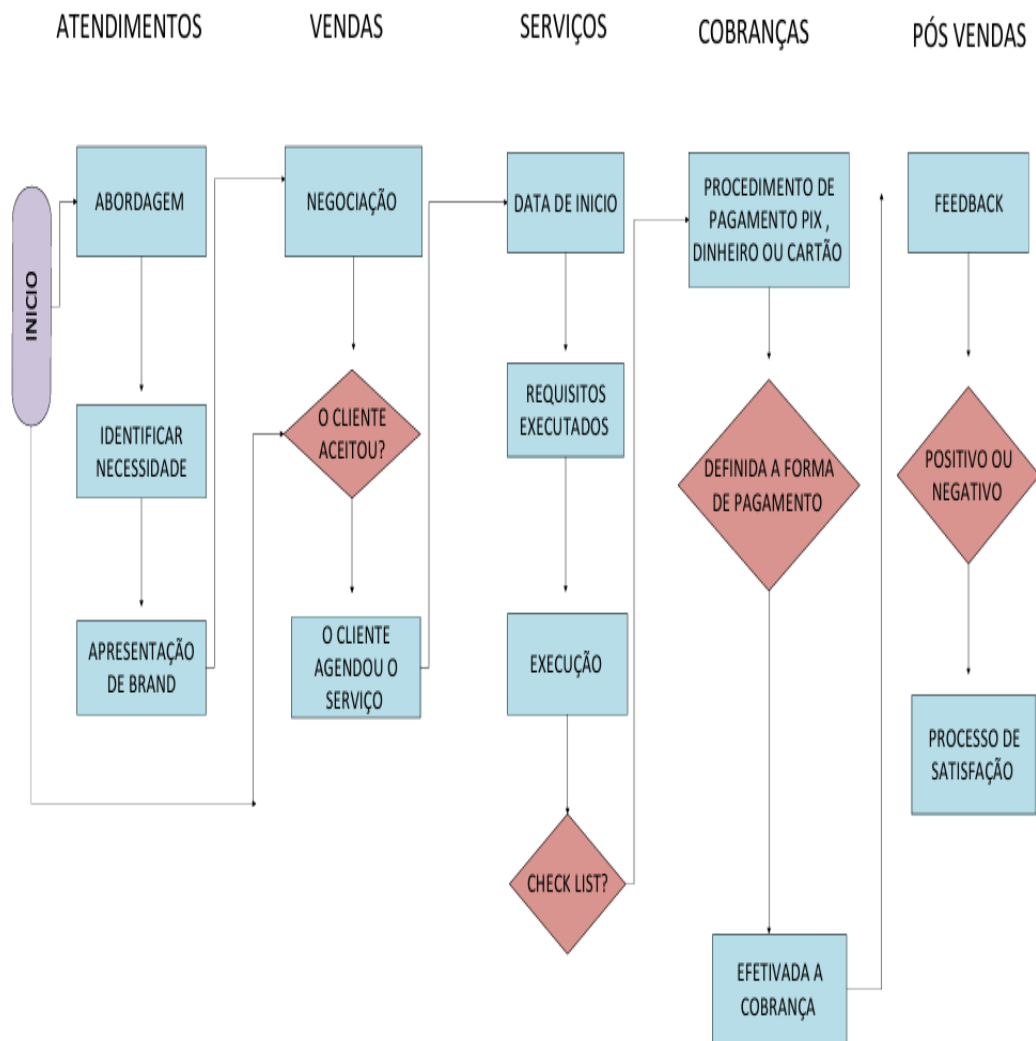
Com o intuito de maximizar nossa capacidade instalada, realizamos um planejamento meticuloso que leva em consideração a demanda de nossos clientes e as especificidades de cada contrato. Mantemos um programa de treinamento contínuo para nossa equipe, assegurando que todos estejam devidamente preparados para lidar com diversas modalidades de limpeza, abrangendo desde ambientes comerciais até industriais. Investimos também, em equipamentos modernos e eficientes, o que nos permite oferecer serviços de alta qualidade.

Por meio dessa gestão estratégica, somos capazes de nos adaptar rapidamente as demandas e atender às necessidades particulares de nossos clientes, sempre assegurando um serviço confiável e satisfatório. Assim, entendemos que nossa capacidade instalada se configura como uma estratégia que nos possibilita crescer e destacar-se no mercado.

