

GUIA EMPREENDER

*Para Estudantes e Empreendedores
Estruturarem Seus Negócios*

Léa Paula Vanessa Xavier Corrêa de Moraes
Joelias Silva Pinto Júnior
Elenice dos Reis Santos
Anderson Ricardo Silvestro

**GUIA EMPREENDER PARA ESTUDANTES E
EMPREENDEDORES ESTRUTURAREM SEUS
NEGÓCIOS**

Léa Paula Vanessa Xavier Corrêa de Moraes
Joelias Silva Pinto Júnior
Elenice dos Reis Santos
Anderson Ricardo Silvestro

GUIA EMPREENDER PARA ESTUDANTES E EMPREENDEDORES ESTRUTURAREM SEUS NEGÓCIOS

Edição 1

Belém-PA



2021

© 2021 Edição brasileira
by RFB Editora
© 2021 Texto
by Autor(es)
Todos os direitos reservados

RFB Editora
Home Page: www.rfbeditora.com
Email: adm@rfbeditora.com
WhatsApp: 91 98885-7730
CNPJ: 39.242.488/0001-07
R. dos Mundurucus, 3100, 66040-033, Belém-PA

Diagramação

Laiane Borges

Design da capa

Pryscila Rosy Borges de Souza

Imagens da capa

www.canva.com

Revisão de texto

Os autores

Bibliotecária

Janaina Karina Alves Trigo Ramos

Gerente editorial

Nazareno Da Luz

<https://doi.org/10.46898/rfb.9786558891864>

Catálogo na publicação
Elaborada por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

G943

Guia empreender para estudantes e empreendedores estruturarem seus negócios /
Léa Paula Vanessa Xavier Corrêa de Moraes, Joelias Silva Pinto Júnior, Elenice dos
Reis Santos, et al. – Belém: RFB, 2021.

Outro autor

Anderson Ricardo Silvestro

Livro em PDF

82 p.

ISBN 978-65-5889-186-4

DOI: 10.46898/rfb.9786558891864

1. Empreendedorismo. I. Moraes, Léa Paula Vanessa Xavier Corrêa de. II. Pinto
Júnior, Joelias Silva. III. Santos, Elenice dos Reis. IV. Título.

CDD 658.42

Índice para catálogo sistemático

I. Empreendedorismo



Todo o conteúdo apresentado neste livro, inclusive correção ortográfica e gramatical, é de responsabilidade do(s) autor(es).

Obra sob o selo *Creative Commons*-Atribuição 4.0 Internacional. Esta licença permite que outros distribuam, remixem, adaptem e criem a partir do trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que lhe atribuam o devido crédito pela criação original.

Conselho Editorial

Prof. Dr. Ednilson Sergio Ramalho de Souza - UFOPA (Editor-Chefe)

Prof.^a Dr.^a. Roberta Modesto Braga-UFPA

Prof. Dr. Laecio Nobre de Macedo-UFMA

Prof. Dr. Rodolfo Maduro Almeida-UFOPA

Prof.^a Dr.^a. Ana Angelica Mathias Macedo-IFMA

Prof. Me. Francisco Robson Alves da Silva-IFPA

Prof.^a Dr.^a. Elizabeth Gomes Souza-UFPA

Prof.^a Dr.^a. Neuma Teixeira dos Santos-UFRA

Prof.^a Ma. Antônia Edna Silva dos Santos-UEPA

Prof. Dr. Carlos Erick Brito de Sousa-UFMA

Prof. Dr. Orlando José de Almeida Filho-UFSJ

Prof.^a Dr.^a. Isabella Macário Ferro Cavalcanti-UFPE

Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares-UFPI

Prof.^a Dr.^a. Welma Emidio da Silva-FIS

Comissão Científica

Prof. Dr. Laecio Nobre de Macedo-UFMA

Prof. Me. Darlan Tavares dos Santos-UFRJ

Prof. Dr. Rodolfo Maduro Almeida-UFOPA

Prof. Me. Francisco Pessoa de Paiva Júnior-IFMA

Prof.^a Dr.^a. Ana Angelica Mathias Macedo-IFMA

Prof. Me. Antonio Santana Sobrinho-IFCE

Prof.^a Dr.^a. Elizabeth Gomes Souza-UFPA

Prof. Me. Raphael Almeida Silva Soares-UNIVERSO-SG

Prof.^a. Dr.^a. Andréa Krystina Vinente Guimarães-UFOPA

Prof.^a. Ma. Luisa Helena Silva de Sousa-IFPA

Prof. Dr. Aldrin Vianna de Santana-UNIFAP

Prof. Me. Francisco Robson Alves da Silva-IFPA

Prof. Dr. Marcos Rogério Martins Costa-UnB

Prof. Me. Márcio Silveira Nascimento-IFAM

Prof.^a Dr.^a. Roberta Modesto Braga-UFPA

Prof. Me. Fernando Vieira da Cruz-Unicamp

Prof.^a Dr.^a. Neuma Teixeira dos Santos-UFRA

Prof. Me. Angel Pena Galvão-IFPA

Prof.^a. Dr.^a. Dayse Marinho Martins-IEMA

Prof.^a Ma. Antônia Edna Silva dos Santos-UEPA

Prof.^a. Dr.^a. Viviane Dal-Souto Frescura-UFSM

Prof. Dr. José Moraes Souto Filho-FIS

Prof.^a. Ma. Luzia Almeida Couto-IFMT

Prof. Dr. Carlos Erick Brito de Sousa-UFMA

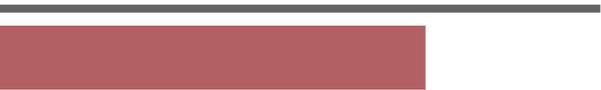
Prof.^a. Ma. Ana Isabela Mafra-Univali

Prof. Me. Otávio Augusto de Moraes-UEMA

Prof. Dr. Antonio dos Santos Silva-UFPA
Prof^a. Dr. Renata Cristina Lopes Andrade-FURG
Prof. Dr. Daniel Tarciso Martins Pereira-UFAM
Prof^a. Dr^a. Tiffany Prokopp Hautrive-Unopar
Prof^a. Ma. Rayssa Feitoza Felix dos Santos-UFPE
Prof. Dr. Alfredo Cesar Antunes-UEPG
Prof. Dr. Vagne de Melo Oliveira-UFPE
Prof^a. Dr^a. Ilka Kassandra Pereira Belfort-Faculdade Laboro
Prof. Dr. Manoel dos Santos Costa-IEMA
Prof^a. Dr^a. Érima Maria de Amorim-UFPE
Prof. Me. Bruno Abilio da Silva Machado-FET
Prof^a. Dr^a. Laise de Holanda Cavalcanti Andrade-UFPE
Prof. Me. Saimon Lima de Britto-UFT
Prof. Dr. Orlando José de Almeida Filho-UFSJ
Prof^a. Ma. Patrícia Pato dos Santos-UEMS
Prof^a. Dr^a. Isabella Macário Ferro Cavalcanti-UFPE
Prof. Me. Alisson Junior dos Santos-UEMG
Prof. Dr. Fábio Lustosa Souza-IFMA
Prof. Me. Pedro Augusto Paula do Carmo-UNIP
Prof^a. Dr^a. Dayana Aparecida Marques de Oliveira Cruz-IFSP
Prof. Me. Alison Batista Vieira Silva Gouveia-UFG
Prof^a. Dr^a. Silvana Gonçalves Brito de Arruda-UFPE
Prof^a. Dr^a. Nairane da Silva Rosa-Leão-UFRPE
Prof^a. Ma. Adriana Barni Truccolo-UERGS
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares-UFPI
Prof. Me. Fernando Francisco Pereira-UEM
Prof^a. Dr^a. Cátia Rezende-UNIFEV
Prof^a. Dr^a. Katiane Pereira da Silva-UFRA
Prof. Dr. Antonio Thiago Madeira Beirão-UFRA
Prof^a. Ma. Dayse Centurion da Silva-UEMS
Prof^a. Dr^a. Welma Emidio da Silva-FIS
Prof^a. Ma. Elisângela Garcia Santos Rodrigues-UFPB
Prof^a. Dr^a. Thalita Thyrsa de Almeida Santa Rosa-Unimontes
Prof^a. Dr^a. Luci Mendes de Melo Bonini-FATEC Mogi das Cruzes
Prof^a. Ma. Francisca Elidivânia de Farias Camboim-UNIFIP
Prof. Dr. Clézio dos Santos-UFRRJ
Prof^a. Ma. Catiane Raquel Sousa Fernandes-UFPI
Prof^a. Dr^a. Raquel Silvano Almeida-Unespar
Prof^a. Ma. Marta Sofia Inácio Catarino-IPBeja
Prof. Me. Ciro Carlos Antunes-Unimontes

Nossa missão é a difusão do conhecimento gerado no âmbito acadêmico por meio da organização e da publicação de livros científicos de fácil acesso, de baixo custo financeiro e de alta qualidade!

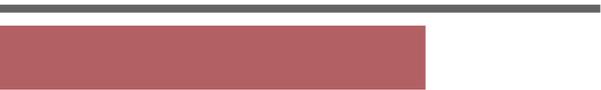
Nossa inspiração é acreditar que a ampla divulgação do conhecimento científico pode mudar para melhor o mundo em que vivemos!





SUMÁRIO

PREFÁCIO	9
CAPÍTULO 1	
EMPREENDEDORISMO	11
Léa Paula Vanessa X. Corrêa de Moraes	
Elenice dos Reis Santos	
DOI: 10.46898/rfb.9786558891864.1	
CAPÍTULO 2	
COMO ABRIR UM EMPREENDIMENTO?	17
Anderson Ricardo Silvestro	
DOI: 10.46898/rfb.9786558891864.2	
CAPÍTULO 3	
ONDE BUSCAR APOIO EMPREENDEDOR?	39
Joelias Silva Pinto Júnior	
DOI: 10.46898/rfb.9786558891864.3	
CAPÍTULO 4	
MODELANDO MEU NEGÓCIO	53
Léa Paula Vanessa X. Corrêa de Moraes	
Elenice dos Reis Santos	
DOI: 10.46898/rfb.9786558891864.4	
CAPÍTULO 5	
ONDE CONSEGUIR INVESTIMENTO E FINANCIAMENTO?	65
Joelias Silva Pinto Júnior	
DOI: 10.46898/rfb.9786558891864.5	
GLOSSÁRIO	72
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76
ÍNDICE REMISSIVO	80
SOBRE OS AUTORES	81



PREFÁCIO

Os livros e as demais publicações se apresentam em cores, formas e conteúdos sortidos. Estão acessíveis e prontos para todos os gostos. Creio que alguns livros têm o poder de fazer até o mais impávido vilão da Marvel se derreter em chororô. Há outros, que quando terminamos a leitura, provocam uma incontrolável vontade de sair materializando as coisas que lemos e aprendemos. Sim, sim, caro leitor, concordo! Há livros com o sabor de mingau frio servido como café da manhã, e palamôrdideus, não nos tapeiem: café da manhã tem que ser com café, e quente!

Bom, acho que já era meia noite, após o jogo do Brasil, quando veio aquele barulhinho de mensagem no celular, o cachorro latiu e assim, vi que eu fui convidado a prefaciar este GUIA EMPREENDER. Caramba, quanta honra, pois se trata de uma excelente e oportuna publicação, dedicada aos Estudantes e Empreendedores que buscam estruturar os seus negócios. Os escritores do Guia Empreender são meus amigos e amigas, pessoas que conheço há muuuuito tempo e afirmo que nenhum deles gosta de mingau frio. A turma tem é **café no bule**. Elaborar uma obra como esta, ou até mesmo um texto de prefácio para outrem é uma tarefa difícil e arriscada. Texto, vem de tecer, letrinha por letrinha, com dedicação e tranquilidade, na busca pelo melhor de si, e por fim, ansiedade e euforia controladas, respirar o aroma da cooperação, da solidariedade e da satisfação por ter “dado vida” às coisas que estavam presas dentro das nossas cabeças.

Uma grande vantagem em escrever prefácios é ser o primeiro a ler a obra, e olha, meus queridos leitores, afirmo: vocês têm em mãos um livro que lhes darão o privilégio da leitura, recheado pelo prazer e a alegria do aprendizado. Vou dizer uma coisinha a vocês: desliguem esse celular aí e não percam tempo. Além dos conteúdos inéditos, a obra revisita outras publicações e proporciona acesso a diversas fontes de conhecimento, nos dá direção e caminho, a faca, o queijo e a vontade de compartilhar tudo o que lemos. O Guia Empreender foi escrito de uma maneira leve e direta, para que você possa ter plena compreensão dos caminhos que lhe conduz ao empreender.

De início, você que ainda não possui tanta convivência e familiaridade com o tema dará um mergulho no tal EMPREENDEDORISMO, conhecendo os conceitos, fases, tipos, perfis e tudo mais. Aposto que você descobrirá que sempre foi um empreendedor e não sabia disso. Continuando a viagem pelo Guia você saberá “como abrir um empreendimento”, um capítulo que jogará uma luz sobre a parafernália burocrática, facilitando o caminho para você. Ufa!



No capítulo “Onde buscar apoio”, uma cortina se abre e você poderá se ver no bom e velho ombro amigo, porque ninguém aqui é personagem da Marvel (de novo) e todos precisamos de uma forcinha, parcerias e cooperações. Na altura desse campeonato você estará envolto a uma tempestade de ideias, vontades e interesses, e assim, já é tempo de aprender sobre a “Modelagem de Negócios”. Meu jovem, não dê um passo adiante sem ler e reler este capítulo, pois a falta de conhecimentos sobre esse tema é um fator que leva muitos empreendimentos às geleiras do prejuízo e da falência.

Uhhh, entendi o seu silêncio e a angústia. A questão é que: “Money que é good nós não have” certo? Aleluia, o Guia Empreender te ensina “Onde Conseguir Investimento” e, posteriormente, “Onde Buscar Financiamento”. Ohh caro estudante, eu nunca lhe pedi nada, e se eu pudesse pedir, pediria: reserve um tempo e leia este Guia Empreender até o final.

Por fim, não sem antes prestar os mais profundos e sinceros elogios à maravilhosa equipe de escritores deste Guia Empreender, amigos que enfrentam com êxito os desafios da produção literária, educação, extensão e do empreendedorismo. Sim, escrever é educar e empreender, e vocês estão de parabéns!, desejo aos leitores, que este livro simplesmente lhes **Guiem** ao Empreender, conduzidos por uma leve, atenciosa e oportuna leitura.

Elson Santana de Almeida

Professor do IFMT Campus São Vicente
Extensionista por vocação,
empreendedor de coração.

CAPÍTULO 1

EMPREENDEDORISMO

Léa Paula Vanessa X. Corrêa de Morais
Elenice dos Reis Santos

DOI: [10.46898/rfb.9786558891864.1](https://doi.org/10.46898/rfb.9786558891864.1)

O QUE É EMPREENDEDORISMO?

O empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas. É o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas. É a busca do autocohecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas (Baggio e Baggio, 2014).

O QUE É NECESSÁRIO PARA UM EMPREENDIMENTO TER SUCESSO?

1. Tecnologia: objeto da comercialização, pode ser tecnologia de ciências aplicadas, arte e linguagem, informação e comunicação, militar, doméstica, engenharia, saúde, digital, educacional, assistiva, social e comercial.

2. Talentos: aptidão natural para algo que não é adquirido, mas sim aperfeiçoada com o tempo e por meio de técnicas.

3. Finanças: necessário para tirar a ideia do papel e colocar em prática, para iniciar a comercialização (capital inicial), formar capital de giro, ampliar os negócios, melhorar tecnologias existentes ou investir em novas tecnologias.

4. Espaço Físico/Infraestrutura: para desenvolver a tecnologia, receber clientes, começar e manter o empreendimento.

5. Mercado: fundamental para que o negócio aconteça. Sua tecnologia (produto ou serviço) a ser comercializada, bem como marketing, melhoria e investimentos no empreendimento deve ser pensado para o mercado disponível. É no mercado que você irá comercializar sua tecnologia, é dele que vem o seu sustento. Lembre-se: seu empreendimento só existe por causa do mercado e não o contrário.

QUAIS SÃO AS FASES DE UM EMPREENDIMENTO?

1ª - Concepção: fase embrionária em que só há a ideia, buscando validação e estratégias para colocá-la em prática.

2ª - Lançamento: empreendimento nascendo do ponto de vista comercial, quando são feitos os primeiros clientes, as primeiras vendas.

3ª - Crescimento: o empreendimento já nasceu, tem clientes, comercializa e a demanda só cresce.

4ª - Maturidade: o empreendimento atingiu seu ápice quanto carteira de clientes e vendas, apesar de ter marca e serviços consolidados, investe em novas tecnologias para o empreendimento, seja para dar um plus no que já faz ou para lançar mais novidade no mercado.

TIPOS DE EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo Individual

Empreendedorismo Inovador - tem o objetivo de lançar produtos e serviços novos, que sejam diferentes do que já está disponível no mercado.

