
COMO PREVENIR A SEGURIDADE AOS CLIENTES, NO TOCANTE ÀS PRESTADORAS DE SERVIÇO DESCUMPRIDORAS DE CONTRATO

How to Prevent Customer Safeguards in Response to Contract Depreciation Service Providers

Simone de Sá¹

Saimon Marçal²

Resumo: Este trabalho tem como tema prevenir a contratação de serviços de cerimonial. O objetivo é analisar a prática com relação ao descumprimento de contratos, por meio de uma atuação positiva, pelo mau cumprimento de deveres de prestação, pela prática daquilo que deveria abster-se ou efetuar a prestação que deveria ser efetuada, mas de forma defeituosa. Neste contexto identifica-se profissionais que atuam na organização de eventos, assim conhecendo os procedimentos práticos que possam dar seguridade ao contratante. A metodologia utilizou de pesquisa bibliográfica assim enfatizando a teoria, e de uma pesquisa qualitativa com os estudantes que contratou a empresa de cerimonial, por meio de um questionário semiestruturado. Nota-se que o nível de reclamações e de indignação dos acadêmicos é evidente, e que é preciso cautela para contratar este tipo de serviço. Ao longo do artigo, serão analisados os seguintes tópicos: contrato de prestação de serviços; qualidade na prestação de serviços – Cerimonial e impactos na prestação de serviços.

Palavras-chave: prestadores de serviços, clientes, contrato, seguridade.

Abstract: This work has the theme to prevent the contracting of ceremonial services. The objective is to analyze the practice regarding noncompliance with contracts, by means of a positive performance, by the poor performance of performance duties, by the practice of what should abstain or effect the rendering that should be performed, but in a defective way. In this context it is identified professionals who act in the organization of events, thus knowing the practical procedures that can give security to the contractor. The methodology used a bibliographical research thus emphasizing the theory, and a qualitative research with the students that contracted the ceremonial company, through a semistructured questionnaire. It is noted that the level of complaints and indignation of academics is evident, and that caution is needed to contract this type of service. Throughout the article, the following topics will be analyzed: service contract; quality in the provision of services - Ceremonial and impacts on the provision of services.

Keywords: service providers, customers, contract, security.

INTRODUÇÃO

A prestação de serviços é de suma relevância para a economia do Brasil, além de responder por parte cada vez mais importante do PIB³ nacional, garante acesso a empregos e disponibiliza cada

1 Aluna do curso de Administração da Famig – Faculdade Minas Gerais (simonestockcar@gmail.com)

2 Especialista em Logística e Comércio Exterior e professor da Famig – Faculdade Minas Gerais

3 PIB é a sigla para Produto Interno Bruto, e representa a soma, em valores monetários, de todos os bens e serviços finais produzidos numa determinada região, durante um determinado período.

vez mais facilidades à população em geral. Por isso, os incentivos públicos e os investimentos privados para empreendimentos de serviços aumentaram, tornando-se cada vez mais indispensáveis.

Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista, conforme definem os parágrafos 1º e 2º do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor.

A legislação que trata das relações de consumo é o Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078/90. O regime jurídico de proteção do consumidor é aplicável a toda atividade que se constitua relação de consumo. Por isso devemos, em primeiro lugar, determinar o que se entende por relação de consumo⁴.

Segundo o Código de Defesa do Consumidor, no artigo 2º, considera-se consumidor toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Sendo assim, o que caracteriza o consumidor é o fato de ele ser o destinatário final, ou seja, reverter o produto ou serviço para si próprio, não o transferindo a outras pessoas.

O artigo ora proposto, enfoca o descumprimento das prestadoras de serviços que infringem com suas obrigações nos contratos consumeristas. O motivo para o desenvolvimento desta pesquisa surgiu com o inadimplemento de um cerimonial de renome na região metropolitana de Belo Horizonte/MG contrato para realização dos eventos de formatura dos estudantes de diversas universidades, a empresa violou sua conduta moral e ética perante a sociedade, denegriu sua própria imagem e destruiu o sonho de cada estudante.

Busca-se despertar atenção, pois a todo momento surgiram notícias de fraudes neste mercado de eventos, levando em consideração que os estudantes verificaram a saúde financeira da empresa, foi realizada diversas reuniões com clientes que aderiram os serviços, a idoneidade do prestador de serviço perante as redes são uma grande ferramenta, mesmo com estes procedimentos o cerimonial enganou os universitários com promessas não cumpridas.