6.4 Fluxo de trabalho

6.4.1 Fluxograma

Figura 14 Fluxograma



Fonte: dos autores

7. Plano Financeiro

7.1 Capital Inicial

Figura 15 Capital Inicial

Nomes	Quotas	Valores
Jéssica Camargo Borges	20%	R\$ 50.000,00
Kawan Castro da Silva	20%	R\$ 50.000,00
Ronaldo Lucas Raiél de Brito	20%	R\$ 50.000,00
Samantha Barca Lembo de Oliveira	20%	R\$ 50.000,00
Viviane Lucas Raiél de Brito	20%	R\$ 50.000,00
Total	100%	R\$ 250.000,00

Fonte: dos autores

Figura 16 Valor de abertura da empresa

DESCRIÇÃO	VALOR
Alvara	R\$ 1.000,00
Capital de Giro	R\$ 20.000,00
Carro	R\$ 40.000,00
Equipamentos	R\$ 6.683,68
Estudo de Mercado	R\$ 800,00
Honorario Juridicos	R\$ 1.000,00
Honorarios Contabeis	R\$ 800,00
Licenças	R\$ 1.700,00
Marketing	R\$ 1.000,00
Moveis	R\$ 3.000,00
Registro da empresa	R\$ 3.000,00
Registro de marcas	R\$ 355,00
Utensilios	R\$ 1.055,57
TOTAL	R\$ 80.394,25

Fonte: dos autores

7.2 Receitas e Despesas

Figura 17 Receitas e Despesas (DRE)

	jan/25	AV%	fev/25	AV%	mar/25	AV%
Receita Bruta de Vendas e/ou Serviços	R\$ 62.400,00	100,00%	R\$ 62.550,00	100,24%	R\$ 62.700,00	100,48%
Cancelamentos	-R\$ 1.056,00	-1,69%	-R\$ 1.056,00	-1,69%	-R\$ 1.056,00	-1,69%
Receita Líquida de Vendas e/ou Serviços	R\$ 61.344,00	98,31%	R\$ 61.494,00	98,55%	R\$ 61.644,00	98,79%
Custo com a produção / serviço	-R\$ 1.534,32	-2,46%	-R\$ 1.437,39	-2,30%	-R\$ 1.531,15	-2,45%
Custo com a mercadoria vendida	-R\$ 18.720,00	-30,00%	-R\$ 18.765,00	-30,07%	-R\$ 18.810,00	-30,14%
Resultado Bruto	R\$ 41.089,68	65,85%	R\$ 41.291,61	66,17%	R\$ 41.302,85	66,19%
Despesa com Aluguéis	-R\$ 600,00	-0,96%	-R\$ 600,00	-0,96%	-R\$ 600,00	-0,96%
Despesa com Marketing	-R\$ 1.500,00	-2,40%	-R\$ 1.500,00	-2,40%	-R\$ 1.500,00	-2,40%
Despesa com Energia	-R\$ 500,00	-0,80%	-R\$ 500,00	-0,80%	-R\$ 500,00	-0,80%
Despesa com Água	-R\$ 300,00	-0,48%	-R\$ 300,00	-0,48%	-R\$ 300,00	-0,48%
Pró-labore	-R\$ 12.500,00	-20,03%	-R\$ 12.500,00	-20,03%	-R\$ 12.500,00	-20,03%
Materiais de Escritório	-R\$ 300,00	-0,48%	-R\$ 300,00	-0,48%	-R\$ 300,00	-0,48%
Manutenção de Utensílios	-R\$ 372,80	-0,60%	-R\$ 372,80	-0,60%	-R\$ 372,80	-0,60%
Materiais de Uso e Consumo	-R\$ 600,00	-0,96%	-R\$ 600,00	-0,96%	-R\$ 600,00	-0,96%
Seguros	-R\$ 240,00	-0,38%	-R\$ 240,00	-0,38%	-R\$ 240,00	-0,38%
Combustível	-R\$ 1.632,00	-2,62%	-R\$ 1.632,00	-2,62%	-R\$ 1.632,00	-2,62%
Honorários	-R\$ 1.800,00	-2,88%	-R\$ 1.800,00	-2,88%	-R\$ 1.800,00	-2,88%
Café e Copa	-R\$ 35,00	-0,06%	-R\$ 35,00	-0,06%	-R\$ 35,00	-0,06%
Internet	-R\$ 130,00	-0,21%	-R\$ 130,00	-0,21%	-R\$ 130,00	-0,21%
Resultado Antes Tributação/Participações	R\$ 20.579,88	32,98%	R\$ 20.781,81	33,30%	R\$ 20.793,05	33,32%
Provisão para IR e Contribuição Social	-R\$ 9.984,00	-16,00%	-R\$ 10.008,00	-16,04%	-R\$ 10.032,00	-16,08%
Lucro/Prejuízo do Período	R\$ 10.595,88	16,98%	R\$ 10.773,81	17,27%	R\$ 10.761,05	17,25%

Fonte: dos autores

7.3 Indicadores

Com os indicadores, é possível ver a situação atual da empresa, bem como descobrir se ela está tendo retorno de investimento, e, se ela tem bons custos e controle de despesas.