Empreendedorismo Criativo - Economia Criativa: negócio originado de atividades, produtos ou serviços desenvolvidos a partir do conhecimento, criatividade ou capital intelectual de indivíduos com vistas à geração de trabalho e renda. (Ex.: Mahalo Cozinha Criativa).

Empreendedorismo Verde - Economia Verde: tem a missão de promover desenvolvimento com responsabilidade e compromisso ambiental, minimizando impactos ao meio ambiente.

Economia Colaborativa e Compartilhada (Sharing Economy) - é fruto da união de três pontos de sucesso que fazem o conceito cada vez mais atrativo a partir da evolução ampla da sociedade: Social, com destaque para o aumento da densidade populacional, avanço para a sustentabilidade, desejo de comunidade e abordagem mais altruísta; Econômico, focado em monetização do estoque em excesso ou ocioso, aumento da flexibilidade financeira, preferência por acesso no lugar de aquisição e abundância de capital de risco; E tecnológico, beneficiado pelas redes sociais, dispositivos e plataformas móveis, além de sistemas de pagamento. (Ex.: Uber, Airbnb).

Startups - são empresas jovens, inovadoras e com alto potencial de crescimento, com modelo de negócio escalável e repetível. (Ex.: Estudavest, Namorofake).

Empreendedorismo social - Negócios sociais:

O empreendedor social cria negócios com fins lucrativos, mas que propõem soluções inovadoras para problemas sociais ou ambientais, como educação e saúde.

Ele está focado em mobilizar pessoas e trabalhar por uma causa para realizar verdadeiras transformações na sociedade.

Empreendedorismo Coletivo

Associações - são pessoas jurídicas de direito privado formado pela união de pessoas que se organizam sem finalidades lucrativas e com objetivos de defesa e promoção dos interesses das pessoas (físicas e/ou jurídicas) que a constituíram. (Ex.: Associação de feirantes, Associação de Moradores).

Cooperativas - de acordo com a Lei nº 5.764/71 que institui a Política Nacional do Cooperativismo, são sociedades de pessoas, com forma e natureza jurídicas próprias, de natureza civil, não sujeitas a falência, constituídas para prestar serviços aos associados. (Ex.: COMA- JUL, LACBOM).

Em outras palavras, união de trabalhadores ou profissionais diversos, que se associam por iniciativa própria, sendo livre o ingresso de pessoas, desde que os interesses individuais em produzir, comercializar ou prestar um serviço não sejam conflitantes com os objetivos gerais da cooperativa (CRUZIO, 2005).

Economia Solidária - é um jeito diferente de produzir, vender, comprar e trocar o que é preciso para viver. Enquanto na economia convencional existe a separação entre os donos do negócio e os empregados, na economia solidária os próprios trabalhadores também são donos. São eles quem tomam as decisões de como tocar o negócio, dividir o trabalho e repartir os resultados (Ex.: COOPERGRANDE, Justa Trama).

Com as mudanças cada vez mais céleres que acontecem na sociedade, novos tipos de empreendedorismo individual e coletivo vão surgindo dia a dia.

SERÁ QUE EU TENHO PERFIL EMPREENDEDOR?

Grifa Dolabela (2010, p. 25) que: "O empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade".

A pessoa empreendedora tem impulso para materializar coisas novas, concretizar ideias, sonhos próprios, vivenciar características de personalidade e comportamento não muito comuns. Tendo iniciativa para criar um negócio e paixão pelo que faz, utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive, aceitando assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.

As características que identificam um(a) empreendedor(a) de sucesso foram estudadas por David McClelland, psicólogo, professor da Universidade de Harvard. Por meio de seus estudos chegaram as 10 características comportamentais do empreendedor:

Busca de oportunidade e iniciativa: capacidade de se antecipar aos fatos e criar oportunidades de negócios, desenvolver novos produtos e serviços, propor soluções inovadoras.

• **Persistência:** enfrentar os obstáculos com decisão, buscando o sucesso a todo custo, mantendo ou mudando estratégias, de acordo com as situações.

• **Correr riscos calculados:** disposição para assumir desafios ou riscos moderados e responder pessoalmente por eles.

• **Exigência de qualidade e eficiência:** decisão de fazer sempre mais e melhor, buscando satisfazer ou superar as expectativas de prazos e padrões de qualidade.

• **Comprometimento:** fazer sacrifício pessoal ou esforço extraordinário para completar uma tarefa; colaborar com os subordinados e até mesmo assumir o lugar deles para terminar um trabalho; esmerar-se em manter os clientes satisfeitos e colocar a boa vontade (no longo prazo) acima do lucro (no curto prazo).

• **Busca de informações:** buscar pessoalmente obter informações sobre clientes, fornecedores ou concorrentes; investigar pessoalmente como fabricar um produto ou prestar um serviço; consultar especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.

• **Estabelecimento de metas:** assumir metas e objetivos que representam desafios e tenham significado pessoal; definir com clareza e objetividade as metas de longo prazo; estabelecer metas de curto prazo, mensuráveis.

• **Planejamento e monitoramento sistemáticos:** planejar, dividir tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; revisar constantemente seus planos, considerando resultados obtidos e mudanças circunstanciais; manter registros financeiros e utilizá-los para tomar decisões.

• **Persuasão e rede de contatos:** utilizar estratégias para influenciar ou persuadir os outros; utilizar pessoas-chave como agentes para atingir seus objetivos; atuar para desenvolver e manter relações comerciais.

- **Independência e autoconfiança:** busca autonomia em relação a normas e procedimentos; manter seus pontos de vista mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores; expressa confiança na sua própria capacidade de complementar uma tarefa difícil ou de enfrentar desafios.

COMO SABER O MEU PERFIL EMPREENDEDOR?

A Endeavor Brasil, uma instituição que é vanguarda em apoio a empreendedores, após um estudo sobre os empreendedores brasileiros, identificou 6 tipos distintos: nato, meu jeito, situacionista, em busca do milhão, herdeiro e o idealista. Para facilitar a busca de quem não faz ideia de qual seja o seu perfil, a Endeavor Brasil disponibilizou um quiz para ajudar a responder essa pergunta.

Acesse e participe: <http://quiz.endeavor.org.br/perfilempreendedor/>

- **EMPRETEC:** uma estratégia para desenvolver seu perfil empreendedor A Organização das Nações Unidas - ONU desenvolveu uma metodologia específica para o desenvolvimento de perfil empreendedor e identificação de novos negócios denominada EMPRETEC.

O SEBRAE é a única instituição autorizada a aplicar a metodologia EMPRETEC no Brasil. É uma capacitação com atividades práticas cientificamente fundamentadas e com base nas 10 (dez) características comportamentais do(a) empreendedor(a).

- Quer saber mais e fazer EMPRETEC?

Localize, entre em contato com a unidade do SEBRAE mais próxima de você e inscreva-se para a seleção. Acesse <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Contato> ou ligue no 0800 570 0800.



CAPÍTULO 2

COMO ABRIR UM EMPREENDIMENTO?

Anderson Ricardo Silvestro

DOI: 10.46898/rfb.9786558891864.2

MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL - MEI

A Lei Complementar nº 128/2008 foi a responsável por criar a possibilidade do trabalhador informal se legalizar e passar a ter benefícios. Trata-se de um empresário individual e sem sócios, que desempenha uma das 466 atividades permitidas pela legislação em 2021. Podendo ter até 16 atividades diferentes cadastradas em seu CNPJ MEI, uma como principal e as demais com atividades secundárias.

O MEI é uma categoria de trabalho que está inserido no regime tributário Simples Nacional, com limite de faturamento anual de R\$81 mil em 2021. Ultrapassado o teto anual é preciso mudar para outro regime tributário, mais oneroso para o empreendedor.

Devido à sua baixa burocracia e carga tributária, essa categoria é a forma mais utilizada para empreender no Brasil.

Vale ressaltar que todos os anos, o valor da contribuição do MEI tem um aumento, pois a maior parte paga é referente ao INSS - Instituto Nacional do Seguro Social, que representa 5% do salário mínimo. Neste ano de 2021, o salário mínimo está em R\$1.100,00.

Com o reajuste do salário mínimo, o valor da contribuição mensal do MEI para o INSS em 2021 passou a ser de R\$55,00. Confira abaixo os valores pagos pelo MEI em 2021:

- R\$56,00 para Comércio ou Indústria (R\$55,00 de INSS + R\$1,00 de ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços));
- R\$60,00 para Prestação de Serviços (R\$55,00 de INSS + R\$5,00 de ISS (Imposto sobre Serviços de quaisquer natureza));
- R\$61,00 para Comércio e Serviços (R\$55,00 de INSS + R\$1,00 de ICMS + R\$5,00 de ISS).

Para se registrar como MEI:

1º Passo: Conheça todas as regras do MEI e tenha certeza de que cumpre todas, consultando a lei:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm.

2º Passo: Conheça as atividades permitidas para registro como MEI, consultando a lista:

<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/quero-ser-mei/atividades-permitidas>

3º Passo: Conheça as regras a que o seu negócio deve se enquadrar. Consulte a prefeitura.

4º Passo: Reúna seus documentos pessoais: RG, CPF, Comprovante de Endereço da Empresa, Comprovante de Residência, Título de Eleitor, N° das Declarações de Imposto de Renda Pessoa Física – DIRPF dos últimos 2 anos, caso tenha declarado, e Consulta prévia de localização aprovada, caso o município exigir.

5º Passo: Acesse o site abaixo, formalize-se e faça o seu cadastro.
<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>

Emissão de Nota Fiscal Eletrônica - NF-e pelo MEI

O MEI é obrigado a emitir Nota Fiscal eletrônica - NF-e? Veja a resposta: O MEI estará dispensado de emitir nota fiscal para consumidor pessoa física, porém, estará obrigado à emissão quando o destinatário da mercadoria ou serviço for outra empresa, salvo quando esse destinatário emitir nota fiscal de entrada. O MEI não tem a obrigação de emitir a Nota Fiscal Eletrônica – NF-e, mesmo se realizar vendas interestaduais, exceto se desejar e por opção. (§ 1º do artigo 106, da Resolução CGSN nº 140, de 2018).

A partir desta afirmativa, dependerá da atividade exercida pelo MEI, para saber que tipo de nota fiscal emitir. Caso seja um prestador de serviço, deverá procurar a Prefeitura Municipal da cidade ao qual está registrado, para que seja criada uma senha de acesso e receber as primeiras orientações, pois essa emissão ocorre diretamente no portal da Prefeitura. É bem simples.

Agora, se o MEI tiver atividade comercial, tem duas formas de emitir uma NF-e, a primeira é solicitar a emissão de forma presencial junto a Secretaria de Fazenda - SEFAZ, juntamente com os dados do destinatário, do produto e seu cartão CNPJ, essa emissão não gera custo para o contribuinte. Caso encontre dificuldade em se deslocar até a SEFAZ em todas as vendas, poderá fazer o *download* do programa emissão de nota fiscal e gerá-las em sua própria empresa, siga o passo a passo. Fique atento aos prazos de cancelamento das NF-e, para evitar o pagamento de taxas administrativas.

Etapa 1 – Senha de Acesso aos Serviços Fazendários

É necessário que o microprodutor ou o pequeno produtor rural já tenha senha de acesso aos serviços fazendários pelo site da SEFAZ/MT. Caso ainda não tenha a senha de acesso <<https://sac.sefaz.mt.gov.br/citsmart/pages/knowledgeBasePortal/knowledgeBasePortal.load#/knowledge/6805>> para obter as informações de como criá-la.

Etapa 2 – Lançando uma Nota Fiscal Avulsa Eletrônica (NFA-e)

1 - Acesse o site da Sefaz/MT <<http://www.sefaz.mt.gov.br>> e clique no link “Serviços”. No menu seguinte, clique na opção “Contribuinte”. Na tela seguinte do lado esquerdo, clique em “NF e outros documentos”. Será então solicitado o Tipo de Usuário: “Contribuinte MT”; Inscrição Estadual e a senha já cadastrada. Informe também o código da imagem que aparece do lado direito da tela de login. Após a confirmação, o sistema será aberto (tela inicial).

Para acessar o sistema da Nota Fiscal Avulsa Eletrônica - NFA-e clique em: “Menu Principal” (na lateral à esquerda), “Nota Fiscal Avulsa Eletrônica - NFA-e”, “Cadastrar NFA-e”. Em seguida, preencher as abas, CFOP (Código Fiscal da Operação), lembre-se, quando a operação for dentro do Estado, utilize 5101 para “Venda de produção do estabelecimento” ou 5102 “Venda de mercadoria adquirida ou recebida de terceiros”, agora quando for para fora do Estado, substitua o número “5”, pelo número “6”, dos CFOP mencionados anteriormente. Preencha logo após as abas de “Remetente” e de “Destinatário” conforme os dados do cartão de CNPJ de ambas as empresas.

Na aba transporte, informe a forma como está sendo entregue o produto e em seguida localize ou cadastre o produto que está sendo vendido. Importante destacar que, no campo de informações complementares, deverá descrever que a empresa é microempreendedor individual e não gera direito a créditos fiscais.

Ao clicar em “Incluir” é apresentada a tela de sucesso no lançamento. Então, clique em “Gerenciar NFA-e”. Na tela de Gerenciamento da NFA-e é possível navegar por todos os dados da NFA-e e fazer o cancelamento em até 2 horas após a emissão. Passado este prazo, apenas será possível cancelar através de processo eletrônico e mediante pagamento de taxa.

Para imprimir o DANFE, clique em “Gerar DANFE”. Será feito o *download* do arquivo PDF e a nota fiscal estará pronta para impressão. Não se esqueça de imprimir em pelo menos 2 vias, uma para acompanhar o trânsito e outra para arquivar.

MICRO EMPRESA - ME

Conforme as definições de microempresa estabelecidas pelo Art. 3º da LC nº 123/2006 estabelece que o empreendimento que tem receita bruta anual inferior ou igual a R\$360 mil.

Para formalização é necessário optar por uma das formas de tributação (Simples Nacional, Lucro Real ou Lucro Presumido) e realizar o registro em uma Junta Comercial.

Nessa modalidade, não há restrições para o desempenho de serviços, no entanto, é importante ter o controle do faturamento a partir do registro correto do fluxo de caixa (que deve ser realizado em toda empresa). Se o lucro ultrapassar o limite para ME, o contrato social deve ser revisto, alterando também o regime tributário do empreendimento.

EMPRESA DE PEQUENO PORTE (EPP)

No mesmo Art. 3º da LC nº 123/2006, retrata que o negócio com limite de faturamento anual de R\$3,6 milhões podem ser enquadrados como EPP. Da mesma forma que a ME, o titular de uma Empresa de Pequeno Porte deve formalizar o negócio em uma Junta Comercial, optando por um dos regimes tributários (Simples Nacional, Lucro Real ou Lucro Presumido).

Para se registrar como uma microempresa ou empresa de pequeno porte:

Fase 1: Obtenção do Número de Identificação do Registro de Empresa - NIRE

1º Passo: Verificar a viabilidade do negócio e do nome da empresa.

2º Passo: Elaborar o Contrato Social ou Estatuto, que, por exigência legal, deve ser assinado por um advogado.

Contrato Social ou Estatuto é o principal documento para o registro de uma empresa, nele deve constar o interesse das partes (em caso de sociedade), o objetivo da empresa e como funcionará a sociedade, inclusive a integralização de cotas.

3º Passo: Reunir 03 (três) vias do Contrato Social ou Estatuto (requer assinatura de advogado) + 01 (uma) cópia autenticada do RG e do CPF das partes envolvidas (titular e sócios) + 01 (uma) via do Requerimento Padrão (obtido na Junta Comercial) + 01 (uma) via da Ficha de Cadastro Nacional - FCN + Comprovantes de

pagamento das taxas através de Documento de Arrecadação de Receitas Federais - DARF, conforme orientação da JUCEMAT <<http://www.jucemat.mt.gov.br/>>.

4º Passo: Entregar a documentação reunida na Junta Comercial para obter o NIRE (etiqueta ou carimbo com o número de registro da empresa).

Fase 2: Obtenção do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ

1º Passo: Obter o NIRE executando a fase 1.

2º Passo: Acessar o site da Receita Federal para fazer download do aplicativo Coleta Web CNPJ em <<https://receita.economia.gov.br/orientacao/tributaria/cadastros/cadastro-nacional-de-pessoas-juridicas-cnpj/solicitacao-de-atos-perante-o-cnpj-por-meio-da-internet/inscricao-de-primeiro-estabelecimento-matriz>>.

3º Passo: Acessar o aplicativo Coleta Web CNPJ e preencher a Ficha Cadastral da Pessoa Jurídica - FCPJ, o Quadro de Sócios e Administradores - QSA e Ficha Específica, se necessário.

4º Passo: Clicar em 'Finalizar Preenchimento' e imprimir uma via do Recibo de Entrega.

5º Passo: Utilizar o número do Recibo de Entrega para consultar situação da solicitação de CNPJ em <<http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/CNPJ/fcpj/consulta.asp>>

O sistema fará uma pesquisa prévia de pendências.