METODOLOGIA DE PESQUISA

Este estudo desenvolveu uma pesquisa com formandos de diversas faculdades e universidades da região metropolitana de Belo Horizonte, como unidade de exploração a verificação de cerimoniais que postergam com suas incumbências, por meio de pesquisa qualitativa.

A pesquisa qualitativa considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e atribuição de significados são básicos no processo qualitativo. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. O processo e seu signifi-

4 Relação de consumo é uma categoria de relação jurídica. Por relação jurídica se entende o vínculo legal que surge entre duas ou mais pessoas e que tenha em seu cerne uma prestação a favorecer uma delas ou a ambas. Ou seja, a lei regerá os direitos e obrigações dos participantes.

cado são os focos principais de abordagem. (SILVA, MENEZES, 2000. p. 20)

Para atingir o objetivo quanto aos meios, será utilizada uma pesquisa bibliográfica. A pesquisa bibliográfica ou de fontes secundárias é a que especificamente interessa a este trabalho. Trata-se de levantamento de toda a bibliografia já publicada, em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato com tudo aquilo que foi escrito sobre determinado assunto (MARCONI, LAKATOS 2001 p.44).

Para atingir o objetivo do trabalho quanto aos fins, será aplicado um questionário semiestruturado.

Questionário pode ser definido como uma técnica de investigação social composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado (GIL, 2008).

Os dados serão analisados por meio de uma análise de conteúdo, que é uma metodologia para as ciências sociais para estudos de conteúdo em Comunicação e textos que parte de uma perspectiva quantitativa, analisando numericamente a frequência de ocorrência de determinados termos, construções e referências em um dado texto.

Para Vergara (2005, p.15) análise de conteúdo é considerada uma técnica para o tratamento de dados que visa identificar o que está sendo dito a respeito de determinado tema.

REFERENCIAL TEÓRICO

Contrato de Prestação de Serviços

A prestação de serviço é regulada pelo Código Civil (Lei federal n. 10.406, de 10 de janeiro de 2002), entre os arts. 593 e 609. Denomina-se contrato de prestação de serviço é aquele que umas das partes – prestador – se obriga para com a outra – tomador, a fornecer-lhe a prestação de serviços de uma atividade, mediante remuneração de acordo com o artigo 594 do código civil “ toda espécie de serviço ou trabalho ilícito, material ou imaterial, pode ser contratada mediante retribuição”. Perante o código civil de 2002 os contratos representam relações obrigacionais complexas peculiarizadas pelo sinalagma, ou seja, reciprocidade e proporcionalidade das prestações.

Ainda de acordo com o código civil de 2002, a prestação de serviço não poderá ser convencionalizada por mais de quatro anos mesmo que o contrato tenha por causa de pagamento contrato tenha por causa o pagamento de débito de quem presta ou se destine à execução de determinada obra. Decorrido esse prazo, mesmo que a obra não esteja concluída, extinguir-se-á o contrato. E se o contrato foi celebrado por mais de quatro anos, o juiz poderá reduzi-lo, pois o excesso de prazo não invalida a avença. Percebe-se assim, que Código Civil preocupou-se em fixar o tempo máximo de duração do contrato de prestação de serviços em 04 (quatro) anos, tendo em vista a inalienabilidade da liberdade humana, de forma a evitar a demasia na questão do prazo contratual, a qual poderá caracterizar relação de escravidão, o que não seria apenas uma prestação de serviços.

O contrato de prestação de serviços se extingue, se houver inadimplência de ambas as partes, o mesmo se dá por inadimplência absoluta, ocorre quando há o descumprimento ou frustração total do cumprimento da obrigação, não mais sendo possível cumpri-la de alguma forma.

Qualidade na Prestação de Serviços

Nos dias atuais a qualidade é considerada como uma das principais estratégias competitivas nas organizações, sendo um fator essencial para uma empresa se fortalecer. Atender as expectativas do cliente é a peça chave da qualidade, assim como ocorre mensurando o trabalho a ser desenvolvido. Deming (1998) define qualidade como sendo “um grau previsível de uniformidades e dependência, a baixo custo, adequada ao mercado”. Em outros termos, qualidade é o que o cliente necessita ou deseja e satisfaz sua necessidade.

O autor Pires, (2012, p.43), com relação a qualidade ressalta que:

A qualidade inicia-se pela identificação das necessidades dos clientes (interface da empresa com o mercado), seguindo-se-lhe, o que podemos chamar de expressão funcional da necessidade (o que o produto/serviço deve fazer); (...) A qualidade não está apenas, nem fundamentalmente na produção/prestação de serviço, mas cada vez mais na interface da organização com os seus clientes. Esta é a filosofia essencial da Gestão da Qualidade.

