



ideias de
negócios

Revisão de textos



EMPREENDEDORISMO

Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Unidade de Gestão de Soluções

Eduardo Curado Matta

Coordenação

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

www.staffart.com.br

Sumário

Apresentação de Negócio	1
Mercado	2
Localização	4
Exigências Legais e Específicas	4
Estrutura	9
Pessoal	10
Equipamentos	12
Matéria Prima/Mercadoria	12
Organização do Processo Produtivo	13
Automação	15
Canais de Distribuição	17
Investimentos	18
Capital de Giro	18
Custos	19
Diversificação/Agregação de Valor	20
Divulgação	21
Informações Fiscais e Tributárias	22
Eventos	24
Entidades em Geral	25
Normas Técnicas	26
Glossário	28
Dicas de Negócio	30
Características Específicas do Empreendedor	30
Bibliografia Complementar	31
Fonte de Recurso	32
Planejamento Financeiro	33
Produtos e Serviços - Sebrae	33

1. Apresentação de Negócio

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

No mundo contemporâneo, é notória a importância da comunicação no dia a dia. É preciso falar e, principalmente, escrever bem.

A comunicação acontece cada vez mais através da internet, e-mail, memorandos e cartas. Um texto bem escrito faz a diferença. O texto, de qualquer área, deve ser conciso, bem estruturado e transmitir de forma clara seu objetivo, ponto de vista ou intenção. Deve ainda apresentar coesão e coerência, elementos formais que lhe dão sentido e forma. A coesão textual é a relação, a ligação entre as palavras, expressões ou frases. Já a coerência está relacionada com a compreensão, a interpretação do que se diz ou se escreve. Além disso, as correções gramaticais e ortográficas contribuem para aprimorar a estrutura textual.

Jornais, revistas, matérias na internet, entre outras publicações, muitas vezes publicam textos desinteressantes e, principalmente, escritos de maneira insatisfatória, levando o leitor a abandonar a leitura logo nos primeiros parágrafos.

Neste cenário, sobressai o papel do revisor de textos, cuja função é revisar o material escrito, com o objetivo de conferir-lhe correção, clareza, concisão e harmonia, agregando valor ao texto, bem como o tornando inteligível ao destinatário? O leitor.

A prestação de serviços de revisão experimenta um aumento de uso significativo, impulsionado pelo incremento do fluxo de informações e pela incapacidade das máquinas de realizarem determinadas tarefas humanas.

Para alcançar um nível de excelência na revisão de textos, o empreendedor terá que investir tempo e esforço em especialização e aumento de produtividade, além de buscar aperfeiçoamento nas tecnologias disponíveis.

Uma empresa de revisão de textos pode trabalhar com textos técnicos, científicos, acadêmicos, jornalísticos, comerciais, tradução de textos e cursos para a formação de revisores de textos.

Serviços envolvidos:

- Revisão ortográfica e gramatical;

- Adequação às normas técnicas;
- Revisão acadêmica ou técnica, realizada por um especialista na área ou objeto do trabalho;
- Formatação ou organização textual;
- Revisão de provas de texto já diagramado em formato de página;
- Revisão de websites.

A empresa de revisão de textos deve contar com uma rede de especialistas das mais variadas áreas, com experiência na função, que possam prestar consultoria técnica, proporcionando rapidez e qualidade ao serviço.

Editoras, gráficas e outras empresas que necessitam dos serviços de revisão de textos, ao contratarem uma empresa especializada garantem os seguintes benefícios:

- Serviços especializados, sob demanda;
- Rapidez e agilidade na entrega, proporcionada pelo foco estratégico da prestadora de serviços e;
- Diminuição dos custos, considerando que o serviço é terceirizado.

Este documento não substitui o plano de negócio. Para elaboração deste plano consulte o SEBRAE mais próximo.

2. Mercado

Mercado Consumidor

Os serviços prestados por um revisor de textos depende, principalmente, da ampliação de seu mercado consumidor: empresas e pessoas. Para melhor qualificar esse mercado, qualquer empresa poderá demandar serviços de um revisor, seja ela uma empresa de comunicação, de serviços industriais ou mesmo restaurantes, que possua localização física ou que preste serviços apenas pela internet. Já em relação as pessoas, estas podem ser os estudantes, que necessitam de revisão em seus trabalhos de conclusão de curso ou profissionais liberais. Em qualquer dos casos, a economia ou a trajetória de crescimento de um país pode influenciar no tamanho do mercado consumidor, ainda mais quando se trata do mercado para empresa de revisão de texto, onde a demanda por serviços aumenta, conforme há aumento do número de empresas que precisa de tais serviços, que por sua vez são impulsionadas pela força da economia. Segundo o relatório do Fórum Econômico Mundial, o Brasil é um dos países que mais avança no quesito competitividade, ficando em 53º lugar no

ano de 2012. Na última década, o Produto Interno Brasileiro (PIB) cresceu a uma média de 3,6% enquanto a média mundial cresceu 2,55%, mostrando que o país vem resistindo às crises internacionais, que exigiram da economia nacional constantes adaptação e respostas rápidas. (Banco Mundial)