6º Passo: Resolver as pendências, se houver, imprimir o Documento Base de Entrada no CNPJ - DBE e assiná-lo.

7º Passo: Reunir DBE ou protocolo de transmissão + Quadro de Sócios e Administradores - QSA + Cópia autenticada do documento de identificação + Cópia autenticada do ato constitutivo da empresa (contrato social ou estatuto, entre outros, obedecendo o constante no Anexo VIII da IN RFB 1.634 de 06/05/2016 devidamente registrada na Junta Comercial + Cópia autenticada da Declaração de Enquadramento, no caso de inscrição de Microempresa - ME e Empresa de Pequeno Porte - EPP.

8º Passo: Entregar a documentação reunida na unidade mais próxima da Receita Federal do Brasil - RFB.

9º Passo: Montar, instalar, equipar, obter alvarás e divulgar a empresa na região em que será inaugurada.

10º Passo: Inaugurar e iniciar as atividades.

SIMPLES NACIONAL

O Simples Nacional - Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas - ME e Empresas de Pequeno Porte - EPP, foi criado pela Lei nº 123/2006 pelo Governo Federal, facilitando a tributação de pequenas e médias empresas, tanto para a Receita Federal, quanto para os empresários, pois os 8 tipos de tributos são recolhidos em uma única guia, chamada Documento Arrecadação do Simplificada - DAS.

Para se cadastrar no Simples Nacional, é preciso conhecer as principais obrigações exigidas para optar pelo regime <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>>:

- 1 Procure um profissional contábil.
- 2 Verificar se a sua atividade é permitida neste enquadramento, para isso, consulte o Código Nacional de Atividade Econômica - CNAE.
- 3 Optar por:
 - a) Microempresa - ME (faturamento bruto anual de até R\$360 mil)
 - b) Empresa de Pequeno Porte - EPP (faturamento bruto anual maior que R\$360 mil e inferior a R\$4.8 milhões)
- 4 É preciso estar em dia com a Receita Federal.
- 5 Não possuir débitos com INSS.
- 6 Empresa regularmente cadastrada.

Caso a sua empresa não se enquadre no Simples Nacional ou descobriu por meio de planejamento tributário que esta atividade não é vantajosa, você ainda poderá optar por outros 2 tipos de regimes tributários, conforme estabelece a Lei nº 9.430/1996 <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19430compilada.htm>:

- Lucro Real
- Lucro Presumido

Lucro Presumido

No **Lucro Presumido**, sua empresa poderá possuir um faturamento anual de até R\$78 milhões. Este regime, possui uma tributação fixa para os impostos federais e tabelada, diferente do Simples Nacional que a carga tributária vai aumentando conforme faturamento da empresa.

As alíquotas são:

- 15% para o IRPJ - Imposto de Renda Pessoa Jurídica (trimestral sobre a presunção de lucro).
- 9% para a CSLL - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (trimestral sobre a presunção de lucro).
- 0,65% para o PIS - Programa de Integração Social (mensal sobre o faturamento).
- 3% para a COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (mensal sobre o faturamento).

Como o próprio nome sugere, para calcular os impostos do IRPJ e da CSLL, a Receita Federal presume o quanto do faturamento da sua empresa obteve de lucro, obedecendo uma tabela simplificada.

Para o IRPJ, utiliza-se a seguinte tabela para cálculo do Lucro Presumido:

- 1,6% - Revenda de combustíveis;
- 8% - Demais empresas de atividade comercial;
- 16% - Serviço de transporte que não seja de carga;
- 32% - Prestação de serviços em geral, intermediação de negócios e administração, locação ou cessão de bens móveis, imóveis ou direitos.
- E para o CSLL, a seguinte tabela:
- 12% - Para empresas de atividade comercial;
- 32% - Prestação de serviços em geral, intermediação de negócios e administração, locação ou cessão de bens móveis, imóveis ou direitos.

Mais informações em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br>

Lucro Real

A adesão ao Lucro Real torna-se obrigatória quando a empresa possuir faturamento anual superior a R\$78 milhões, bem como as seguintes atividades:

- Setor Financeiro: Incluindo bancos, instituições independentes, cooperativas de crédito, seguro privado, entidades de previdência aberta e sociedades de crédito imobiliário.
- Empresas que obtiveram lucros e fluxo de capital com origem estrangeira.
- *Factoring*: Empresas que exploram atividades de compras de direitos de crédito como resultado de vendas mercantis a prazo ou de prestação de serviços.
- Empresas com benefícios fiscais como a redução ou isenção de seus impostos

Da mesma forma como Lucro Presumido, o Lucro Real também possui alíquotas fixas, porém os cálculos são feitos sobre o real lucro da empresa, durante o período de apuração, podendo ser de forma trimestral ou anual, por meio dos relatórios contábeis emitidos pelo contador.

Desta forma, o empresário precisa ter cuidado em seu gerenciamento financeiro e no controle do fluxo de caixa, para que todos os documentos fiscais estejam registrados nos relatórios contábeis, antes do momento de apuração dos impostos.

Alíquotas para cálculos do Lucro Real são:

- 15% para o IRPJ - Imposto de Renda Pessoa Jurídica sobre o lucro.
- 9% para a CSLL - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido sobre o lucro.
- 1,65% para o PIS - Programa de Integração Social (mensal sobre o faturamento, podendo aproveitar créditos de mesma alíquota sobre os custos da empresa).
- 7,6% para a COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (mensal sobre o faturamento, podendo aproveitar créditos de mesma alíquota sobre os custos da empresa).

Os benefícios de se enquadrar no Lucro Real, caso opte por este regime, está desde uma tributação justa, pois todos os impostos pagos, são resultados dos do-

cumentos fiscais apresentados pela empresa dentro do período de apuração, tendo abertura para obtenção de créditos do PIS e da COFINS.

Poder calcular o IRPJ e a CSLL de forma trimestral ou até mesmo passar por este processo apenas uma vez, de forma anual, como também, se a empresa apresentar resultados negativos no seu período de apuração, a mesma estará desobrigada de pagar estes dois impostos que são incidentes apenas sobre o lucro.

Mais informações em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br>

FRANQUIA EMPRESARIAL

São negócios que envolvem direitos de propriedade intelectual e prestação de serviços com características particulares, regulados pela Lei nº 13.966/2019, geralmente baseados em princípios de cooperação e coordenação, compartilhamento de custos, além do compromisso com modelos e padrões que configuram a identidade necessária à organização de uma rede.

Para se aderir a uma franquia empresarial, é necessário que haja um contrato de franquia empresarial estabelecendo os termos da relação entre franqueados e franqueadores.

Franqueados são aqueles que aderem a um sistema de franquias e são responsáveis pelas operações e exploração do negócio em território previamente definido.

Franqueadores são os detentores dos ativos de propriedade intelectual – como marcas, patentes e desenhos industriais – que são empregados pelos franqueados para exploração do negócio. São responsáveis também pelo fornecimento de tecnologia e prestação dos serviços de apoio necessários ao sucesso dos negócios.

Exemplo mato-grossense de franquia: Nevaska sorvete artesanal, BLM;

Exemplos de franquias nacionais: Chiquinho sorvetes, Panelinhas do Brasil, Bob's, Habib's <<http://institucional.habibs.com.br>>, Giraffas <<http://www.giraffas.com.br/sobre>>, Espaço laser, Cacau Show, Copenhagen, Chocolates Brasil Cacau, O Boticário, Detroit Steak house, Divino Fogão, China In Box, Malwee, Highstil.

Exemplos de franquias internacionais: Subway, McDonald's, Burger King.

Passo a passo para investir em uma franquia:

1º Passo: Pesquisar e muito sobre franquia, o segmento que deseja investir, conversar com quem atua como franqueado, realizar um estudo financeiro e de viabilidade, pois o investimento inicial tem que entrar nas suas possibilidades.

2º Passo: Estudar a empresa franqueadora que se pretende investir em detalhes como: investimentos necessários, royalties, taxas, capital de giro, prazo de retorno do investimento inicial e simular resultados.

3º Passo: Entrar em contato com a empresa franqueadora, manifestando interesse.

4º Passo: Participar da reunião de apresentação da franquia em que o franqueador detalha os processos da franquia e esclarece possíveis dúvidas.

5º Passo: Participar do processo de seleção da franquia, em geral franqueadores realizam entrevista, alguns treinamentos e aferem conhecimentos práticos sobre a franquia.

6º Passo: Técnicos da franqueadora realizam um estudo do local em que você pretende abrir a franquia, o que envolve quantitativo necessário de clientes, além de uma estimativa real de faturamento.

7º Passo: Participar de treinamento prático com acompanhamento de um representante regional da franqueadora na sua unidade, simulando situações reais de atendimento da sua franquia.

8º Passo: Assinatura do contrato de franquia e receber a Circular de Oferta de Franquia – COF, documento que apresenta uma cópia do contrato de franquia, o histórico da marca, detalhes técnicos do negócio como número de franqueados, valores referentes a taxas de franquia, de royalties, fundo de propaganda, média de investimento, faturamento médio das unidades, balanço anual, entre outros dados.

9º Passo: Montar, instalar, equipar, obter alvarás e divulgar a franquia na região em que será inaugurada.

10º Passo: Inaugurar e iniciar as atividades.

ASSOCIAÇÃO

São pessoas jurídicas de direito privado, formado pela união de pessoas que se organizam sem finalidades lucrativas e com objetivos de defesa e promoção dos interesses das pessoas (físicas e/ou jurídicas) que a constituíram, sem interesse de

dividir resultados financeiros entre elas. (Ex.: Associação de feirantes, Associação de Moradores). Toda a renda proveniente de suas atividades deve ser revertida para o cumprimento dos seus objetivos estatutários.

Sua finalidade pode ser altruística – como uma associação beneficente que atende a uma comunidade sem restrições qualificadas – ou não altruística, no sentido em que se restringe a um grupo seletivo e homogêneo de associados.

É importante ressaltar que, embora os fins das associações não sejam de ordem econômica, elas não estão proibidas de realizar atividades geradoras de receita, visto que não há vedação legal ao desempenho de tais atividades, desde que as mesmas se caracterizam como meios para atendimento de seus fins. Por isso, elas não perdem a categoria de associação mesmo que realizem negócios para manter ou aumentar seu patrimônio, desde que não propicie lucro aos associados, dirigentes ou instituidores.

Para tanto, as atividades econômicas desenvolvidas devem estar previstas expressamente em seus estatutos, bem como a intenção de reverter integralmente a receita gerada para a consecução dos seus objetivos sociais.

Passo a passo para se constituir uma associação:

Fase 1: Sensibilização dos possíveis associados

- **Contato inicial:** é importante que as pessoas envolvidas, ou seja, o grupo fundador, tenham o maior número possível de informações sobre o tema (legislação, funcionamento, direitos e deveres dos associados, etc.) e elaborem um plano de ação capaz de viabilizar a ideia. Essas informações devem orientar a escolha das pessoas em seguir ou não com o processo organizativo da associação. Se houver interesse, o grupo deve mobilizar mais pessoas, pois são necessários pelo menos 10 integrantes para organizar uma associação. É interessante organizar uma palestra ou discussão com um especialista no tema ou com pessoas que já fazem parte de alguma associação bem-sucedida.

- **Palestra de sensibilização:** como o nome sugere, o objetivo é sensibilizar as pessoas para o tema, explorando principalmente as responsabilidades individuais e coletivas no processo e a necessidade de se imprimir um caráter empresarial e transparente na gestão da associação. Caso haja concordância em avançar com o trabalho, é fundamental designar os responsáveis por levantar informações sobre a legalização da associação, e outras pessoas que se responsabilizem por estudar a viabilidade econômica e as necessidades de infraestrutura e recursos financeiros.

• **Apresentação dos resultados da etapa anterior:** com base nas informações sobre a documentação e tramitação legal para constituição da associação e, principalmente, no estudo da viabilidade econômica, caso a decisão seja por constituir a associação, passa-se para a fase seguinte.

Fase 2: Constituição

1º Passo: Edital de convocação: Preparar edital de convocação de pessoas interessadas na fundação da entidade, determinando dia, hora e local da assembleia de fundação.

2º Passo: Designar comissão para elaborar o estatuto social da nova entidade, para que o mesmo possa ser discutido e, se possível, aprovado pela assembleia de fundação.

3º Passo: Publicar em jornal de grande circulação o edital de convocação da Assembleia de Fundação com pelo menos 07 (sete) dias de antecedência.

• **Assembleia de Constituição:** é uma etapa formal do processo de legalização. É realizada no ato de constituição da associação, na presença de todos os associados. Nessa Assembleia, será escolhido o nome da associação e a sede. Será discutido, definido e aprovado o Estatuto Social, e também serão eleitos os representantes dos órgãos de direção (Conselho de Administração, Diretoria e Conselho Fiscal). Após essa etapa, deve-se encaminhar a documentação para registro, que é feito no cartório de registro de pessoas jurídicas. Nas cidades maiores, existem cartórios específicos para essa finalidade. Nas menores, é feito no cartório de registro geral.

4º Passo: Registro da Associação em cartório: de acordo com a Lei nº 6.015/73 (artigos 120 e 121), são necessários os seguintes documentos para se registrar uma associação:

- Ata de Fundação;
- Duas vias do Estatuto;
- A relação dos associados fundadores e dos membros da diretoria eleita;
- Ofício encaminhado ao cartório.

Fase 3: Obtenção do Número de Identificação do Registro de Empresa – NIRE

1º Passo: Verificar a viabilidade do negócio e do nome da empresa.

2º Passo: Elaborar o Estatuto, que, por exigência legal, deve ser assinado por um advogado. Contrato Social ou Estatuto é o principal documento para o registro de uma empresa, nele deve constar o interesse das partes (em caso de sociedade), o objetivo da empresa e como funcionará a sociedade, inclusive a integralização de cotas.

3º Passo: Reunir 03 (três) vias do Contrato Social ou Estatuto (requer assinatura de advogado) + 01 (uma) cópia autenticada do RG e do CPF das partes envolvidas (titular e sócios) + 01 (um) via do Requerimento Padrão (obtido na Junta Comercial) + 01 (uma) via da Ficha de Cadastro Nacional - FCN + Comprovantes de pagamento das taxas através de Documento de Arrecadação de Receitas Federais - DARF, conforme orientação da JUCEMAT <<http://www.jucemat.mt.gov.br/>>.

4º Passo: Entregar a documentação reunida na Junta Comercial para obter o NIRE (etiqueta ou carimbo com o número de registro da empresa).

Fase 4: Obtenção do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ

Essa fase tem o objetivo de providenciar o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) junto à Receita Federal. Esse cadastro permitirá à associação realizar transações financeiras, contratos, convênios e contratação de empregados.

1º Passo: Obter o NIRE executando a fase 1.

2º Passo: Acessar o site da receita federal para fazer download do aplicativo Coleta Web CNPJ.

3º Passo: Acessar o aplicativo Coleta Web CNPJ e preencher a Ficha Cadastral da Pessoa Jurídica - FCPJ, o Quadro de Sócios e Administradores - QSA e Ficha Específica, se necessário.

4º Passo: Clicar em 'Finalizar Preenchimento' e imprimir uma via do Recibo de Entrega.

5º Passo: Utilizar o número do Recibo de Entrega para consultar a situação da solicitação de CNPJ <<http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/CNPJ/fcpj/consulta.asp>>

O sistema fará uma pesquisa prévia de pendências.

6º Passo: Resolver as pendências, se houver, imprimir o Documento Base de Entrada no CNPJ - DBE e assiná-lo.

7º Passo: Reunir DBE ou protocolo de transmissão + Quadro de Sócios e Administradores - QSA + Cópia autenticada do documento de identificação + Cópia autenticada do ato constitutivo da empresa (contrato social ou estatuto, entre outros obedecendo o constante no Anexo VIII da IN RFB 1.634 de 06/05/2016) devidamente registrada na Junta Comercial.

8º Passo: Entregar a documentação reunida na unidade mais próxima da Receita Federal do Brasil - RFB.

9º Passo: Montar, instalar, equipar, obter alvarás e divulgar a empresa na região em que será inaugurada.

10º Passo: Inaugurar e iniciar as atividades <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/roteiro-para-criar-uma-associacao,54fe438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>.

COOPERATIVA

Mais que um modelo de negócios, o cooperativismo é uma filosofia de vida que busca transformar o mundo em um lugar mais justo, feliz, equilibrado e com melhores oportunidades para todos. Um caminho que mostra que é possível unir desenvolvimento econômico e desenvolvimento social, produtividade e sustentabilidade, o individual e o coletivo.

Segue passo a passo para se constituir uma cooperativa:

Fase 1: Obtenção do Número de Identificação do Registro de Empresa - NIRE

1º Passo: Identificar em seu conjunto de, no mínimo, 07 pessoas físicas para grupo de produção e de trabalho ou 20 pessoas para outras formas se há atitude solidária, produção e/ou interesse comum do grupo. Para isso, tentem responder às seguintes perguntas:

- a) Nós temos uma necessidade comum?
- b) Como, enquanto grupo, nós podemos sanar essa necessidade?
- c) A cooperativa é a solução mais adequada?
- d) Os interessados estão dispostos a cooperar?

e) Como a cooperativa será administrada? Pelos cooperados ou contratarão pessoal qualificado?