A prestação do serviço é responsável pela percepção do cliente, onde irá variar de acordo com as necessidades de cada um, assim conhecendo as características do segmento é possível adequar estratégias de forma que atinjam os consumidores.

A qualidade nos serviços prestados ao cliente é fator para o sucesso da organização porque antes de comprar um serviço, os clientes possuem uma determinada expectativa, baseada nas necessidades individuais, experiências passadas, recomendações de terceiros e propagandas de um fornecedor de serviços. Após comprarem e consumirem o serviço, os clientes compram sua qualidade esperada com aquilo que realmente receberam. (LOVELOCK, WRIGHT, 2001).

A qualidade se torna ainda mais importante, quando é visada a concorrência, pois para que possa sair a frente dos concorrentes, é necessário qualidade e excelência nos serviços. Gil (1999, p.27) cita que:

Para que haja qualidade no binômio “fornecedor/cliente” há necessidade de ocorrer qualidade em seus “processos” e “resultados”, o que acarreta a elaboração, por parte de ambos, de especificações de caráter “técnicooperacional” e “administrativo-operacional” convergentes/integradas/com características de unicidade.

Quando os serviços realizados atendem às expectativas dos clientes, eles usarão novamente e poderão indica-los a outras pessoas. “Se a operação atende às expectativas, ou de fato, as excedem, os clientes ficam satisfeitos com o serviço”. (JOHNSTON, CLARK, 2010, p. 123). Quando isso não ocorre provavelmente ficarão insatisfeitos, pondo em risco a sua confiança perante a empresa fornecedora do serviço.

Vale ainda destacar que a prestação de serviços não é restrita apenas ao momento da venda, mas engloba também atividades de pós-venda como manutenção e assistência técnica, dentre outras.

Ou seja: mais crítico em relação à qualidade dos produtos e serviços oferecidos, o cliente vem desejando algo mais do que a qualidade do produto e do atendimento no momento da compra. Neste ponto de vista, o produto deverá continuar funcionando perfeitamente após a venda durante o prazo previsto para tal (vida útil) e isso somente será possível com serviços pós-venda devidamente executados.

Portando pode-se entender a qualidade como a satisfação das necessidades expressas pelo cliente, bem como as que estão submetidas ou que supostamente, deve ser inerente ao produto ou serviço consumido. É importante notar que a eficiência de um serviço está diretamente ligada à qualidade pessoal daquele que o oferece. Se podemos afirmar, sem dúvidas, que as pessoas são o grande motor de uma organização e que toda empresa demanda profissionais competentes e qualificados, independente do porte, setor de atuação, tipo de produto ou serviço oferecido, podemos também afirmar que a prestação de serviço se caracteriza ainda mais pela ação direta dos profissionais na execução do serviço em si. Isso significa que a qualidade na prestação de serviços está diretamente ligada à competência das profissionais envolvidos.

Cerimonial

O cerimonial teve início desde os tempos mais remotos, quando os povos já realizavam seus rituais comemorativos os quais tinham uma sequência lógica para ser cumprida, desse modo, havia regras que eram a base para o desenvolvimento das comemorações. Luz (2005, p. 5) afirma que cerimonial é:

Relativo a cerimônias, vem do latim caeremonia e é definido como: “o conjunto de formalidades regulamentadas por lei, tradição, uso ou costumes, que se devem observar num ato solene ou festa pública, quer seja de um culto religioso ou atividade profana.

Diante da explicação do autor supracitado, a execução de um cerimonial trata-se de um conjunto de regras protocolares que devem ser cumpridas e utilizadas em festas ou atos solenes públicos ou privados, ou seja, a sequência lógica deve ser implantada de acordo com a característica de cada evento. A empresa de cerimonial é quem concretiza esse trabalho, pois é ela que vai planejar e executar toda programação das atividades.

Entende-se por cerimonial, empresas que trabalham na execução de eventos, ou seja o cerimonial dever ser estruturado por uma equipe especializada. Dessa forma, Salgado (2010, p.31) fala sobre eventos e relata que “é o acontecimento, fato ou ato, que tem como principal característica propiciar uma ocasião extraordinária ao entro de pessoas, com uma finalidade específica, que se constitui no seu objetivo principal, justificando sua realização”.