Figura 18 Indicadores de rentabilidade

	jan/25	fev/25	mar/25
MB	65,85%	66,17%	66,19%
ML	16,98%	17,27%	17,25%
Roe	4,24%	4,31%	4,30%

Fonte: dos autores

8. Conclusão

A Limpaqui se posiciona como uma empresa inovadora no setor de prestação de serviços de limpeza e organização, voltada tanto para o público residencial quanto comercial. Sua principal proposta, que une a oferta de praticidade, eficiência e qualidade de vida para os clientes, é bem alinhada às necessidades atuais de um mercado cada vez mais preocupado com a otimização do tempo e com a manutenção de espaços limpos e organizados. O diferencial é de conectar diretamente os prestadores de serviço aos clientes, acompanhado de fornecimento dos próprios produtos, reforça o compromisso com a excelência e a padronização do atendimento.

A análise SWOT realizada demonstra que a Limpaqui possui forças significativas, como flexibilidade de horários, atendimento a diferentes segmentos e uma estratégia de serviço que preza pela personalização. No entanto, os desafios inerentes como, a alta concorrência e dependência de mão de obra qualificada demonstram a necessidade de manter um rigoroso controle de qualidade e buscar diferenciais constantes para se destacar no mercado.

Além disso, as oportunidades que surgem com o crescimento da terceirização de serviços e a possibilidade de expansão para novas regiões reforçam o potencial de crescimento da empresa. Entretanto, deve estar atenta às ameaças, como crises econômicas e a crescente competição com plataformas digitais, que podem impactar a demanda e a dinâmica do mercado.

Considerando estudos e análises realizados, conclui-se que a Limpaqui está bem posicionada para expandir suas operações e consolidar sua marca no mercado de limpeza e organização de ambientes. Para isso, será necessário manter um foco constante na inovação, nas parcerias estratégicas e na eficiência operacional, garantindo que a experiência dos clientes continue sendo positiva e que os serviços prestados atendam às expectativas de qualidade e praticidade que a empresa propõe. A Limpaqui, portanto, tem grande potencial para continuar crescendo e se destacando como uma empresa referência no setor de limpeza e organização.

Realizou-se a “Feira do Empreendedor”, evento no qual foram demonstrados os conhecimentos adquiridos em sala de aula no componente curricular

“Desenvolvimento de Modelos de Negócio”. A feira destacou a relevância desse aprendizado, que será de fundamental importância para a aplicação das competências e habilidades desenvolvidas ao longo do curso em nossos futuros empreendimentos.

9. Referências Bibliográficas

1. SEBRAE. Como montar um serviço de conservação e limpeza. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-servico-de-conservacao-e-limpeza,b4687a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>
Acesso em: 06/03/2024.
2. SEBRAE. Como montar uma empresa de assessoria doméstica e pessoal. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-montar-uma-empresa-de-assessoria-domestica-e-pessoal,1fb63ea344900610VgnVCM1000004c00210aRCRD> Acesso em: 02/05/2024
3. UNIVERSIDADE DE BRASILIA. Marketing da informação : entre a promoção e a comunicação integrada de marketing; jan/2008; <<http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/1636>> ; KOTLER; ARMSTRONG, 1998, P.31; 01/2008; Acesso em: 05/05/2024.
4. SCIENCE DIRECT; *The optimization of ultrasonic cleaning procedures for dairy fouled ultrafiltration membranes*
; disponível em:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1350417704001014>
STEVENS et al, 2004, p.185; Acesso em: 20/05/2024
5. NOVA SERVICIO. Como fazer o marketing da sua empresa de serviços terceirizada. Disponível em: <https://blog.novaservice.net.br/como-fazer-o-marketing-da-sua-empresa-de-limpeza-terceirizada/>; Acesso em: 10/09/2024.
6. SEBRAE. Saiba usar a psicologia das cores a favor da sua marca. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/saiba-usar-a-psicologia-das-cores-a-favor-da-sua-marca,4ca6dc825a423810VgnVCM100000d701210aRCRD>; Acesso em: 09/10/2024

10. Apêndice

MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL

SOCIEDADE LIMITADA

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE: 46.329.348/0001-00

1. **Jéssica Camargo Borges**, Brasileira, paulistana, solteira, Nasc;26/07/1980, Gestora Administrativa 354.600.90-27, RG:33.987.654-9, SSP SP, Rua: Padre Cicero, 0001, Jardim das Flores, Gramado, SP, 19190-00

2. **Kawan Castro da Silva**, Brasileiro, Tanabiense, Solteiro, Nasc. em 01/10/2004, Gestor de Qualidade, 444.244.235-01, RG: 55.157.777-0, SSP, SP, Rua; Matilde Martin, 34,Centro Cohab 3, São José do Rio Preto,-SP,15192-000

3. **Ronaldo Lucas Raiél de Brito**, Brasileiro, Monte Aprazívelense, Solteiro, Nascimento em 22 de outubro de 2002, Gestor de TI, 473.355.244-54, RG, 55.191.363-6, SSP, SP, Rua das Tulipas, 134, Cidade Jardim, Monte Aprazível, SP, 15192-000

4. **Samantha Barca Lembo de Oliveira**, Brasileira, São Paulo, Solteira, Data de Nasc: 23/09/1984, 318.043.288-0, RG:55.124.288-4, SSP e SP, Rua São Sebastião, 22, Monte Aprazível/SP, 15182-000.