2º Passo: Conhecer os princípios e valores do cooperativismo e se certificar de seguir todos. Para tal localize a unidade do Sistema OCB mais próxima do grupo:

Cooperação: o cooperativismo substitui a relação emprego-salário pela relação trabalho-renda. Em uma cooperativa, o que tem mais valor são as pessoas e quem dita as regras é o grupo. Todos constroem e ganham juntos.

Transformação: ser cooperativista é querer impactar não só a própria realidade, mas também a da comunidade e a do mundo. É espalhar sonhos e mostrar que é possível alcançá-los sem deixar ninguém para trás.

Equilíbrio: ser cooperativista é acreditar que é possível colocar do mesmo lado o que à primeira vista parece ser oposto: o econômico e o social, o individual e o coletivo, a produtividade e a sustentabilidade.

Conforme apresenta o site COONECTA (2020), a história diz que a primeira cooperativa dos tempos modernos foi criada na cidade de Rochdale, na Inglaterra, em 21 de dezembro de 1844. Na ocasião, 28 associados – sendo 27 homens e uma mulher – fundaram a Rochdale Equitable Pioners Society Limited. Estes *Sete princípios do cooperativismo*, são os mesmos desde a criação da primeira cooperativa em 1844.

Adesão livre e voluntária: As cooperativas são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas aptas a utilizar os seus serviços e assumir as responsabilidades como membros, sem discriminação de sexo ou gênero, social, racial, política e religiosa.

Gestão Democrática: As cooperativas são organizações democráticas, controladas pelos seus membros, que participam ativamente na formulação das suas políticas e na tomada de decisões. Os homens e as mulheres, eleitos como representantes dos demais membros, são responsáveis perante estes. Nas cooperativas de primeiro grau, os membros têm igual direito de voto (um membro, um voto); as cooperativas de grau superior são também organizadas de maneira democrática.

Participação Econômica: Os membros contribuem equitativamente para o capital das suas cooperativas e controlam-no democraticamente. Parte desse capital é, normalmente, propriedade comum da cooperativa. Os membros podem receber, habitualmente, havendo condições econômico-financeiras para tanto, uma remuneração

neração sobre o capital integralizado, como condição de sua adesão. Os membros destinam os excedentes a uma ou mais das seguintes finalidades: desenvolvimento da cooperativa, possibilitando a formação de reservas, em parte indivisíveis; retorno aos sócios na proporção de suas transações com as cooperativas e apoio a outras atividades que forem aprovadas pelos associados.

Autonomia e Independência: As cooperativas são organizações autônomas, de ajuda mútua, controladas pelos seus membros. Se firmarem acordos com outras organizações, incluindo instituições públicas, ou recorrerem a capital externo, devem fazê-lo em condições que assegurem o controle democrático pelos seus membros e mantenham a autonomia da cooperativa.

Educação, Formação e Informação: As cooperativas promovem a educação e a formação dos seus membros, dos representantes eleitos e dos trabalhadores, de forma que estes possam contribuir, eficazmente, para o desenvolvimento das suas cooperativas. Informam o público em geral, particularmente os jovens e os líderes de opinião, sobre a natureza e as vantagens da cooperação.

Intercooperação: As cooperativas servem de forma mais eficaz aos seus membros e dão mais força ao movimento cooperativo, trabalhando em conjunto, através das estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais.

Interesse pela Comunidade: As cooperativas trabalham para o desenvolvimento sustentado das suas comunidades através de políticas aprovadas pelos membros.

3º Passo: Elaborar o Plano de Negócios e o Estatuto aprovados pela maioria, assinados e suas páginas sejam rubricadas por todos os fundadores.

4º Passo: Assembleia Geral de Constituição em que se fundará a cooperativa, serão eleitos os dirigentes e o conselho fiscal, definidos prazo de mandato, valor de capital social e redação da ata de constituição que será assinada e terá suas páginas rubricadas por todos os fundadores.

5º Passo: Reunir 04 (quatro) vias do Estatuto (requer assinatura de advogado) e da Ata da Assembleia de Constituição (requer assinatura de advogado) + 01 (uma) cópia autenticada do RG e do CPF do presidente + 01 (uma) via do Requerimento Padrão (obtido na Junta Comercial) + 01 (uma) via da Relação nominativa dos presentes + 01 (uma) cópia do Comprovante de Residência do presidente + 01 (uma) cópia do comprovante do local de funcionamento da instituição + Comprovantes de

pagamento das taxas através de Documento de Arrecadação de Receitas Federais - DARF, conforme orientação da JUCE- MAT <<http://www.jucemat.mt.gov.br/>>.

6º Passo: Entregar a documentação reunida na Junta Comercial para obter o NIRE (etiqueta ou carimbo com o número de registro da empresa).

Fase 2: Obtenção do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ

1º Passo: Reunir Ficha cadastral e Ficha complementar (CNPJ) + Cópia do CPF, RG e comprovante de residência dos diretores + Lista de cooperados.

2º Passo: Acessar o site da Receita Federal para fazer download do aplicativo Coleta Web CNPJ <<https://idg.receita.fazenda.gov.br/orientacao/tributaria/cadastros/cadastro-nacional-de-pessoas-juridicas-cnpj/solicitacao-de-atos-perante-o-cnpj-por-meio-da-internet/inscricao-de-primeiro-estabelecimento-matriz>>.

3º Passo: Acessar o aplicativo Coleta Web CNPJ e preencher a Ficha Cadastral da Pessoa Jurídica - FCPJ, a Lista de cooperados e a Ficha Específica, se necessário.

4º Passo: Clicar em 'Finalizar Preenchimento' e imprimir uma via do Recibo de Entrega.

5º Passo: Utilizar o número do Recibo de Entrega para consultar situação da solicitação de CNPJ em <<http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/CNPJ/fcpj/consulta.asp>>

O sistema fará uma pesquisa prévia de pendências.

6º Passo: Resolver as pendências, se houver, imprimir o Documento Base de Entrada no CNPJ - DBE e assiná-lo.

7º Passo: Reunir DBE ou protocolo de transmissão + Lista de Cooperados + Cópia autenticada do documento de identificação + Cópia autenticada do ato constitutivo da empresa (estatuto e assembleia de constituição, obedecendo o constante no Anexo VIII da IN RFB 1.634 de 06/05/2016) devidamente registrada na Junta Comercial.

8º Passo: Entregar a documentação reunida na unidade mais próxima da Receita Federal do Brasil - RFB.

9º Passo: Registrar a cooperativa na OCB.

10º Passo: Montar, instalar, equipar, obter alvarás e divulgar a franquia na região em que será inaugurada.

11º Passo: Inaugurar e iniciar as atividades.

EMPREENDIMENTO ECONÔMICO SOLIDÁRIO - EES

São organizações coletivas de caráter associativo e suprafamiliares que realizam atividades econômicas permanentes, cujos participantes sejam trabalhadores do meio urbano ou rural e exerçam democraticamente a gestão das atividades e a alocação dos resultados, conforme Decreto nº 7358/2010 e Portaria MTE nº 1780/2014.

Os Empreendimentos Econômicos Solidários – EES podem assumir diferentes formas societárias, desde que sigam os 10 (dez) princípios da economia solidária, fazendo constar em seu ato constitutivo e manifestá-los em suas práticas.

A obtenção de NIRE e CNPJ para EES, se for o caso, seguirá os mesmos passos da instituição de uma cooperativa ou de uma associação. Cabe lembrar que o registro de CNPJ não é obrigatório para se considerar um EES.

Para que o empreendimento seja considerado EES, é necessário que se cadastre no Cadastro Nacional de Empreendimentos Econômicos Solidários – CADSOL. Segue passo a passo para efetuar este cadastro:

1º Passo: Identificar em seu conjunto de, no mínimo, 05 pessoas físicas suprafamiliares se há atitude solidária, produção e/ou interesse comum do grupo, para isso, tentem responder às seguintes perguntas:

a) Nós temos uma necessidade comum?

b) Como, enquanto grupo, nós podemos sanar essa necessidade?

c) Constituir EES é a solução mais adequada?

d) Os interessados estão dispostos a cooperar?

e) Como o EES será administrado? Os integrantes se dispõem a se qualificar e gerir o EES?

2º Passo: Conhecer os princípios da economia solidária e se certificar de seguir todos, para tal localize a entidade de apoio e fomento à economia solidária (Universidades, IFs, Incubadoras, FASE, Cáritas Brasileira, Instituto Marista de Solida-

riedade, CEA, ECO CUT, entre outros) e/ou o Fórum de Economia Solidária mais próxima do grupo.

3º Passo: Acessar o site do CADSOL no menu empreendimento, clicar em consulta de empreendimento para cadastro e pesquise os empreendimentos de seu município <<http://cadsol.mte.gov.br/inter/cadsol/main.seam>>.

4º Passo: Caso encontre o empreendimento no CADSOL, atualize as informações deste. Caso não encontre, clique no ícone 'clique aqui' e cadastre o empreendimento.

5º Passo: O cadastro é enviado para avaliação e parecer da Comissão Estadual ou da Comissão Municipal de Cadastro, Informação e Comércio Justo e Solidário, vinculadas respectivamente ao Conselho Estadual ou ao Conselho Municipal de Economia Solidária, seguida de uma consulta pública.

6º Passo: Se houver pendências ou não conformidades, a comissão entrará em contato com o empreendimento; se tudo estiver correto, o cadastro será aprovado pela comissão.

7º Passo: Emitir, no próprio sistema, a Declaração de Empreendimento Econômico Solidário – DCSOL.

DEZ PRINCÍPIOS DA ECONOMIA SOLIDÁRIA

1 Autogestão: Os trabalhadores não estão mais subordinados a um patrão e tomam suas próprias decisões de forma coletiva e participativa.

2 Democracia: A Economia Solidária age como uma força de transformação estrutural das relações econômicas, democratizando-as, pois o trabalho não fica mais subordinado ao capital.

3 Cooperação em vez de forçar a competição. Convida-se o trabalhador a se unir a trabalhador, empresa a empresa, país a país, acabando com a “guerra sem tréguas” em que todos são inimigos de todos e ganha quem seja mais forte, mais rico e, frequentemente, mais trapaceiro e corruptor ou corrupto.

4 Centralidade do ser humano. As pessoas são o mais importante, não o lucro. A finalidade maior da atividade econômica é garantir a satisfação plena das necessidades de todos e de todas.

5 Valorização da diversidade. Reconhecimento do lugar fundamental da mulher e do feminino e a valorização da diversidade, sem discriminação de crença, cor ou opção sexual.

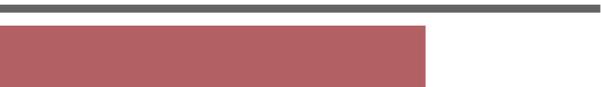
6 Emancipação. A economia solidária emancipa, liberta.

7 Valorização do saber local, da cultura do saber local e da tecnologia popular.

8 Valorização da aprendizagem e da formação permanente.

9 Justiça social na produção, comercialização, consumo, financiamento e desenvolvimento tecnológico, com vistas à promoção do bem viver das coletividades e da justa distribuição da riqueza socialmente produzida, eliminando as desigualdades materiais e difundindo os valores da solidariedade humana.

10 Cuidado com o meio ambiente e responsabilidade com as gerações futuras. Os empreendimentos solidários, além de se preocuparem com a eficiência econômica e os benefícios materiais que produzem, buscam eficiência social, estabelecendo uma relação harmoniosa com a natureza, em função da qualidade de vida, da felicidade, das coletividades e do equilíbrio dos ecossistemas. O desenvolvimento ecologicamente sustentável, socialmente justo e economicamente dinâmico estimula a criação entre os elos do que produzem, os que financiam a produção, os que comercializam os produtos e os que consomem (cadeias produtivas solidárias locais e regionais)





CAPÍTULO 3

ONDE BUSCAR APOIO EMPREENDEDOR?

Joelias Silva Pinto Júnior

DOI: 10.46898/rfb.9786558891864.3

DE ALUNO DO IFMT A EMPREENDEDOR

A pesar da fragilidade do sistema brasileiro de apoio à inovação, da estrutura de apoio formal à elaboração, orientação e acompanhamento de projetos e da estrutura de financiamento, apontadas pela ex-presidente da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores – ANPROTEC, neste manual apresentamos estratégias que foram desenvolvidas na prática brasileira ao longo do tempo e que estão disponíveis.

O ambiente escolar, além de formar indivíduos para o exercício da cidadania (vida em sociedade), deve ser um local de descoberta e aperfeiçoamento de talentos, habilidades e competências, e nem sempre isso ocorre. Entretanto quando acontece, pode vir organizado de algumas formas:

Podemos considerar o componente curricular do empreendedorismo e/ou cooperativismo como experiência empreendedora na escola quando de fato proporciona aos estudantes mais que conhecimentos teóricos: práticas com vivência, estratégias de desenvolvimento de perfil empreendedor, desafios e metas compatíveis com a realidade.

Alguns campi do IFMT já trabalham a temática do empreendedorismo. Recomendamos dialogar com professores, principalmente das áreas de administração, contabilidade e economia para conhecer os aspectos empreendedores do currículo do seu curso. Alguns caminhos que podem ser seguidos para aprender mais sobre empreendedorismo na escola:

- Empresa júnior;
- Pré-incubação de ideia e projetos inovadores;
- Incubação de negócios que tiveram origem em projetos de pesquisa ou extensão;
- Projetos de extensão com empreendedorismo;
- Participação nas atividades propostas pela Ativa e seus núcleos, a exemplo de eventos e incubação de negócios da comunidade externa;
- Estágio com empreendedores;
- Participação em eventos e maratonas de empreendedorismo e inovação;

A Ativa Incubadora de empresas do IFMT tem representações, chamadas de Núcleos em diversos Campi do IFMT. Esses Núcleos têm proposto vários eventos e cursos de capacitação na área do empreendedorismo para os estudantes e servidores. Procure o Núcleo da Ativa ou o setor de extensão e se informe sobre estas ações.

Acesse o site da Ativa e descubra se seu Campus já tem Núcleo <<http://www.ativa.ifmt.edu.br>>.

Pré-Incubação

A Ativa Incubadora oferta atualmente a Pré-Incubação de Ideias e Negócios em todos os Campi do IFMT em que tem um Núcleo representando-a. A Pré-Incubação da Ativa tem o objetivo de fomentar o empreendedorismo inovador no âmbito do IFMT, promovendo o desenvolvimento de micro e pequenas empresas inovadoras, a partir de projetos propostos pelos estudantes.

A pré-incubação consiste de capacitações e mentorias, de forma que os empreendedores conseguem definir claramente o tripé de sustentação do negócio (problema ou necessidade, cliente e solução), elaborando modelagem do negócio e o protótipo, por meio do qual poderá identificar e visualizar o potencial de escalabilidade e reprodução do produto ou serviço. Neste processo, o objetivo é o desenvolvimento e a validação do negócio. Este processo dura no mínimo 2 (dois) meses e no máximo 12 (doze) meses.

O objetivo da pré-incubação na Ativa, em relação ao público interno da instituição, é apoiar futuros empreendedores do meio acadêmico, para que sejam capazes de estabelecer e gerenciar um negócio de sucesso, mas também está fundamentalmente ligada à criação de uma cultura empreendedora nos discentes.

Um dos papéis da incubadora é ser participante do desenvolvimento econômico através da exploração do conhecimento produzido na instituição. A pré-incubação traz a possibilidade de materializar o conhecimento através da transformação de ideias em negócios.

Mesmo que estudantes tenham vontade de empreender suas ideias, poucos assumem o risco, em parte pela falta de conhecimentos e habilidades necessárias para a criação de negócio, o que pode ser suprido após participarem do processo de pré-incubação.

Além disso, a pré-incubação também pode ser o caminho para a incubação, que garante uma maior ligação do Instituto com a empresa criada, trazendo re-

sultados para os alunos, que agora se veem como empreendedores reais. O desenvolvimento econômico da região também acontece, já que conta agora com novas soluções propostas por uma empresa inovadora em seu ecossistema.

A pré-incubação também deve ser realizada para ideias e negócios da comunidade externa, estimulando e difundindo o empreendedorismo e a inovação na comunidade.

Há uma etapa posterior à Pré-Incubação, que é a Incubação. Ela é discutida a seguir e destina-se tanto para apoiar os estudantes que terminaram a pré-incubação e querem apoio para colocar suas empresas para comercializar no mercado, quanto para empresas que já estejam atuando mas precisem de auxílio para resolver problemas e vulnerabilidades técnicas e/ou de gestão.

Empresa Júnior – Programa IFMT JÚNIOR

Entidade organizada nos termos da Lei nº 13.267/2016, na forma de associação civil gerida por estudantes matriculados em cursos de graduação de instituições de ensino superior, com o propósito de realizar projetos e serviços que contribuam para o desenvolvimento acadêmico e profissional dos associados, capacitando-os para o mercado de trabalho.