Impactos na Prestação de Serviços

Diante da crise econômica do país, que apresenta riscos e oportunidades, onde a estratégia adotada neste momento pode definir o futuro da empresa perante o mercado. Cada segmento de mercado tem suas particularidades, ao se fazer uma análise de ambiente macroeconômico, percebe-se que a grande maioria dos setores tem sofrido dolorosamente com a mudança do cenário principalmente econômico.

O nível de inadimplentes é crescente, segundo o SPC⁵ o número de negativados chega à 59 milhões, com isto se mais consumidores estão inadimplentes, isso significa que os comerciantes correm mais riscos, assim dificultando o pagando junto a seus fornecedores. Já no meio social, tem-se uma visível redução do poder de compra da população, devido a situação político-econômica, onde as empresas devem se adequar com a redução de faturamento oriunda deste cenário. Las Casas (2008, p. 110) afirma que as “[...] oscilações econômicas afetam principalmente os hábitos de consumo e o rendimento dos consumidores, com reflexos imediatos para os diferentes setores”.

Segundo Teixeira (2015) em tempos de crise, os consumidores tendem a modificar o seu comportamento de compra, em consequência das implicações financeiras que chegam concomitantemente com a instabilidade econômica. A maioria dos consumidores tem de reconsiderar os seus hábitos de consumo e realocar o seu orçamento.

Ainda segundo Teixeira (2015) afirma que nem todas as crises são iguais. Cada recessão econômica apresenta padrões diferentes de comportamento do consumidor. Logo, a cada fase de instabilidade econômica, sempre será preciso entender a mudança nos hábitos do consumidor diante de sua nova realidade, de modo a prever tendências futuras da economia do país.

O alto desemprego e a taxa de juros elevada também contribuíram para o fraco desempenho nos negócios perante a crise econômica, uma vez que há uma pressão dos custos. As prestadoras de serviços tiveram seus maiores problemas vinculados a recessão, onde os impostos e a taxas de juros são os principais fatores que pressionam os custos atualmente. Diante dos impactos, os investimentos tende a ser cada vez menor, onde destaca-se um fraco desempenho na economia brasileira.

Segundo Palis⁶, o PIB caiu e a população ainda está crescendo, a gente teve três anos de queda no PIB per capita, uma redução de 9,1% no período, isso significa um empobrecimento da população.

A crise econômica atingiu a prestação de serviços de uma forma devastadora. Em todas as regiões e estados, houve queda na renda de serviço e na intensidade dos serviços prestados. Com isto houve ajuste no quadro de colaboradores, uma vez que essas atividades são impactadas por um ciclo vicioso e nada virtuoso, sendo assim o consumo mais fraco e maior incentivo para as empresas continuarem com os cortes de pessoal.

ANÁLISE DOS DADOS

Em relação ao resultado da pesquisa, foram entrevistados quarenta e oito (48) alunos e ex alunos do curso de Administração de diversas universidades da região metropolitana de Belo Horizonte, consistindo em apresentar seguridade sobre as prestadoras de serviços descumpridoras de contrato. Para obter os dados necessários foi aplicada uma pesquisa qualitativa de forma semiaberta contendo 11 questões. Duarte (2006, p. 66) explica que a entrevista semiaberta é um “modelo de entrevista que tem origem em uma matriz, um roteiro de questões – guia que dão cobertura ao

5 Serviço de Prestação ao Crédito, ou seja, um banco de dados privado de informações de crédito, de caráter público, de acordo com a definição do Código de Defesa do Consumidor, gerido e alimentado por associações comerciais e câmaras de dirigentes lojistas do país que são filiadas à Confederação.

6 Rebeca de La Rocque Palis, coordenadora de Contas Nacionais do IBGE.

interesse de pesquisa.” Quanto às respostas para entrevistas, 72% é do gênero feminino e 28% do gênero masculino, possuem faixa etária de 18 a 35 anos.

Quando perguntado aos entrevistados, considerando o momento de crise, o que tem a dizer sobre o dinheiro aplicado nestes eventos:

(E9) Poderia ser um dinheiro que estaria aplicando em algum curso de especialização.