O dinamismo da economia brasileira pode ser observado em setores como o editorial, que é muito pequeno quando comparado aos demais, mas que demonstra que há espaço para crescimento, fato que depende de mudanças culturais.

Segundo dados de pesquisa realizada pelo Instituto IBOPE, em 2011, o setor de livros, da qual a revisão de textos faz parte, movimentou cerca de 7,2 bilhões de reais, das quais as classes A e B representam cerca de 73% desse total.

Outro público potencial para o revisor de textos, que também pode ser considerado um canal de comunicação, é a internet e os computadores, que expõem seus textos e comercializam seus produtos, no caso de empresas. Segundo dados da Agência Brasil, os usuários de internet no Brasil já somam 99 milhões no fim de 2011, e o tempo de uso também está crescendo, segundo especialistas. Já no caso do número de estudantes, dados do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), ligado ao Ministério da Educação, apontam para o crescimento do número de alunos entrantes e concluintes nos cursos de graduação, em 2006 ingressaram cerca de 1,4 milhões de alunos enquanto em 2010 esse número passou para 1,5 milhões, um aumento de 9,7%. Já para o número de concluintes, em 2006 o número era de 736 mil alunos e em 2010 passou para 829 mil, um aumento de 12,5%. Tais números demonstram que esse público e potencial cliente do revisor de textos tem ampliado cada vez mais. O mesmo vem ocorrendo com o número de empresas, conforme apontado pelo Cadastro Nacional de Empresas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), na qual em 2006 haviam cerca de 4,3 milhões de empresas e em 2010 o total estava pouco acima de 5,1 milhões, um aumento de cerca de 19%. Toda essa vitalidade econômica contribui para a ampliação do mercado de revisão ortográfica e gramatical de textos.

MERCADO CONCORRENTE

Tendo em vista o crescimento econômico e, por sua vez, a demanda por serviços de revisor de texto, espera-se uma maior concorrência no mercado de revisão textual. Não há, contudo, dados concretos desse mercado. Porém, dados do INEP (2010) apontam que desde de 2006 há uma redução vertiginosa do número de concluintes no curso de bacharelado em letras, um dos profissionais que podem atuar no ramo de revisor de texto. Em 2006, o número de concluintes foi de 6.811 pessoas, enquanto em 2009 o total foi de 2.662, ou seja, uma redução de cerca de 60%.

Apesar de ser um mercado em crescimento, verifica-se que há uma redução de potenciais concorrentes. Assim, sugere-se que há espaço para crescimento do mercado ao mesmo tempo que há baixa concorrência. O importante para o empreendedor é analisar exatamente qual o seu público-alvo e efetuar pesquisas sobre possíveis concorrentes em seu estado ou região. Assim, poderá buscar elementos mais precisos para a tomada de decisão sobre qual público focar. O mais

importante nesse mercado é possuir um bom grupo de profissionais, associados, parceiros ou colaboradores, com bastante conhecimento, qualidade e prazo de entrega, sendo estes os grandes diferenciais em relação aos seus concorrentes.

MERCADO FORNECEDOR

O insumos necessários para a prestação de serviços de revisão de textos são muito simples, sendo o mais importante o conhecimento da pessoa que irá efetuar a revisão textual e itens como computadores e softwares. No primeiro caso, não há problemas de insumo caso o próprio empresário for efetuar a revisão. Já para a opção de se estruturar uma pequena empresa, o futuro empreendedor deverá buscar profissionais qualificados que desejam trabalhar ou para alguém ou em parceria. Nesse sentido, a qualidade do profissional a ser contratado é item fundamental a ser considerado. Outro insumos, como computadores e softwares são facilmente adquiridos no mercado brasileiro e não se apresentam como itens que podem influenciar o negócio em questão.