Algumas regras importantes:

- a) Tem que fazer parte do currículo de algum curso superior da instituição.
- b) A participação é restrita a estudantes de cursos superiores a que a empresa júnior está vinculada.
- c) Os estudantes participantes prestam trabalho voluntário nos termos da Lei nº 9.608/98.
- d) A empresa júnior deve ser orientada por um professor ou profissional especializado.

O Regulamento do Programa de Empresas Júniores do IFMT pode ser encontrado no site da Pró-Reitoria de Extensão <proex.ifmt.edu.br> do IFMT ou no site da Ativa Incubadora de Empresas <ativa.ifmt.edu.br>.

ECOSSISTEMAS DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

Existem diversos espaços hoje que estão preparados para acolher os empreendedores e apoiar o surgimento de novas empresas e consolidar negócios. Estes ambientes, quando tratados em seu coletivo, são chamados por ecossistema, e podem se caracterizar de forma diferente dependendo do seu foco ou esfera de atuação, mas têm em comum a influência pela inovação, empreendedorismo e mecanismos regulatórios.

Os ambientes mais comuns presentes no ecossistema brasileiro hoje são as incubadoras, as aceleradoras e os parques tecnológicos. Todos eles, com diferentes formatos e níveis de complexidades, costumam fornecer assessorias, consultorias, mentorias, formações, qualificações e trocas de experiências a empreendedores e empresas. Isto é de grande importância, visto a quantidade de empresas que não conseguem se manter no mercado por enfrentarem problemas de ordem administrativa ou financeiros. Vamos entender um pouco sobre cada um destes ambientes?

Incubadora de Empresas

De acordo com a Lei nº 13.243/2016, é uma organização ou estrutura que objetiva estimular ou prestar apoio logístico, gerencial e tecnológico ao empreendedorismo inovador e intensivo em conhecimento, com o objetivo de facilitar a criação e o desenvolvimento de empresas que tenham como diferencial a realização de atividades voltadas à inovação.

Existem diversos tipos de incubadoras:

- a) **Base Tecnológica:** abrigam empreendimentos que realizam uso de tecnologias.
- b) **Tradicionais:** dão suporte a empresas de setores tradicionais da economia.
- c) **Mistas:** aceitam tanto empreendimentos de base tecnológica, quanto de setores tradicionais.
- d) **Sociais:** que têm como público-alvo cooperativas e associações populares.

Para ingressar em uma incubadora, a empresa precisa passar por um processo seletivo. As regras de seleção variam de acordo com cada incubadora, mas pode-se dizer que o pré-requisito mais importante é a inovação.

Dez coisas que uma incubadora pode fazer:

- a) Networking;
- b) Assessoria especializada;
- c) Consultoria, formações e qualificações;
- d) Infraestrutura moderna;
- e) Auxílio no planejamento do empreendimento;
- f) Auxílio na participação de feiras e congressos;
- g) Auxílio à internacionalização;
- h) Proximidade à instituições de ensino;
- i) Auxílio na captação de recursos privados;
- j) Auxílio na captação de recursos públicos.

O que é a Ativa Incubadora de Empresas do IFMT?

Ativa Incubadora de Empresas é um Programa vinculado à Pró-reitoria de extensão, criado com o objetivo de promover empreendimentos inovadores, oferecendo suporte a empreendedores para que eles possam desenvolver ideias inovadoras e transformá-las em empreendimentos de sucesso. Para isso, oferece infraestrutura e suporte gerencial, orientando os empreendedores quanto à gestão do negócio e sua competitividade, entre outras questões essenciais ao desenvolvimento de uma empresa.

A Ativa Incubadora de Empresas do Agronegócio nasceu no dia 16/09/2004, pelo Conselho Diretor do até então CEFET - Cuiabá, conforme Resolução N° 04/2004, com o objetivo de prospectar e apoiar projetos e empreendimentos em agronegócios provenientes da comunidade rural e dos seus discentes. Em 28/04/2015, conforme Resolução CONSUP N° 06 de 28/04/2015, a Ativa teve sua gestão inserida nas atividades do Eixo: Empreendedorismo da Pró-reitoria de Extensão, passando a se denominar Ativa Incubadora de Empresas do IFMT, tendo ampliado seus objetivos e potencializando sua atuação.

A Ativa é um ambiente oferecido pelo IFMT para empreendedores tradicionais ou solidários que desejam desenvolver produtos ou serviços inovadores, contando

com apoio técnico, gerencial e tecnológico do Instituto Federal e das instituições parceiras, com finalidade de torná-los empreendimentos inovadores de sucesso e sustentáveis.

Conheça melhor a Ativa Incubadora através do seu Regimento, aprovado pela Resolução nº 84/2017 do CONSUP. Você também pode ler o [artigo de Pinto Júnior et al. \(2021\)](#) para saber um pouco mais sobre o trabalho inovador da Ativa em usar a formação empreendedora oferecida na Incubação para a superação de vulnerabilidades dos empreendimentos atendidos.

Núcleo Incubador da Ativa no Campus

Desde 2017, com o novo regulamento, que a Ativa se constitui no formato de rede. Desta forma, ela possui sua gestão administrativa centralizada na reitoria, em Cuiabá, e tem Núcleos representativos em diversos campi do IFMT, onde acontecem as atividades de apoio ao empreendedorismo. Essa forma de organização descentralizada visa atender com assertividade as especificidades de cada Campus, cidade e território.

Núcleo da Ativa Incubadora em seu Campus

Caso suas dúvidas sobre o universo do empreendedorismo não tenham sido sanadas neste Guia, sugerimos que procure o Núcleo da Ativa Incubadora de empresas do IFMT no seu Campus.

Aceleradoras

São empresas cujo objetivo principal é apoiar e investir no desenvolvimento e rápido crescimento, geralmente de startups (escalável e repetível), ajudando-as a obter novas rodadas de investimento ou a atingir seu ponto de equilíbrio, fase em que elas conseguem pagar suas próprias contas com as receitas do negócio.

Uma aceleradora além de oferecer serviços de apoio e benefícios, ainda pode investir um valor financeiro, chamado de survival money e, em contrapartida, torna-se sócia da startup até o desinvestimento, que é quando sua participação é vendida para investidores ou empresas. Dez coisas que uma aceleradora pode fazer:

- a) Espaços compartilhados de trabalho;
- b) Formação e qualificação;
- c) Método de gestão formal da startup;

- d) Troca de experiências com outros empreendedores e alumni;
- e) Rede de relacionamentos inseridos no mercado;
- f) Mentoria (tecnologia, indústria, empreendedorismo, clientes)
- g) Eventos de exposição e conexão com o ecossistema;
- h) Estruturação societária, governança e apoio jurídico;
- i) Investimento direto e indireto da Aceleradora (Survival money);
- j) Acesso a investidores e apoio a linhas de fomento público e privado.

E agora, incubadora ou aceleradora, qual escolho?

Primeiro vamos entender as diferenças entre as duas, pois assim saberemos qual é melhor para cada tipo de empreendimento:

Entidade Pública x Entidade Privada: a incubadora nasceu em âmbito acadêmico e governamental, as aceleradoras em geral são entidades privadas e, se tem vínculo com alguma entidade, também é com uma entidade privada.

Negócios-alvo de cada uma: a incubadora transforma ciência em negócios, já as aceleradoras procuram negócios mais estabelecidos e que estejam em um estágio mais avançado.

Objetivos: geralmente, a incubadora não visa ao lucro em suas atividades, o que pode conferir um ritmo menos acelerado. A aceleradora investe na startup e espera retorno do investimento, portanto o maior objetivo da aceleradora é sempre o lucro, a cobrança por resultados é muito maior.

Associação e participação na empresa: a incubadora pode ter participação na empresa incubada ou graduada que, no geral, quando ocorre, entretanto, a maioria não tem participação. As aceleradoras possuem entre 5 e 20% de participação na empresa em processo de aceleração.

Captção de Investimento: a incubadora auxilia a empresa no preparo para receber investimentos de outras entidades enquanto as aceleradoras oferecem aporte financeiro. Ambas ajudam a captar investidores.

Modelo de apoio: incubadoras contratam consultores / assessores para acompanhamentos de empresas incubada. Aceleradoras promovem sessões de mentoring, que são palestras ou conversas pessoais entre empreendedor e mentor.

Para saber qual deve escolher, verifique em qual estágio o seu negócio se encontra (ainda é uma ideia ou já é um empreendimento com produto/serviço no mercado? O negócio é escalável e repetível?) e qual a sua real necessidade (o que você pretende com a empresa, ficar só na sua cidade ou se tornar multinacional?).

Parque Tecnológico

Complexo produtivo industrial e de serviços de base científico-tecnológica, planejado, de caráter formal, concentrado e cooperativo, que agrega empresas cuja produção se baseia em pesquisa tecnológica desenvolvida nos centros de P & D vinculados ao parque. Trata-se de um empreendimento promotor da cultura da inovação, da competitividade, do aumento da capacitação empresarial, fundamentado na transferência de conhecimento e tecnologia, com o objetivo de incrementar a produção de riqueza de uma região.

Em Mato Grosso, uma referência é o Parque Tecnológico Mato Grosso, vinculado à Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação – SECITECI, localizado na cidade Várzea Grande, e é um ambiente voltado à criação, desenvolvimento, disponibilização de soluções tecnológicas e atração de empresas inovadoras ao mercado.

Prevê a implantação de um centro de inovação, incubadoras, aceleradoras, centro de pesquisa, edifícios corporativos, estacionamento, parques, lagos, restaurantes e prestadoras de serviço.

Funciona com três parques em um único espaço:

Parque Tecnológico: espaço para o desenvolvimento de inovação pelas empresas; **Parque de serviços:** focado na promoção de serviços para empresas, indústrias e comunidades; e **Parque científico:** espaço para formação e qualificação de pessoas, núcleos de universidade, laboratórios e centros de P&D.

Analisando a capacidade científica e empresarial instalada e as potencialidades do Estado, as áreas de concentração do parque são: agronegócio, biotecnologia, tecnologia de informação e máquinas/equipamentos, geociências e química verde. Saiba mais em: <<http://www.parquetecnologicomt.com.br/>>.

ESPAÇOS DE COWORKING

São ambientes democráticos, de escritório compartilhado, especialmente pensados para o trabalho autônomo, muito networking com pessoas de diversas áreas e toda a estrutura para receber seus clientes com um custo menor do que teria ao alugar uma sala comercial, sem o isolamento do home office ou as distrações de espaços públicos.

Principais serviços que um Espaço de Coworking pode te oferecer: internet, estrutura física, telefonia, impressão, convivência, salas para reunião, escritório virtual, salas privativas, conveniência (motoboy, correios, entre outros) e recepcionistas.

Dez coisas que um coworking pode fazer:

- a) Promover interação com outras startups;
- b) Estimular apoio da comunidade empreendedora;
- c) Facilitar o acesso a investidores;
- d) Facilitar o acesso a conhecimentos;
- e) Oferecer infraestrutura acessível;
- f) Diversidade;
- g) Rede Global;
- h) Flexibilidade;
- i) Praticidade;
- j) Serendipidade.

São inúmeros os espaços de Coworking por todo o mundo e pode haver um próximo de você! Para saber mais, uma das formas de pesquisar é consultando o site Coworking Brasil <<https://coworkingbrasil.org>>.

SEBRAE

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte. O Sebrae oferece formações e in-

formações úteis / fundamentais sobre: Empreendedorismo, Planejamento, Finanças, Mercado e Vendas, Inovação, Cooperação, Leis e Normas, Gestão de Pessoas e Organização voltados às Micro e Pequenas Empresas. Há mais de 40 anos, atua com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios. Saiba mais em: <http://www.sebrae.com.br>.

PROPRIEDADE INTELECTUAL

Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI

O Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI é uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, responsável pelo aperfeiçoamento, pela disseminação e gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia de direitos de propriedade intelectual para a indústria.

É no INPI que todo registro referente à propriedade industrial, sendo alguns de propriedade intelectual, devem ser realizados. Segue os tipos de registros:

- a) Marca;
- b) Patente de Inovação e Patente de Modelo de Utilidade;
- c) Desenho Industrial;
- d) Indicação Geográfica;
- e) Programa de Computador;
- f) Topografia de Circuitos;
- g) Averbação de Contratos de Transferência de Tecnologia.

O INPI ainda divulga informações referentes às inovações tecnológicas constantes em banco de dados de patentes, de estudos setoriais e estatísticas setoriais.

Em resumo, o INPI é o local em que você deve registrar para proteger a inovação tecnológica desenvolvida por você ou pela sua empresa, bem como registrar a transferência de uma tecnologia desenvolvida por uma pessoa para que outra efetue exploração comercial.

Mais informações em: <<http://www.inpi.gov.br>>

Agência de Inovação Tecnológica do IFMT

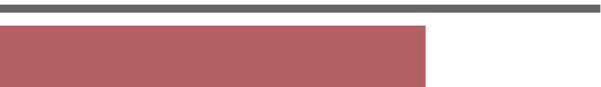
O que é? É o órgão que planeja, coordena, fomenta e acompanha as atividades e a política de Inovação do IFMT, apoiando ações de interação com instituições e empresas interessadas em inovação tecnológica a partir dos avanços de pesquisa do IFMT. Surge da necessidade de gestão da propriedade intelectual, do assessoramento a pesquisadores, inventores independentes e empresas visando incentivar a proteção e a transferência de novas tecnologias em atendimento à Lei 10.973/2014. Está situada na Reitoria, vinculada à Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação (PROPES).

Quando procurar? Deve ser contactada quando você estiver criando algum produto, processo ou serviço inovador, antes mesmo de divulgá-lo à sociedade (seja por meio de artigo, TCC, etc.) e também quando houver empresas públicas ou privadas interessadas em algum serviço que você possui conhecimento know how. Informações em: <<http://inovacao.ifmt.edu.br>>.

Dez coisas que a Agência de Inovação Tecnológica do IFMT pode fazer:

- a) Manutenção da política de estímulo à proteção das criações, licenciamento, inovação e outras formas de transferência de tecnologia no IFMT.
- b) Avaliação dos resultados decorrentes de atividades e projetos de pesquisa do IFMT.
- c) Avaliação de solicitação de inventor independente para adoção de invenção pelo IFMT.
- d) Avaliação da conveniência e promoção da proteção das criações desenvolvidas na instituição.
- e) Avaliação da conveniência de divulgação das criações desenvolvidas na instituição, passíveis de proteção intelectual.
- f) Acompanhamento do processamento dos pedidos e a manutenção dos títulos de propriedade intelectual.
- g) Estudos de prospecção tecnológica e de inteligência competitiva no campo da propriedade intelectual.
- h) Estudos e estratégias para a transferência de inovação gerada pelo IFMT.
- i) Promoção e acompanhamento do relacionamento do IFMT com empresas.

j) Negociação e gestão dos acordos de transferência de tecnologia.





CAPÍTULO 4

MODELANDO MEU NEGÓCIO

Léa Paula Vanessa X. Corrêa de Morais
Elenice dos Reis Santos

DOI: [10.46898/rfb.9786558891864.4](https://doi.org/10.46898/rfb.9786558891864.4)

MODELO DE NEGÓCIOS

Modelo de negócios consiste em um esquema que descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização. Utilizado na fase de criação de uma empresa, o modelo de negócios traz as técnicas e processos que os empreendedores precisarão enfrentar para tirar as suas ideias do papel, como as atividades realizadas, o relacionamento com os clientes, a situação do mercado, os custos e orçamentos, entre outros aspectos.

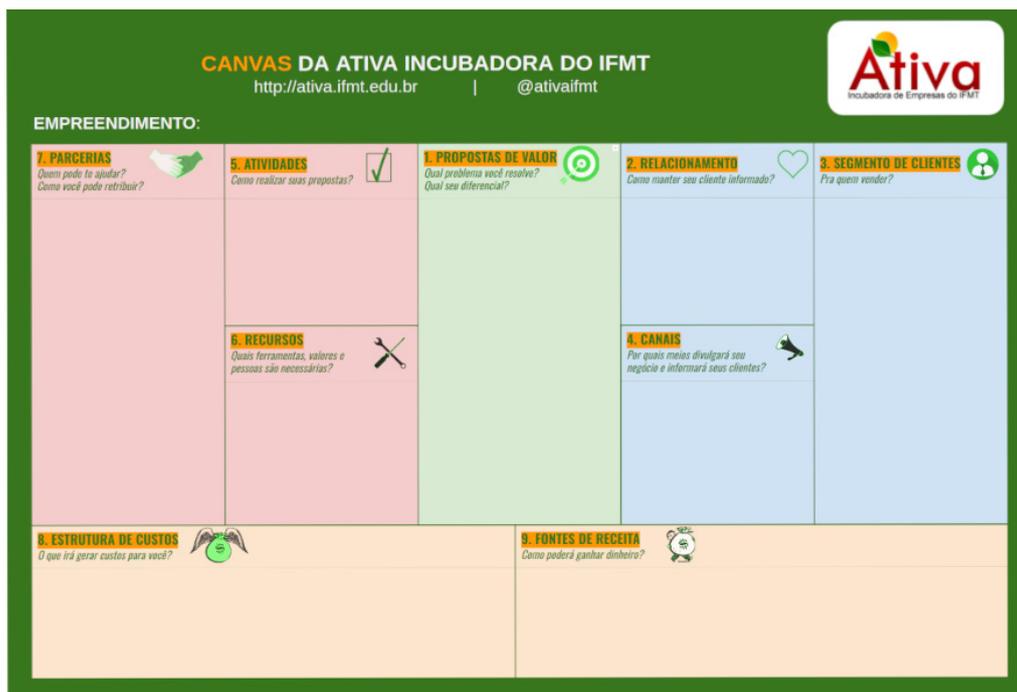
O método Canvas é um modelo de negócios ou business model (em inglês), muito utilizado no mundo empreendedor. Sua estratégia consiste em planejar e desenvolver os valores e as metas de uma empresa, através de um mapa visual formado por nove blocos com tópicos como: segmentação de clientes, custos, recursos e parcerias, fontes de receita, atividades principais, entre outros.