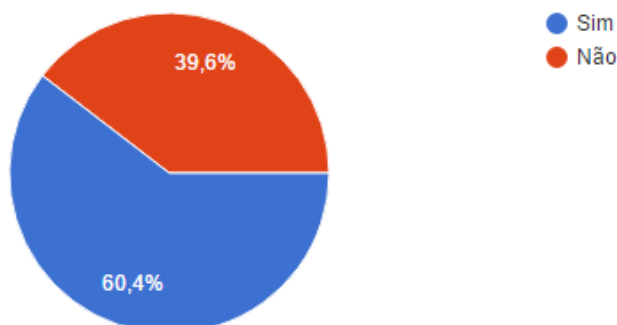
(E24) O dinheiro foi aplicado em um sonho, mesmo com a dificuldade financeira nunca atrasei uma prestação, pois era para realizar o meu sonho! E agora não terei condições de participar da formatura, por conta do dinheiro perdido e visto que agora com outros cerimoniais fica bem caro por causa do pouco tempo.

(E42) Perda, ter sido enganada, ter sido lesada sem poder recorrer aos direitos pois sabemos que este tipo de processo não costuma ter punição para o autor. Desilusão diante do fato de não ter mais formatura, desânimo da turma em fazer o evento.

(E48) Lamentável!!Depois de estudarmos por 4 anos, passando por todas as dificuldades, vêm a tão sonhada formatura, que foi interrompida por um “ser humano” que se quer pensou nas consequências de sua atitude. O sonho foi arruinado sim, mas a conquista de todo conhecimento, de todos os momentos vividos, jamais será destruído.

Quanto aos aspectos mais específicos, qual o sentimento em relação de ter sido surpreendido com a notícia do descumprimento de contrato. As respostas foram semelhantes: (E10) Falta de respeito com o próximo; (E23) Tristeza e indignação! Você batalha durante 4 anos estudando e trabalhando e na reta final que deveria ser de comemoração está sendo de tristeza e revolta, jogaram o sonho de muitos no lixo; (E28) decepção; (E30) Impotência; (E38) perda; (E46) prejuízo, e por fim, (E48) Decepção, indignação são os sentimentos adquiridos diante de toda situação, mas devemos pensar que Deus é maior e acima de tudo digno.

Para Martins Costa (2004, p.100) o dever de cuidado em relação à outra parte; o dever de respeito; o dever de informar a outra parte quanto ao conteúdo do negócio; o dever de agir conforme a confiança depositada; o dever de lealdade e probidade; o dever de cooperação. Com relação ao descumprimento do cerimonial, em que houve um inadimplemento do contrato, foi questionado aos entrevistados se os mesmos tomou alguma providência com relação ao golpe, uma vez que o devedor, culpado pelo inadimplemento, terá o dever de indenizar os prejuízos causados.



Ao fazer um breve retorno, mais precisamente no resultado apresentado no gráfico, em que 60,4% dos entrevistados tomou algum tipo de providência, sejam elas por meio de boletim de ocorrência e até mesmo acionando a imprensa para divulgar o ocorrido.

Contudo, quando interrogamos os entrevistados se conheciam algum formando que obteve êxito com o cerimonial, 58,3% disseram que sim e 41,7 responderam que não conhecia. Apesar das repostas negativas, o entrevistados que alegaram conhecer os serviços do cerimonial, expõe que a prestadora de serviço já havia realizado outros eventos, e tudo sucedeu de forma satisfatória.

O autor Kotler, (2000, p.56), com relação a qualidade ressalta que:

Eles formam uma expectativa de valor e age com base nela, a probabilidade de satisfação e repetição da compra depende de forma a atender ou não a essa expectativa de valor. Satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho (resultado) percebido de um produto ou serviço com as expectativas do cliente.

Lovelock & Wright (2001) cita que a satisfação dos clientes com o modo pelo qual as reclamações são encaminhadas exerce um impacto direto sobre a confiança que depositam nesse fornecedor e em seu futuro envolvimento com a empresa. A qualidade do serviço e até mesmo a cordialidade dos proprietários para solucionar problemas, nos esclarecimentos de dúvidas e quanto agendamento de atividades juntamente com os fornecedores.

CONCLUSÕES

Por fim, o trabalho buscou demonstrar a seguridade dos clientes, diante prestadoras de serviço que descumprem o contrato. Contudo, entende-se como exemplo do tema, sempre que um dever anexo for descumprido a parte responsável pelo dano ser punida de acordo com as regras previstas no Código Civil ou no Código de Defesa do Consumidor, de acordo com a relação jurídica determinada entre as partes, sendo tal responsabilidade objetiva na maioria das vezes, pois de acordo com a estatística, a pessoa que mais descumprem um dever anexo é fornecedor ou prestador de serviço, tratando-se portanto, de relação de consumo.