3. Localização

A localização inadequada é responsável por 8% das empresas que fecharam as portas antes de completarem quatro anos de funcionamento. Especialistas no assunto avaliam que a escolha do ponto adequado responde por até 25% do sucesso de um empreendimento. Considerando-se a natureza da prestação do serviço, é possível dispensar a locação de um ponto comercial e concentrar o negócio na internet, já que a maior parte das vendas é realizada pelo próprio website ou através da troca de arquivos via correio eletrônico.

Neste caso, recomenda-se a estruturação de um escritório na casa do empreendedor, onde possam ser alocados os equipamentos, móveis e insumos necessários ao exercício da atividade. Evitam-se, assim, os gastos fixos decorrentes de um aluguel comercial.

Caso o empreendedor deseje abrir uma empresa de maior porte, esta deverá buscar um local próximo a centros comerciais e de grande concentração de empresas para facilitar a comunicação com clientes. Outro ponto a ser considerado é o valor do aluguel, tendo em vista que boa parte dos trabalhos pode ser negociado e realizado pela internet.

4. Exigências Legais e Específicas

Ao contrário do que alguns possam imaginar, um negócio na internet não é juridicamente diferente de um tradicional, uma vez que também exige a observância de

procedimentos legais, tais como:

Registro da empresa:

O empreendedor que deseja abrir uma empresa deve procurar conhecer as legislações e os procedimentos corretos para tal fim. A legislação específica para a abertura de empresas segue as normas instituídas pelo Departamento Nacional de Registro do Comércio (DNRC), que funciona como órgão nacional destinado à supervisão, orientação, coordenação e normatização, no plano técnico; e supletiva, no plano administrativo, e as Juntas Comerciais (JC) como órgãos de execução e administração dos serviços de registro no Brasil. Em seu site, www.dnrc.gov.br, estão todas as normas, legislações vigentes e endereços e telefones das Juntas Comerciais em todos os Estados e no Distrito Federal.

Para se tornar um empreendedor/empresário, a pessoa deve se atentar aos princípios legais vigentes no Código Civil Brasileiro de 2003, dentre os quais indica que a idade mínima para constituir uma sociedade é de 18 anos e a idade para emancipação varia dos 16 aos 18 anos, desde que não seja impedida legalmente.

Abaixo é apresentado um passo-a-passo genérico para abertura de uma empresa no Brasil:

• 1º passo – Localização

O primeiro passo é definir a localização da empresa para que seja realizada uma consulta prévia de endereço na Administração Municipal para verificar se a atividade pretendida é compatível com a lei de zoneamento da região pretendida, inclusive sobre questões ambientais. O cliente fornece endereço e a atividade para análise da administração. Etapa imprescindível para abertura da empresa. É interessante, no momento da consulta, verificar se o imóvel está regularizado, isto é, se possui HABITE-SE e se os IPTU's estão em dias.

• 2º passo – escolha do tipo de Sociedade Empresária

Conforme o novo Código Civil existem cinco tipos de sociedade que podem ser organizadas no Brasil: Sociedade em Nome Coletivo, Comandita Simples, por Ações, Anônima e Limitada, sem as últimas as mais comuns no Brasil. De todas as apresentadas, a melhor para se constituir uma empresa, de pequeno porte, é Sociedade Limitada, por possuir regimentos mais simplificados e preservar melhor os sócios.

• 3º passo – Nome da Empresa

Toda empresa dever ter um nome. Nesse momento, o empresário escolhe o nome de sua empresa e na Junta Comercial ou no Cartório de Registro de Pessoa Jurídica de seu município efetua uma pesquisa para saber se o nome já está registrado. Essa consulta é realizada em formulário próprio obtido na hora. Há possibilidade de ser realizada pela Internet. Aproveite para verificar no Instituto Nacional de Propriedade

Intelectual se o nome ou marca já estão patenteados.

- **4º passo – Contrato Social e Demais Documentos**

Ainda na Junta Comercial ou Cartório de Registro de Pessoa Jurídica, após a definição do nome da empresa, deverá ser apresentado os seguintes documentos:

- Contrato Social ou Requerimento de Empresário Individual ou Estatuto, em três vias;
- Cópia autenticada do RG e CPF do titular ou dos sócios;
- Requerimento Padrão (Capa da Junta Comercial ou Cartório), em uma via;
- FCN (Ficha de Cadastro Nacional) modelo 1 e 2, em uma via;
- Pagamento de taxas através da DARF.