5. **Viviane Lucas Raiél de Brito**, Brasileira, São José do Rio Preto, Solteira, Nas: 20/02/2000, Gestor de Marketing, 123456789-90, RG:09876543-0, SSP-SP, Rua do Socorro 100, Jardim Brasília, Monte Aprazível-SP, 15150-000.

E declaram que tem justo e contratado uma **sociedade empresarial limitada**, que se regerá de acordo com as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA 1ª. A sociedade girará sob o nome empresarial LIMPAQUI Prestadora de Serviços de Limpeza LTDA, sob CNAE 8121-4/00 e terá sede e domicílio na Av. São Paulo, 3003, Jardim Primavera, Monte Aprazível, SP, 17197-000.

CLÁUSULA 2ª. O capital social será R\$ 250.000,00 (duzentos mil reais), dividido em quotas de valor nominal R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), integralizadas, neste ato em moeda corrente do país, pelos sócios:

Jéssica Camargo Borges, com quotas de 20% e valor nominal R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), Kawan Castro da Silva, com quotas de 20% e valor nominal R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), Ronaldo Lucas Raiél de Brito, com quotas de 20% e valor nominal R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), Samantha Barca Lembo de Oliveira, com quotas de 20% e valor nominal R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), Viviane Lucas Raiél de Brito, com quotas de 20% e valor nominal R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais).

Nomes	Quotas	Valores
Jéssica Camargo Borges	20%	R\$50.000,00
Kawan Castro da Silva	20%	R\$50.000,00
Ronaldo Lucas Raiél de Brito	20%	R\$50.000,00
Samantha Barca Lembo de Oliveira	20%	R\$50.000,00
Viviane Lucas Raiél de Brito	20%	R\$50.000,00

CLÁUSULA 3ª. O objeto será Limpeza e Organização de Ambientes

CLÁUSULA 4ª. A sociedade iniciará suas atividades em 07/02/2024 e seu prazo de duração é indeterminado.

CLÁUSULA 5ª. As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

CLÁUSULA 6ª. A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

CLÁUSULA 7ª. A administração da sociedade caberá Viviane Lucas Raiél de Brito com os poderes e atribuições de tomada de decisões, assinatura de contratos comerciais, negociação com clientes , fornecedores e parceiros, o Marketing da sociedade caberá Jéssica Camargo Borges com os poderes e atribuições de: Gestão de relacionamentos com clientes, publicidade e propaganda, comunicação; a Gestão de Pessoas da sociedade caberá Samantha Barca Lembo de Oliveira com os poderes e atribuições de:

recrutamento e seleção, engajamento, treinamento e desenvolvimento, benefícios, planos de carreira e remuneração; caberá Gestor de TI Ronaldo Lucas Raiél de Brito com os poderes e atribuições de: gestão de sistema, de equipamentos de informática; a Qualidade da sociedade caberá ao Kawan Castro da Silva com os poderes e atribuições atua de forma estratégica na empresa, buscando melhorar os processos, produtos e serviços oferecidos, e garantir a satisfação dos clientes e demais partes interessadas autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

CLÁUSULA 8ª. Ao término da cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados.

CLÁUSULA 9ª. Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administradores quando for o caso.

CLÁUSULA 10ª. A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

CLÁUSULA 11ª. Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de “pro labore”, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

CLÁUSULA 12ª. Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou dos sócios remanescentes, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

CLÁUSULA 13ª. Os Administradores declaram, sob as penas da lei, de que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular,

contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

Inserir cláusulas facultativas desejadas.

CLÁUSULA 14^a. **Fica eleito o foro de Monte Aprazível** para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 3 vias.

Monte Aprazível, 16 de Abril de 2024

Local e data

Jéssica Camargo Borges- 33.987.654-9

Kawan Castro da Silva- 55.157.777-0

Ronaldo Lucas Raiél de Brito- 55.191.363-6

Samantha Barca Lembo de Oliveira- 55.124.288-4

Viviane Lucas Raiél de Brito- 09876543-0

Testemunhas

Rose Nascimento-852.369.147-20

RG

dd) _____
Jarbas Junior-951.357.456-75

RG

Visto: _____ (OAB/MG 0987)