Recomendamos a utilização da metodologia Business Model Generation que utiliza como base o Canvas (quadro, em inglês) do modelo de negócios. Isto porque ele pode ser aplicado aos mais diversos tipos de empreendimentos.

Ok. Eu tenho uma ideia e quero colocar no papel usando a modelagem de negócio.

Vamos começar visualizando o Quadro do Modelo de Negócios Canvas.

Quadro 1 – Business Model Canvas da Ativa Incubadora, adaptado de Osterwalder e Pigneur (2011, p.44) por Joelias Silva Pinto Júnior.



Perceba que o quadro é composto por outros 9 (nove) quadros, cada um com um título específico: **1. Proposta de Valor; 2. Relacionamento; 3. Segmento de Clientes; 4. Canais; 5. Atividades; 6 Recursos; 7. Parcerias; 8. Estrutura de Custos; 9. Fontes de Receita.** Vamos entender o que cada um deles significa, qual a sua utilidade.

1. Proposta de Valor (no centro do quadro):

Fica no bloco central do quadro por representar a essência do empreendimento e a razão dele existir, a proposta de valor descreve o pacote de produtos e/ou serviços que criam valor para um Segmento de Clientes específico, ou seja, é destinada a resposta das perguntas: qual é o produto ou serviço deste negócio? Que valor entregamos ao cliente? Qual problema estamos ajudando a resolver? Que necessidades estamos satisfazendo? Que conjunto de produtos e serviços estamos oferecendo para cada Segmento de Clientes?

Exemplos de Proposta de Valor para um restaurante: comida por quilo a preços baixos, comida natural para saúde, comidas típicas para matar a saudade ou pratos divertidos para crianças.

2. Relacionamento com clientes (à direita do quadro):

Mais um item que fica em bloco à direita do quadro por ser um item ligado à emoção, descreve os tipos de relação que uma empresa estabelece com segmento de cliente específico, sendo motivado por necessidade de: Conquista do cliente ou Retenção do cliente ou Ampliação das Vendas. Ou seja, é destinada a resposta das seguintes perguntas: Que tipo de relacionamento cada um dos segmentos de clientes espera que estabeleçamos com eles? Quais tipos de relacionamentos já estabelecemos? Qual o custo de cada tipo de relacionamento? Como os tipos de relacionamento se integram ao restante do nosso Modelo de Negócios?

Tipo e exemplos de relacionamentos com clientes:

- **Assistência pessoal** - Interação humana, o cliente pode se comunicar com um representante de verdade para obter auxílio durante o processo de venda ou depois que a compra esteja completa, seja por pontos de venda, call center, e-mail, whatsapp, entre outros.

Exemplos de Negócios - Serviços de TV a cabo.

- **Assistência pessoal dedicada** - Dedicção de um representante específico para um cliente individual, é mais profundo e íntimo, normalmente se desenvolve por um longo período de tempo.

Exemplos de Negócios - Banco, que destina gerente específico para alguns clientes.

- **Self-service** - Não há relacionamento direto com os clientes, mas fornece todos os meios necessários para que os clientes se sirvam.

Exemplos de Negócios - Restaurante a quilo.

- **Serviços automatizados** - Mistura de uma forma mais sofisticada de self-service com processos automatizados.

Exemplos de Negócios - Máquinas de venda de refrigerantes e de café.

- **Comunidades** - Envolvimento de clientes em comunidades online para trocar conhecimentos sobre um produto, especialmente sobre problemas que o produto ou serviço resolve, pode servir ainda para o empreendedor compreender melhor um problema ou quem tem um problema cuja proposta de valor pretende solucionar.

Exemplos de Negócios - Clube Nespresso, para compra de máquinas de café e acessórios.

- **Cocriação** - Envolvimento de clientes para criarem produtos ou serviços junto com o negócio.

Exemplos de Negócios - Youtube, produção de uniformes, site de vendas de uniformes esportivos.

3. Segmento de Clientes (à direita do quadro):

Fica em bloco à direita do quadro por ser um item ligado à emoção, em analogia ao cérebro humano, ou seja, deve se relacionar com o que os clientes enxergam, valorizam e como é o relacionamento da organização com os clientes, ou seja, é destinada a resposta das perguntas: Para quem estamos criando valor? Quem são nossos consumidores mais importantes? Eles têm um perfil específico? Como eles estão agrupados? Onde ou Como estão localizados? Há uma necessidade comum?

Tipos de Segmentos

• Mercado de Massa

Não faz distinção entre segmentos de clientes. As propostas de valor, os canais de distribuição e o relacionamento com os clientes estão concentrados em um grupo uniforme de clientes com necessidades e problemas similares.

Exemplos de Negócios - Indústria de Eletroeletrônicos (celulares, por exemplo).

• Nicho de Mercado

Atendem segmentos de clientes bem específicos e especializados. As propostas de valor, os canais de distribuição e o relacionamento com os clientes são construídos de forma a atender às exigências específicas de um nicho de mercado.

Exemplos de Negócios - Loja de material esportivo. Restaurante vegano. Loja de Alimentos sem glúten e/ou sem lactose. Loja de produtos orgânicos ou agroecológicos.

• Segmentado

Faz distinção entre segmentos de clientes com necessidades e problemas sutilmente diferentes.

Exemplos de Negócios - Banco, oferecem produtos específicos para os segmentos de clientes que atendem. Padaria, oferecem tipos específicos de pães e quitutes para os segmentos de clientes que atendem. Loja de cosméticos, higiene e limpeza.

• Diversificada

Faz distinção entre segmentos de clientes com necessidades e problemas bem diferentes. As propostas de valor, os canais de distribuição e o relacionamento com os clientes não são relacionados.

Exemplos de Negócios - Lojas de departamento (cada departamento ou seção atende um segmento de clientes como mulher, homem, criança, praticantes de esportes, amantes de doces, de livros, de música, entre outros). Supermercados.

• Mercados Multilaterais

Faz distinção entre os segmentos de clientes com necessidades e problemas diferentes que se complementam. As propostas de valor, os canais de distribuição e o relacionamento com os clientes são interdependentes.

Exemplos de Negócios - Empresas de cartão de crédito, elas precisam de pessoas que tenham o cartão e de comerciantes que aceitam o cartão. Revistas, elas precisam de assinantes e de anunciantes.

4. Canais (à direita do quadro):

Também fica em bloco à direita do quadro por ser um item ligado à emoção, descreve como o negócio se comunica e alcança seus segmentos de clientes para entregar a, ou uma das, proposta de valor, ou seja, é destinada a resposta das seguintes perguntas: Através de quais canais nossos segmentos de clientes querem ser contatados? Como alcançamos os clientes agora? Como nossos canais se integram? Qual canal funciona melhor? Quais canais apresentam melhor custo-benefício? Como os canais estão integrados à rotina dos clientes?

Tipos e Exemplos de Canais

- Particulares Direto

Equipes de Venda - Venda por catálogo - como Natura, Avon, Jequití, semi-joias, joias.

Vendas na Web - Loja na internet como Americanas, Extra, Janina, SisCos é um sistema online de comercialização de produtos da economia solidária em Alta Floresta, Cirandas.net como o SisCos porém para o Brasil todo.

Lojas Próprias - Lojas dos próprios produtores, Scala, Cacau Show.

- Parceiros Indireto

Lojas Parceiras - Loja que vende produtos de um parceiro, Estante virtual que reúne mais de 1000 sebos, o Booking.com reúne milhares de tipos de hospedagens em muitos locais do Brasil e do mundo para reserva.

Atacado - Lojas de Atacado como Atacadão, Fort Atacadista, fornecedores de grãos, frutas, verduras, entre outros produtos para os atacados, Central de Comercialização da Agricultura Familiar da Baixada Cuiabana.

Lembre-se sempre que cada Canal tem 05 (cinco) fases:

Fases do Canal

- **Conhecimento** - Como aumentamos o conhecimento sobre nossos produtos e serviços?
- **Avaliação** - Como ajudamos os clientes a avaliarem nossos produtos e serviços?
- **Compra** - Como permitimos aos clientes comprarem nossos produtos e serviços?
- **Entrega** - Como entregamos nossos produtos e serviços aos clientes?
- **Pós-venda** - Como fornecemos apoio pós-venda aos clientes?

5. Atividades-chave (à esquerda do quadro)

Segundo item que fica em bloco à esquerda do quadro, por ser um item ligado à razão, descreve as ações mais importantes que uma empresa deve realizar para fazer seu modelo de negócios funcionar. Ou seja, é destinada a resposta das seguintes perguntas: Que atividades-chave nossa proposta de valor requer? E que atividades-chave nossos canais de distribuição requerem? E o Relacionamento com os clientes? E as fontes de receita?

Podemos categorizar as atividades-chave em 3 (três):

Tipos de atividades

- **Produção** - A atividade-chave é o desenvolvimento, fabricação e entrega de produtos.

Exemplos - Confeccção de vestuário, comida.

- **Resolução de Problemas** - A atividade-chave é a busca de novas soluções para problemas de clientes específicos. Exigem atividades como gerenciamento de conhecimento e treinamento contínuo.

Exemplos - Consultoria, hospitais e outras organizações de prestação de serviço.

- **Plataforma/Rede** - A atividade-chave é manter uma plataforma ou rede para seus clientes.

Exemplos - Operadora de cartão de crédito, Microsoft com o sistema operacional Windows.

6. Recursos (à esquerda do quadro)

Primeiro item que fica em bloco à esquerda do quadro, por ser um item ligado à razão, em analogia ao cérebro humano, descreve os recursos mais importantes exigidos para fazer o modelo de negócios funcionar. Ou seja, é destinada a resposta das seguintes perguntas: Que recursos principais nossa proposta de valor requer? E que recursos principais nossos canais de distribuição requerem? E o Relacionamento com os clientes? E as fontes de renda?

Podemos organizar os recursos em 04 (quatro):

Tipos de recursos

- **Físicos** - Fábricas, veículos, edifícios, máquinas, sistemas, pontos de venda e redes de distribuição.
- **Intelectual** - Marcas, Patentes e Registros, Parcerias, Banco de Dados, Conhecimentos Particulares.
- **Humanos** - As pessoas são o recurso principal do negócio, como cientistas e equipe de vendas na indústria farmacêutica, indústrias criativas e de conhecimento.
- **Financeiros** - Alguns modelos de negócio exigem recursos e/ou garantias financeiras, como dinheiro e linhas de crédito ou opção de ações para contratar funcionários cruciais, pode obter com capital próprio, financiamentos, investidores.

7. Parcerias (à esquerda do quadro)

Terceiro item que fica em bloco à esquerda do quadro, por ser um item ligado à razão, descreve a rede de fornecedores e os parceiros que põem o modelo de negócios para funcionar, podemos distingui-los como: alianças estratégicas entre não competidores, parcerias estratégicas entre concorrentes, Joint ventures para desenvolver novos negócios, relação comprador-fornecedor para garantir suprimentos confiáveis. Ou seja, é destinada a resposta das seguintes perguntas: Quem são nossos principais parceiros? Quem são nossos fornecedores principais? Que recursos principais estamos adquirindo dos parceiros? Que atividades-chave os parceiros executam?

Podemos entender os parceiros-chave como:

Tipos de parcerias

- **Melhoria e economia de escala** - Designada para melhorar a alocação de recursos e atividades, geralmente formadas para reduzir custos.

Exemplos - Infraestrutura compartilhada, fornecedor coloca equipamentos (sorveteria), descontos progressivos praticados pelo fornecedor pela quantidade de produtos vendidos.

- **Redução de riscos e incertezas** - Designada para reduzir riscos em ambiente competitivo, incerto. Empresas fazem alianças estratégicas em uma área enquanto competem em outra.

Exemplos - Blu-ray, desenvolvido por um grupo empresas que cooperaram para inserir a tecnologia no mercado mundial enquanto competiam em outra área, contadores, seguradoras, analista de mercado.

- **Aquisição de recursos e atividades particulares** - Estende suas capacidades dependendo de outras firmas para produzir recursos particulares ou executar certas atividades.

Exemplos - Terceirização, produção de partes de um equipamento, costura de roupas, serviços de limpeza, serviços de entrega, locadores.

8. Estrutura de custos (à esquerda do quadro)

Último item que fica em bloco à esquerda do quadro, por ser um item ligado à razão, descreve todos os custos envolvidos na operação do modelo de negócios, ou seja, é destinado a respostas das perguntas: Quais são os custos mais importantes em nosso Modelo de Negócios? Que recursos principais são mais caros? Quais atividades-chave são mais caras?

As estruturas de custos podem se guiar por 2 (duas) coisas:

Direcionamento das Estruturas de Custos

- **Direcionadas pelo Custo**

Concentram-se em minimizar os custos sempre que possível, visa criar e manter a estrutura de custo menor possível. Por exemplo, linhas aéreas econômicas.

- **Direcionadas pelo Valor**

Concentram-se na criação de valor, com propostas de valor de alto nível de personalização, foco em luxo, exclusividade e conforto. Por exemplo, hotéis de luxo com serviços exclusivos e ambientes extravagantes, carros esportivos.

A estrutura de custo não precisa focar apenas em custo ou em valor, é possível encontrar um equilíbrio entre os dois, podendo ainda ter as seguintes características:

Tipos de estruturas

- **Custos Fixos** - Custos que permanecem os mesmos apesar do volume de produtos ou serviços produzidos.

Exemplos - Salários, aluguéis, fábricas

- **Custos Variáveis** - Custos que variam proporcionalmente com o volume de itens ou serviços produzidos.

Exemplos - Festivais de música

- **Economias de escala (grandes clientes)** - Vantagens de custo das quais um negócio tira proveito na medida em que a demanda aumenta.

Exemplos - Confeção industrial de roupas (taxas menores na compra por atacado).

- **Economias de escopo (diversidade de produtos)** - Vantagens de custo das quais um negócio tira proveito devido a um maior escopo de operações.

Exemplos - A atividade de marketing ou canal de comunicação pode dar apoio a múltiplos produtos.

9. Fontes de receitas (à direita do quadro):

Último item que fica em bloco à direita do quadro por ser um item ligado à emoção e representa o dinheiro que uma empresa gera a partir de cada segmento de cliente.

Os custos devem ser subtraídos da renda para gerar o lucro, podendo ser originárias de: Transações de renda resultantes de pagamento único ou Renda recorrente, resultante do pagamento constante, advindo da entrega de uma Proposta de Valor aos clientes ou do suporte pós-compra. Ou seja, é destinada a resposta das seguintes perguntas: Quais valores nossos clientes estão realmente dispostos a pa-

gar? Pelo que eles pagam atualmente? Como pagam? Como prefeririam pagar? O quanto cada fonte de receita contribui para o total da receita?

Formas de gerar fontes de receitas:

- **Venda Direta** - Diretamente do produtor para o cliente, sem intermediários.

Exemplos de negócios - Comércio varejista, E-commerce.

- **Taxa de Uso** - Gerado pelo tempo de uso de um determinado serviço, quanto mais o cliente usa mais paga pelo serviço.

Exemplos de negócios - Telefonia, hotel, locação de automóveis, serviço de entrega de encomendas.

- **Taxa de Assinatura** - Gerada pela venda do acesso a um determinado serviço,

com pagamento periódico para manter acesso contínuo.

Exemplos de negócios - TV a cabo, Netflix, Revistas, Sites de Música.

- **Aluguel/ Leasing** - Semelhante à taxa de uso, dá direito temporário e exclusivo para uso de um determinado produto ou serviço.

Exemplos de negócios - Aluguel de roupas de festa, aluguel de imóveis, aluguel de cadeiras e mesas.

- **Licenciamento** - Dá aos clientes a permissão para utilizar propriedade intelectual protegida, em troca de taxas de licenciamento.

Exemplos de negócios - Licença para uso de programas de computador (Microsoft Word, Excel, Adobe Photoshop, Corel Draw).

- **Taxa de Corretagem/ Comissões** - Ganho pela venda de produtos e serviços de terceiros.