Contudo, o cerimonial não possibilitou os estudantes o momento esperado durante toda jornada acadêmica, no que resultou em sentimentos de revolta e indignação perante os entrevistados, sem comentar sobre o valor monetário neste momento de crise econômica no país.

Cabe salientar que, em qualquer dos casos, quando há indício ou alegação de descumprimento de um contrato, seja este total ou parcial, deve o aplicador da lei se atentar às particularidades daquele caso, para fins de imposição de eventual condenação.

Portanto, é objetivo do presente trabalho tão somente salientar a necessidade, até mesmo social, da realização de análise minuciosa dos prestadores de serviço, que cada vez tem um aumento neste ramo de atividade.

REFERÊNCIAS

ADMINISTRADORES Análise Metodológica. <http://www.administradores.com.br/artigos/nego->

[cios/analise-de-conteudo-uma-metodologia-para-analise-de-dados/14317/](#) disponível em 18 de Abril de 2017 às 20:27h.

ADMINISTRADORES Como obter Qualidade na Prestação de Serviço. <https://administradordofuturo.wordpress.com/2008/05/08/como-obter-qualidade-na-prestacao-de-servicos/> disponível em 24 de Maio de 2017 às 10:44hrs.

ADMINISTRADORES Qualidade na Prestação de Serviços. <http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/qualidade-na-prestacao-de-servicos/70005/> disponível em 12 de Maio de 2017 às 10:16h.

BLOG Qualidade em Serviços <http://www.blogdaqualidade.com.br/qualidade-em-servicos/> disponível em 24 de Maio de 2017 às 10:39h.

Deming, W. E. Os 14 pontos da qualidade. Rio de Janeiro. Publicações Diversas, 1998.

DOCSLIDE Contrato de Prestação de Serviços <http://docslide.com.br/law/contrato-de-prestacao-de-servicos-direito-civil.html> disponível em 22 de Abril de 2017 às 22:11h.

DUARTE, Jorge (org). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.2. Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

EMPREENDEDORES Atual Situação Econômica do Brasil <http://www.empreendedoresweb.com.br/atual-situacao-economica-do-brasil/> disponível em 30 de Maio de 2017 as 20:26h.

GIL. A. C.. Como elaborar projetos de pesquisa. 5 ed. São Paulo: Atlas,2010.

Gil, António Carlos (2008) Métodos e técnicas de pesquisa social. 6ª Ed. Editora Atlas S.A. São Paulo. Brasil.

GLOBO Inadimplentes <http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/1-trimestre-de-2017-ganha-900-mil-inadimplentes-mostram-spc-brasil-e-cndf.ghtml> disponível em 29 de Maio de 2017 às 13:32h.

GLOBO Crise Econômica <http://g1.globo.com/economia/noticia/brasil-enfrenta-pior-crise-ja-registrada-poucos-anos-apos-um-boom-economico.ghtml> acessado em 30/05/2017 às 21:50h.

JOHNSTON; CLARK.Administração de Operações de Serviços. 1. ed. 4. reimpr. São Paulo: Atlas, 2010.

LAS CASAS, A. L. Marketing educacional: da educação infantil ao ensino superior no contexto brasileiro. São Paulo: Saint Paul Editora,2008.

LEI 10406, Art 593 <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10695602/artigo-593-da-lei-n-10406-de-10-de-janeiro-de-2002> disponível em 23 de Maio de 2017 às 08:25h.

LOVELOCK, C. WRIGHT, L. Serviços: marketing gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.

LUZ. R. O. Cerimonial protocolo e etiqueta- Introdução ao cerimonial do Mercosul: Argentina e Brasil. São Paulo: Saraiva, 2005.

MARTINS-COSTA, Judith. Comentários ao Novo Código Civil. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

Pires, António Ramos. (2012). Sistemas de Gestão da Qualidade - Ambiente, Segurança, Responsabilidade Social, Indústria, Serviços, Administração Pública e Educação. Lisboa: Edições Silabo.

SALGADO, P. R. Protocolo cerimonial e etiqueta em eventos: uma prática ao alcance de todos. São Paulo: Paulus, 2010.

SIGNIFICADOS PIB <https://www.significados.com.br/pib/> acessado em 30 de Maio de 2017 às 22:58h.

WIKIPEDIA Análise de Conteúdo https://pt.wikipedia.org/wiki/Análise_de_conteúdo disponível em 18 de Abril de 2017 às 12:29h.