Exemplos de negócios - Operadoras de cartão de crédito, corretores de imóveis.

- **Anúncios** - Taxas para anunciar determinado produto, serviço ou marca.

Exemplos de negócios - Jornais, Revistas, algumas Redes Sociais (Facebook).

Cada fonte de receita pode ter diferentes meios de precificação que podem fazer toda a diferença. Há dois tipos principais de precificação: preço fixo e preço dinâmico, vamos entender melhor:

Mecanismos de Precificação

Preço Fixo (Preços pré definidos baseados em variáveis estáticas)

- **Preço de Lista** - Preços fixos para produtos, serviços ou outras Propostas de Valores individuais.

- **Dependente da característica do produto** - O preço depende do número ou da qualidade das características da Proposta de Valor.

- **Dependente dos Segmentos de Clientes** - O preço depende do tipo e de todas as características dos Segmentos de Clientes.

- **Dependente de volume** - O preço fica em função da quantidade comprada.

Preço Dinâmico (Os preços mudam com base nas condições do mercado)

- **Negociação (barganha)** - Preço negociado entre dois ou mais parceiros, depende do poder e/ou habilidades de negociação.

- **Gerenciamento de Produção** - O preço depende do inventário e do momento da compra (normalmente utilizado para recursos esgotáveis, como quartos de hotel ou assentos de linhas aéreas).

- **Mercado em tempo real** - O preço é estabelecido dinamicamente, com base na oferta e na demanda.

- **Leilões** - Preço determinado pelo resultado de um leilão competitivo.



CAPÍTULO 5

ONDE CONSEGUIR INVESTIMENTO E FINANCIAMENTO?

Joelias Silva Pinto Júnior

DOI: 10.46898/rfb.9786558891864.5

ONDE CONSEGUIR INVESTIMENTOS?

Investimento Anjo

De acordo com a Endeavor (2021), é o investimento efetuado por pessoas físicas, normalmente profissionais ou empresários bem sucedidos, em empresas iniciantes (startups), fornecendo não somente capital financeiro, mas também intelectual, apoiando o empreendedor com sua experiência e conhecimento. Por isso, ficou conhecido como Smart-Money e tem as seguintes características:

- a) É efetuado por profissionais (empresários, executivos e profissionais liberais) experientes, que agregam valor para o empreendedor com seus conhecimentos, experiência e rede de relacionamentos além dos recursos financeiros.
- b) Tem normalmente uma participação minoritária no negócio.
- c) Não tem posição executiva na empresa, mas apoiam o empreendedor atuando como um mentor/conselheiro.

O Investidor Anjo é normalmente um empresário/empreendedor ou executivo que já trilhou uma carreira de sucesso, acumulando recursos suficientes para alocar uma parte (normalmente entre 5% a 10% do seu patrimônio) para investir em novas empresas, bem como aplicar sua experiência apoiando a empresa. Importante observar que diferentemente que muitos imaginam, o Investidor-Anjo normalmente não é detentor de grandes fortunas, pois o investimento-anjo para estes seria muito pequeno para ser administrado.

A Endeavor Brasil traz uma tabela com as características de cada tipo de investimento que citamos aqui, verifique:

Tabela 1 - Características de cada tipo de investimentos

Descrição	Aceleradoras	Investidores	Venture Capital Early Stage	Venture Capital Later Stage	Private Equity
Faixa de Investimento (R\$)	50 mil a 350 mil	10 mil a 1,5 mi	1 mi a 9 mi	7 mi a 30 mi	> 30 mi
Tempo médio de investimento	6 meses	3 a 6 anos	5 a 7 anos	5 a 7 anos	2 a 7 anos
Participação Média	5% a 20%	1% a 10%	20% a 30%	30% a 40%	> 50%
Tempo de vida da Empresa	No papel a meses	1 a 12 meses	3 a 5 anos	3 a 5 anos	mais de 5 anos

Fonte: Adaptado pelos autores a partir de Endeavor Brasil¹

¹ Link: endeavor.org.br/dinheiro/qual-o-melhor-tipo-de-investimento-para-minha-empresa

Seed Capital (Capital Semente)

O capital semente também procura empreendimentos nascentes com clientes e produtos definidos, mas que ainda dependem de investimento para expandir o consumo e se estabelecerem no mercado. Os investidores são pessoas jurídicas.

Venture Capital (Capital de Ventura, Capital de Risco)

Venture capital (VC) é o nome usado para descrever todas as classes de investidores de risco. Mesmo assim, em geral, os futuros de venture capital investem em empresas de médio porte, que já têm um faturamento expressivo, mas que ainda precisam dar um salto de crescimento. Com o investimento, o objetivo é ajudar essas empresas a expandir e alcançar o seu potencial máximo.

Private equity (Capital Privado, Participação privada)

São focados em investir em operações de fusões, vendas de grandes empresas e levar grandes empresas para serem negociadas na bolsa de valores. Mais especificamente, estes fundos buscam empresas de capital aberto ou prestes a abrir seu capital. Geralmente empresas que faturam mais de 100 milhões anualmente.

OK, o que tenho de fazer para conseguir um financiamento desses?

1) Tem certeza disso? Identifique em qual estágio sua empresa se encontra para saber qual o tipo de investimento você buscará e certifique-se de que esta seja realmente a sua vontade / necessidade.

2) Organize sua empresa: Tenha no mínimo o DRE (Demonstração do Resultado do Exercício), Balanço financeiro e o Fluxo de caixa em dia e prontos para apresentar ao investidor;

3) Valuation: Saiba quanto vale a sua empresa, a endeavor tem uma planilha modelo para você calcular o seu valuation: <<https://endeavor.org.br/valuation-como-calculiar-o-valor-da-sua-empresa/>>.

4) Pitch: Elabore a apresentação de sua empresa de forma que fique clara, objetiva, atrativa e convincente.

5) Advogado: Contrate um bom advogado, você precisa saber direitinho onde está se enfiando.

ONDE BUSCAR FINANCIAMENTO?

Financiadora de Estudos e Projetos – FINEP

A Financiadora de Estudos e Projetos é uma entidade governamental, vinculada ao Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovação e Comunicações, cuja visão é transformar o Brasil por meio da inovação.

Promove o desenvolvimento econômico e social do Brasil por meio do fomento público à Ciência, Tecnologia e Inovação em empresas, universidades, institutos tecnológicos e outras instituições públicas ou privadas.

Atuar em toda a cadeia da inovação, com foco em ações estratégicas, estruturantes e de impacto para o desenvolvimento sustentável do Brasil.

Modalidades de Apoio Financeiro:

Reembolsável cujo objetivo é o apoio aos Planos de Investimentos Estratégicos em Inovação das Empresas Brasileiras, destinado às Médias, Médias-Grandes e Grandes Empresas. A solicitação de apoio pode ser feita a qualquer tempo.

Não reembolsável cujo objetivo é o apoio a projetos de desenvolvimento científico e tecnológico, de infraestrutura de pesquisa, bem como de capacitação de recursos humanos executados por instituições científicas e tecnológicas nacionais, públicas ou privadas, sem fins lucrativos. O apoio é concedido mediante aprovação de proposta submetida a Chamadas Públicas da FINEP.

Subvenção econômica cujo objetivo é o apoio à inovação nas empresas, promovendo um significativo aumento das atividades de inovação e o incremento da competitividade das empresas e da economia do País. O apoio é concedido mediante aprovação de proposta submetida a Chamadas Públicas da FINEP.

Operações de Investimento de forma direta e de forma descentralizada em empresas caracterizadas pelo elevado grau de inovação tecnológica, provendo uma fonte adicional ao desenvolvimento de projetos intensivos em tecnologia e o fortalecimento da estrutura de capital de empresas inovadoras. O investimento ocorre após processos públicos competitivos para investimento em fundos de terceiros, análise e aprovação de planos para investimento direto em empresas de negócios e edital de seleção pública para aporte de capital via contrato de opção de compra de ações.

Operações Descentralizadas cujo objetivo é o atendimento às demandas das empresas inovadoras e outras instituições por meio de agentes que operam recursos concedidos pela Finep.

O que pode ser Financiado:

- a) *P&D interno;*
- b) *Aquisição externa de P&D;*
- c) *Aquisição de outros conhecimentos externos;*
- d) *Aquisição de software;*
- e) *Treinamento;*
- f) *Introdução das inovações tecnológicas no mercado;*
- g) *Aquisição de máquinas e equipamentos;*
- h) *Produção pioneira e outras preparações para a produção e distribuição;*
- i) *Fusão e aquisição.*

A FINEP NÃO financia capital de giro.

Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES

O BNDES é o Banco do desenvolvimento do Brasil, instituição de excelência, inovadora e proativa ante os desafios da nossa sociedade. O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, vinculado ao Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão – MPOG, é um dos maiores bancos de desenvolvimento do mundo e, hoje, o principal instrumento do Governo Federal para o financiamento de longo prazo e investimento em todos os segmentos da economia brasileira.

Promove o desenvolvimento sustentável e competitivo da economia brasileira, com geração de emprego e redução das desigualdades sociais e regionais. Para isso, apoia empreendedores de todos os portes, inclusive pessoas físicas, na realização de seus planos de modernização, de expansão e na concretização de novos negócios, tendo sempre em vista o potencial de geração de empregos, renda e de inclusão social para o País.

O que pode ser Financiado:

a) Investimentos para implantação, expansão, modernização e/ou recuperação de empreendimentos, infraestrutura, empresas e instituições públicas e privadas, incluindo estudos, projetos, obras civis, instalações, treinamento, entre outros.

b) Produção ou aquisição de máquinas e equipamentos novos (inclusive veículos utilitários, ônibus, caminhões e aeronaves), de fabricação nacional e credenciados pelo BNDES.

c) Bens novos, insumos, serviços, softwares.

d) Capital de giro.

e) Exportação de bens e serviços nacionais.

f) Aquisição de bens e serviços importados e despesas de internação (através de linhas e condições específicas para esse fim), desde que haja comprovação de inexistência de similar nacional.

- No total são 59 formas de apoio financeiro que o BNDES oferta às Micro, Pequenas e Médias Empresas, confira: BNDES - 59 Formas de Apoio às Micro, Pequenas e Médias Empresas.

O BNDES NÃO financia: Comércio de armas; motéis, saunas e termas; jogos de prognósticos e assemelhados; atividade bancária/financeira; mineração que envolve lavra rudimentar ou garimpo; ações e projetos sociais contemplados com incentivos fiscais; empreendimentos imobiliários; aquisição de terrenos e desapropriações; quaisquer despesas que impliquem remessa de divisas, incluindo taxa de franquia paga no exterior; e aquisição de animais para revenda.

Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial – EMBRAPPII

A Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial é qualificada como uma Organização Social pelo Poder Público Federal desde setembro de 2013. A assinatura do Contrato de Gestão com o Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações – MCTIC ocorreu em 2 de dezembro de 2013, tendo o Ministério da Educação – MEC como instituição interveniente. Os dois órgãos federais repartem igualmente a responsabilidade pelo seu financiamento.

A EMBRAPPII atua por meio da cooperação com instituições de pesquisa científica e tecnológica, públicas ou privadas, tendo como foco as demandas empresariais

e como alvo o compartilhamento de risco na fase pré-competitiva da inovação. Ao compartilhar riscos de projetos com as empresas, tem objetivo de estimular o setor industrial a inovar mais e com maior intensidade tecnológica para, assim, potencializar a força competitiva das empresas tanto no mercado interno como no mercado internacional.

Modelo de Financiamento:

A EMBRAPII aporta, no máximo, 1/3 dos recursos do portfólio dos projetos das Unidades EMBRAPII. Os 2/3 restantes são divididos entre a empresa e o Polo ou Unidade EMBRAPII.

Os recursos da EMBRAPII não são reembolsáveis, a submissão de proposta tem fluxo contínuo.

Ok, o que devo fazer para conseguir um financiamento desses?

1) Tem certeza disso? Identifique em qual estágio sua empresa se encontra para saber qual o tipo de financiamento você buscará e certifique-se de que esta seja realmente a sua vontade / necessidade.

2) Organize sua empresa: Tenha no mínimo o DRE (Demonstração do Resultado do Exercício), Balanço financeiro e o Fluxo de caixa em dia, comprovantes de quitação das obrigações fiscais, tributárias e sociais prontos para apresentar ao órgão financiador.

3) Siga as regras do órgão financiador: Siga as orientações constantes na Política Operacional da FINEP, confira: FINEP - Cartilha de Política Operacional Siga as orientações constantes na cartilha Como o empresário da Micro, Pequena e Média Empresa pode obter recursos do BNDES? Confira: BNDES - Cartilha Como o Empresário da Micro, Pequena e Média Empresa pode obter recursos do BNDES?

Siga as orientações constantes no Portfólio da EMBRAPII no site: <<http://embrapii.org.br>>.

***ATENÇÃO:** Tanto investimento quanto financiamento exigem bom desempenho financeiro do empreendimento beneficiado, pois investidores e financiadores, por vezes de formas distintas, cobrarão o retorno do recurso disponibilizado.*

GLOSSÁRIO

BENCHMARKING

Processo de avaliação de uma empresa em relação à concorrência. É feito através de uma investigação minuciosa, com foco em identificar os diferenciais competitivos e as características dessas empresas, com o intuito de aperfeiçoar os seus próprios métodos e produtos.

BOOTSTRAPPING

Processo no qual o próprio empreendedor financia gastos, ideias, pagamentos e projetos da sua empresa, sem contar com a adição de capital externo de outras instituições.

BREAK-EVEN

Em português, um 'ponto de equilíbrio'. É quando os custos da empresa são iguais às suas receitas. Como tudo que a empresa recebe paga somente as despesas, o lucro (ou resultado do período) acaba sendo 0, nesse caso.

CAPITAL DE GIRO

São os recursos financeiros utilizados para cobrir os custos do dia a dia da empresa e para sustentá-la entre o pagamento de despesas e o recebimento da receita de clientes.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Obter investimentos, o que pode ser feito por meio de empréstimos bancários, agências de fomento, fundos de investimentos ou investidores-anjos.

CLOUD COMPUTING

Cloud computing é o nome em inglês para "computação em nuvem". A expressão se refere ao uso da memória e processamento de servidores e programas de internet seja para armazenar arquivos ou acessá-los de maneira mais prática.

CROWDFUNDING

Obtenção de capital através de financiamento coletivo, em geral de pessoas físicas interessadas na iniciativa. Existem plataformas on-line especializadas nisso.



CROWDSOURCING

Forma de conseguir serviços/ajuda de forma colaborativa para geração de conteúdo, solução de problemas, desenvolvimento de novas tecnologias, geração de fluxo de informação e afins.

CUSTOMER DEVELOPMENT

Empresas iniciantes costumam enfrentar problemas ao definir seu modelo de negócios por terem uma visão errônea sobre o mercado em que atuam. O Customer Development permite que tudo possa ser testado, validado e mudado quando preciso, mesmo que o produto já tenha sido lançado.

DEAL BREAKER

É o fator crucial que impede que uma negociação seja fechada, é o momento da quebra de um acordo e um dos maiores pesadelos dos empreendedores.

DRAG ALONG

Cláusula dos contratos societários que exige que sócios minoritários vendam suas partes das empresas para compradores, caso os majoritários também o façam.

DUE DILIGENCE

É um processo de auditoria feito por investidores, no qual são avaliados todos os setores, modelo de negócios, plano de negócios e até as possíveis irregularidades de uma startup. É uma etapa delicada, geralmente feita por especialistas.

EARLY STAGE

São consideradas empresas em early stage (estágio inicial) as que possuem até três anos de existência.

E-COMMERCE

Nome em inglês para “comércio eletrônico”, o e-commerce é uma palavra importante para empreendedores por ser uma das maneiras mais rentáveis de ter o próprio negócio. Com ele é possível expor e vender os seus produtos por meio de dispositivos móveis e computadores, através de plataformas eletrônicas. São lojas virtuais em que o consumidor pode comprar sem sair de casa.

ECONOMIA CRIATIVA

São atividades nas quais a criatividade e o capital intelectual são a matéria-prima para a criação, produção e distribuição de bens e serviços. O processo de criação é tão importante quanto o produto final, ou seja, uma cadeia produtiva baseada no conhecimento é capaz de produzir riqueza, gerar empregos e distribuir renda.

ELEVATOR PITCH

Apresentação da ideia do negócio em aproximadamente 30 segundos (o tempo que uma pessoa passaria no elevador).

EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO OU INTRAEMPREENDEDORISMO

Significa empreender dentro da organização na qual se trabalha. O intraempreendedor enxerga nos problemas do dia a dia oportunidades de crescimento para a empresa, sendo capaz de inovar sistêmica e constantemente.

EMPREENDEDORISMO SOCIAL

O empreendedor social cria negócios com fins lucrativos, mas que propõem soluções inovadoras para problemas sociais ou ambientais, como educação e saúde. Ele está focado em mobilizar pessoas e trabalhar por uma causa para realizar verdadeiras transformações na sociedade.

ESCALABILIDADE

Capacidade de replicar o produto ou serviço com facilidade atendendo a um grande público ou abrangendo um grande mercado consumidor.

FUNIL DE VENDAS

O funil de vendas é um modelo que permite identificar cada etapa do processo de vendas e criar estratégias próprias para atrair potenciais clientes e transformá-los em consumidores reais.

GOOGLE ANALYTICS

Essa ferramenta do Google é utilizada para acompanhar as visitas e conversões de uma empresa no mundo virtual e especialmente dos seus concorrentes.



GROWTH CAPITAL

É um investimento feito com o intuito de apoiar o crescimento de uma empresa, após ela ter seus produtos e serviços lançados no mercado e já ser conhecida pelos consumidores.

GROWTH HACKING

Um novo conceito de marketing de conteúdo que preza pelo dinamismo, uso da criatividade e gestão tecnológica inovadora para desenvolver marcas, estratégias e, principalmente, melhorar a experiência dos usuários.

HURDLE RATE

O hurdle rate é uma taxa mínima que um investidor espera receber após apostar e financiar um negócio, de acordo com a sua taxa de risco.

KPI

É a sigla correspondente a Key Performance Indicator, ou Indicador de Chave de Desempenho, que mede o desempenho de todos os processos de uma empresa para colaborar com o cumprimento de suas métricas e objetivos para o futuro.

MARKETING DIGITAL

Elemento essencial para qualquer empresa, especialmente as que estão começando. O marketing digital engloba as ações de comunicação e interação on-line de uma empresa com o seu público, seja através do mobile, da internet ou dos meios digitais.

MEETUP

Encontro de integrantes de comunidades de startups e empreendedores de pequenas e médias empresas, para discutir ideias, trocar experiências e aumentar o networking.

MENTOR

É a figura mais importante para empreendedores. Aquele que dá orientações empreendedoras específicas para determinado empreendimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAGGIO, Adelar Francisco. BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1): 25-38, 2014 – ISSN 2359-3539 Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/download/612/522>.

BRASIL. **Dispõe sobre Microempreendedor Individual**. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>. Acesso em 24 de agosto de 2021.

BRASIL. Lei complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006. **Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte – insere o conceito de MEI**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm. Acesso em: 24 agosto. 2021.

BRASIL. Lei complementar nº 128 de 19 de dezembro de 2008. **Altera o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm. Acesso em: 24 agosto. 2021.

BRASIL. Lei complementar nº 155 de 27 de outubro de 2016. **Altera o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte – insere o conceito de empresas de pequeno porte**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp155.htm#art1. Acesso em: 24 agosto. 2021.

BRASIL. Lei complementar nº 13966 de 26 de dezembro de 2019. **Dispõe sobre o sistema de franquia empresarial e revoga a Lei nº 8.955, de 15 de dezembro de 1994 (Lei de Franquia)** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2019-2022/2019/Lei/L13966.htm#art9. Acesso em: 24 agosto. 2021.

BRASIL. Ministério do Trabalho. **Economia Solidária**. Disponível em: <http://trabalho.gov.br/trabalhador-economia-solidaria>. Acesso em: 24 agosto. 2021.

BRASIL. **Ocupações permitidas para cadastramento do Microempreendedor Individual**. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor/quero-ser-mei/atividades-permitidas>>. Acesso em 24 de agosto de 2021.

BRASIL. Lei nº 5.764 de 16 de dezembro de 1971. **Política Nacional do Cooperativismo**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5764.htm. Acesso em: 24 agosto. 2021.

BRASIL. Ministério da Fazenda. **Receita Federal**. Disponível em <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br>. Acesso em 24 de agosto de 2021.

BRASIL. Ministério do Trabalho. **CADSOL**. Disponível em: <http://trabalho.gov.br/trabalhador-economia-solidaria/cadsol>. Acesso em: 16 dez. 2016.

BRASIL. Lei nº 13.267 de 06 de abril de 2016. **Disciplina a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perante**

instituições de ensino superior. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/L13267.htm. Acesso em: 19 dez. 2016.

BRASIL. **Dispõe sobre o serviço voluntário e dá outras providências. Lei nº 9.608 de 18 de fevereiro de 1998.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9608.htm. Acesso em: 19 dez. 2016.

BRASIL. **Dispõe sobre incentivos à inovação e a pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/110.973.htm. Acesso em: 19 dez. 2016.

BRASIL. **Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação e altera a Lei nº 10.973, de 02 de dezembro de 2004, entre outras legislações.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2016/Lei/L13243.htm#art2. Acesso em: 19 dez. 2016.

BRASIL. **Portal do Simples Nacional.** Disponível em <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>. Acesso em: 24 de agosto de 2021.

BRASIL. Resolução nº 140, 22 de maio de 2018. **Dispõe sobre o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples Nacional).** Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?visao=anotado&idAto=92278>. Acesso em: 24 agosto. 2021.

BRASIL. **Inscrição de Primeiro Estabelecimento (Matriz).** Disponível em: <https://idg.receita.fazenda.gov.br/orientacao/tributaria/cadastros/cadastro-nacional-de-pessoas-juridicas-cnpj/solicitacao-de-atosperante-o-cnpj-por-meio-da-internet/inscricao-de-primeiro-estabelecimento-matriz>. Acesso em: 24 agosto. 2021.

BRASIL. Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovação e Comunicações – MCTIC. Financiadora de Estudos e Projetos – FINEP. **Sobre a Finep.** Disponível em: <http://www.finep.gov.br/a-finep-externo/sobre-a-finep>. Acesso em: 20 dez. 2016.

BRASIL. Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovação e Comunicações. Financiadora de Estudos e Projetos – FINEP. **Política Operacional 2016.** Disponível em: http://www.finep.gov.br/images/a-finep/politica-operacional/20_10-2016_POLITICA_OPERACIONAL_2016.pdf. Acesso em: 20 dez. 2016.

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão – MPOG. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES. **Quem somos.** Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/quem-somos/>. Acesso em: 20 dez. 2016.

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES. **O que pode ser financiado.** Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/o-quepode-ser-financiado>. Acesso em: 20 dez. 2016.

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES. **Como o empresário da Micro, Pequena e Média Empresa pode obter recursos do BNDES?** Disponível em: BNDES - Cartilha Como o Empresário da Micro, Pequena e Média Empresa pode obter recursos do BNDES?

BRASIL. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. **Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI.** Página Inicial. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/>. Acesso em: 20 dez. 2016.

BRASIL. **Dispõe sobre os registros públicos, e dá outras providências.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6015compilada.htm. Acesso em 24 de agosto de 2021.

COONECTA. **Princípios do cooperativismo.** Disponível em: <https://coonecta.me/principios-do-cooperativismo/>. Acesso em 24 de agosto de 2021.

COWORKING BRASIL. **O que é Coworking.** Disponível em: <https://coworkingbrasil.org/como-funciona-coworking/>. Acesso em: 19 dez. 2016.

CWK COWORKING. O seu escritório compartilhado. **Os 10 principais serviços que um espaço de coworking pode te oferecer.** Disponível em: <http://cwk.com.br/os-10-principais-servicos-que-um-espaco-de-coworking-pode-te-oferecer/>. Acesso em: 19 dez. 2016.

ENDEAVOR BRASIL. **Venture Capital: o que é e como conseguir.** Disponível em: <https://endeavor.org.br/venture-capital/>. Acesso em: 14 out. 2021.

ENDEAVOR BRASIL. **25 termos que todo empreendedor precisa saber.** Disponível em: <https://endeavor.org.br/semcategoria/25-termos-que-todo-empendedor-precisa-saber>. Acesso em: 14 out. 2021.

IN RFB 1.863 de 28 de dezembro de 2018. **Dispõe sobre o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ).** Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?visao=anotado&idAto=97729#1954228>. Acesso em: 24 agosto. 2021.

MUÑOZ, Estevan. **Associativismo e Cooperativismo: uma estratégia de organização empreendedora e solidária.** Disponível em: <http://conevajr.ufsc.br/files/2014/11/Oficina-8-Cartilha-Associativismo-e-Cooperativismo-Estevan.pdf>. Acesso em: 14 out. 2021.

MUNDOCOOP. **Sete princípios. A teoria na prática.** Disponível em: https://www.mundocoop.com.br/wp-content/uploads/2017/05/epub_miolo-1.pdf. Acesso em 24 de agosto de 2021.

OCB. **O que é Cooperativismo.** Disponível em: <https://www.somoscooperativismo.coop.br/o-que-e-cooperativismo>

Acesso em: 14 out. 2021.

Pinto Júnior, J. S.; Silvestro, A. R.; Schirmer, C. M. E. S. & Mueller, E. R. **Formação versus vulnerabilidades: contribuições da educação empreendedora da Ativa Incubadora do IFMT.** Research, Society and Development, 10, e188101119591. 10.33448/rsd-v10i11.19591. <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/19591>.

REDESIM. **Dispõe sobre acesso e consulta dos dados cadastrais.** Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/CNPJ/fcpj/consulta.asp>. Acesso em: 24 agosto. 2021.

RIBAS, Maria Augusta Sebastiani. **5 Diferenças entre Aceleradoras e Incubadoras.** Disponível em: <http://www.empreendedorismorosa.com.br/5-diferencas-entre-incubadora-e-aceleradora/>. Acesso em: 14 out. 2021.

SAIA DO LUGAR. **Glossário do empreendedorismo: 55 termos que todo empreendedor precisa saber.** Disponível em: <http://saiadolugar.com.br/glossario-do-empreendedorismo/>. Acesso em: 14 out. 2021.

SEBRAE. **Especialistas em Pequenos Negócios. Quem somos.** Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos. Acesso em: 14 out. 2021.

SEBRAE. **Empretec: fortaleça suas habilidades como empreendedor.** Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/empretec-fortaleca-suas-habilidades-como-empreendedor_db3c36627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD. Acesso em: 14 out. 2021.

SEBRAE. **Abertura de Associação.** Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/roteiro-para-criar-uma-associacao_54fe438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD. Acesso em 24 de agosto de 2021.

SEFAZ. **Secretaria de Fazenda do Estado de Mato Grosso.** Disponível em: <https://sac.sefaz.mt.gov.br/citsmart/pages/knowledgeBasePortal/knowledgeBasePortal.load#/knowledge/6805>. Acesso em 24 de agosto de 2021.

THESS, Anderson. **Quer atrair grana para a sua ideia siga esta cartilha.** Disponível em: <http://projetodraft.com/quer-atrair-grana-para-a-sua-ideia-siga-esta-cartilha/>. Acesso em: 14 out. 2021.

KRUPINSKI, Cássio. **Entendendo a Economia Colaborativa e Economia Compartilhada.** Disponível em: <http://consumocolaborativo.cc/entendendo-a-economia-colaborativa-e-economia-compartilhada/>. Acesso em: 14 out. 2021.

YUNUS. **O que são negócios sociais.** Disponível em: <http://www.yunusnegociossociais.com/o-que-so-negcios-sociais>. Acesso em: 14 out. 2021.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Acesso 5, 9, 13, 19, 20, 48, 49, 63, 79
Associação 28
Atividades 13, 16, 18, 19, 23, 25, 27, 28, 31, 33,
35, 40, 43, 44, 45, 46, 50, 54, 59, 60, 61, 68,
73, 76

B

Brasil 9, 16, 18, 22, 26, 31, 34, 48, 58, 66, 68, 69

C

Clientes 12, 13, 15, 27, 46, 48, 54, 55, 56, 57, 58,
59, 60, 62, 63, 67, 72, 74
Comercial 12, 15, 19, 24, 48, 49
Custos 25, 26, 54, 61, 62, 72

D

Desenvolvimento 13, 16, 31, 33, 37, 40, 41, 42,
43, 44, 45, 47, 48, 59, 68, 69, 73, 77, 80
Disponível 12, 13

E

Economia 13, 14, 36, 76, 79, 80
Empreendedores 16, 40, 41, 42, 43, 44, 46, 54, 69,
73, 75
Empreendedorismo 9, 11, 12, 13, 15, 43, 74
Empreendimentos 35, 40, 80
Empresa 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 30, 31,
34, 36, 41, 42, 43, 44, 46, 47, 49, 54, 55, 59,
62, 66, 67, 71, 72, 74, 75

F

Franquia 26, 27, 35, 70, 76

G

Gestão 32, 49, 69, 70, 77, 78, 80

I

Incubadora 41, 42, 43, 44, 45, 54, 79, 80
Inovação 12, 40, 42, 43, 47, 49, 50, 68, 70, 77, 80
Investimento 27, 45, 46, 66, 67, 68, 69, 71, 74

M

Mercado 12, 49, 57, 64
Modelo 13, 31, 54, 59, 60, 61, 67, 73, 74

N

Nacional 14, 18, 21, 22, 23, 24, 30, 34, 35, 40, 49,
69, 76, 77, 78
Negócio 12, 13, 14, 19, 21, 26, 27, 30, 41, 44, 45,
47, 54, 55, 56, 58, 60, 62, 66, 73, 74, 75
Negócios 10, 13, 33, 41, 46, 54, 55, 56, 57, 58, 61,
79

O

Objetivo 13, 21, 28, 30, 41, 43, 44, 45, 46, 47, 67,
68, 69, 70

P

Processo 12, 20, 26, 27, 28, 29, 41, 43, 46, 49, 50,
55, 73, 74
Produtos 13, 15, 37, 44, 55, 56, 57, 58, 59, 61, 62,
63, 64, 67, 72, 73, 74
Projetos 40, 41, 42, 44, 50, 68, 70, 71, 72

R

Recursos 14, 29, 44, 54, 60, 61, 64, 66, 68, 69, 71,
72, 78

S

Serviços 13, 14, 15, 20, 21, 24, 25, 26, 32, 42, 44,
45, 47, 48, 55, 56, 58, 59, 61, 62, 63, 64, 70,
73, 74, 78
Social 12, 13, 14, 21, 22, 29, 31, 32, 33, 37, 68, 69,
74

T

Tecnologia 12, 26, 37, 46, 47, 49, 50, 51, 61, 68

SOBRE OS AUTORES

Léa Paula V. X. Corrêa de Moraes possui graduação em Agronomia pela Universidade Federal de Mato Grosso (2011) e mestrado em Agricultura Tropical pela Universidade Federal de Mato Grosso (2015). Atua desde 2012 como engenheira agrônoma no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso. Tem experiência na área de extensão como Coordenadora de Extensão no IFMT Campus Campo Novo do Parecis. Atualmente é Gerente da Ativa Incubadora de empresas do IFMT, atuando na área de gestão, empreendedorismo, educação empreendedora e inovação.

Joelias Silva Pinto Júnior é Mestre em Computação pela UFF (2019), Especialista em Novas Tecnologias para Educação (2018) e Bacharel em Informática pelo IFG (2010). Professor do IFMT desde 2015, é Gestor Institucional do Programa de Extensão Teresa de Beguela, na PROEX/IFMT e Gestor do Núcleo Empreendedor Dinâmica da Ativa Incubadora de Empresas do IFMT. Desenvolve pesquisa, ensino e extensão nas áreas de Computação Aplicada e Educação Empreendedora valorizando os conhecimentos transdisciplinares. Atua como educador desde 2007 e como gestor desde 2009.

Elenice dos Reis Santos possui graduação em Farmácia pela Universidade de Cuiabá (2011). Atualmente é conselheira no Conselho Estadual de Economia Solidária de MT, pesquisadora no IFMT, IFB e IFRJ, atua no Apoio a Programas e Projetos de Extensão do IFMT sendo assistente em administração da PROEX/FMT desde 2010. Tem experiência na área de Educação, com Programas e Projetos de Extensão, Relações de Gênero, Incubação de Empreendimentos, Empreendedorismo, Associativismo, Cooperativismo, Economia Solidária, Estágio, Formação Inicial e Continuada, Desporto, atuando principalmente com vistas à análise e melhoria de processos, promoção da igualdade gênero e promoção de desenvolvimento local.

Anderson Ricardo Silvestro é Mestre em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento, pela FUMEC/Belo Horizonte-MG, Pós-graduado em Auditoria e Perícia Contábil pela UNIC-MT é Graduado em Ciências Contábeis pela UNIC-MT. É integrante do grupo de Pesquisa Estratégia, Controle e Desempenho (Ec&D) da UFG, Professor do IFMT e Vice-Gestor do Núcleo Dinâmica da Ativa Incubadora de Empresas do IFMT. Pesquisa Estratégias Competitivas para estes Ambientes, estimulando a disseminação do Conhecimento, Networking e Parcerias entre os envolvidos, com foco em Gestão do Conhecimento, Empreendedorismo e Inovação, como insumo para a Tomada de Decisão.

GUIA EMPREENDER

*Para Estudantes e Empreendedores
Estruturarem Seus Negócios*

Léa Paula Vanessa Xavier Corrêa de Moraes
Joelias Silva Pinto Júnior
Elenice dos Reis Santos
Anderson Ricardo Silvestro

RFB Editora
Home Page: www.rfbeditora.com
Email: adm@rfbeditora.com
WhatsApp: 91 98885-7730
CNPJ: 39.242.488/0001-07
R. dos Mundurucus, 3100, 66040-033, Belém-PA