O Contrato Social é a peça principal na constituição da empresa. Nele são identificados os objetivos da empresa, a composição societária e a forma jurídica de constituição da mesma. São apresentados as legislações, deveres e direitos dos sócios. Conforme Estatuto da Micro e Pequena Empresa (LC 123/2006), não haverá a necessidade da assinatura de um advogado nesse documento. Nos demais casos essa assinatura é obrigatória. Peça auxílio ao seu contador ou advogado. Ao final dessa etapa será emitido o Número de Identificação do Registro da Empresa (NIRE), necessário para cadastramento da empresa junto à Secretaria da Receita Federal, nosso próximo passo.

- **5º passo – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ)**

Com o NIRE em mãos, o empresário deve registrar sua empresa junto à Secretaria da Receita Federal, efetuado exclusivamente pela internet através de programa específico. Os documentos exigidos, apresentados no momento do cadastramento, serão enviados por SEDEX para a Receita Federal. O número do CNPJ será disponibilizado também pela internet. É de extrema importância nessa fase que o empresário defina o porte de seu empreendimento e sua classificação, pois é nessa etapa em que a depender da atividade exercida o contribuinte poderá optar pelo sistema de tributação simplificada, o SIMPLES.

Aproveite para ir a Secretaria da Receita Estadual para verificar quais os tributos sua empresa deverá pagar e efetuar o registro nesse órgão, item obrigatório para os setores do comércio, indústria e serviços de transporte intermunicipal e interestadual, bem como os serviços de comunicação e energia. A inscrição estadual é essencial para a obtenção da inscrição no Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). Há casos em que essa inscrição ocorre em conjunto com o CNPJ. Verifique no site da Receita Federal os órgãos que possuem convênio.

• 6º passo – Alvará de Funcionamento

O alvará de funcionamento, documento obtido junto à prefeitura, ou administração regional ou na Secretaria Municipal da Fazenda de cada município, é o documento final que autoriza o funcionamento da empresa. Na maioria dos casos, os documentos necessários são:

- Formulário próprio da prefeitura;
- Consulta prévia de endereço aprovada;
- Cópia do CNPJ;
- Cópia do Contrato Social;
- Laudo dos órgãos de vistoria, quando necessário.

A depender do tipo de atividade a ser exercida, é necessária que uma vistoria seja realizada no local. Essas vistorias são realizadas por diversos órgãos, tais como: corpo de bombeiro (obrigatória), vigilância sanitária, órgãos ambientais e outros. Veja se sua atividade é passível de licenciamento ambiental no órgão responsável em seu município.

Quando o atendimento é realizado no próprio domicílio, a obtenção do alvará de funcionamento é condicionada a declaração explícita dos vizinhos de que a atividade não traz prejuízos à comunidade, autorizando o funcionamento do estabelecimento.

• 7º passo – Cadastramento na Previdência Social

Após realizar com sucesso as etapas anteriores, o empresário já pode iniciar o seu tão sonhado negócio. Contudo, ainda há a necessidade de realizar o cadastramento da empresa na Previdência Social e de seus sócios em até 30 dias, mesmo que não possuía nenhum funcionário.

• 8º passo – Aparato Fiscal

Para finalizar e iniciar de forma legal o negócio, o empreendedor deverá se dirigir Secretaria de Estado da Fazenda para solicitar a autorização para impressão das notas e dos livros fiscais. A ajuda do contador, nesse momento, é muito importante. Pronto, seu negócio está apto a ser iniciado e com todas as necessidades cumpridas. Observações:

- Não esqueça que a partir desse momento a empresa deverá cumprir outras obrigações de caráter fiscal, tributária, trabalhista, previdenciárias e empresariais;
 - O novo empresário deve consultar o PROCON para adequar seus produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor (LEI Nº 8.078 DE 11.09.1990).
- Registro de domínio para internet:**

Para criar um website é preciso registrar um nome de domínio. Para tanto, consulte o site do Registro de Domínios para a Internet no Brasil – Registro.Br, do Comitê Gestor da Internet no Brasil – CG.

Os procedimentos para registro podem ser efetuados diretamente pelo interessado. Também é possível utilizar serviços de empresa especializada que realiza estes procedimentos.

No site, encontra-se o Contrato para registro de domínio do Registro.Br e a regulamentação vigente, para consulta e download.

Consulte o sistema de pesquisas, para ter certeza de que o nome pretendido não esteja registrado ou se é uma marca registrada no Instituto Nacional de Patentes Industriais. Se o resultado da pesquisa sinalizar "Domínio disponível para registro", significa que o domínio poderá ser registrado. Caso contrário, você terá que registrar outro nome.

Para iniciar a operação no sistema de registro, é necessário se cadastrar no sistema. Para tanto, está disponível o tutorial "Cadastrando-se como usuário do sistema de registro".

Pelas atuais regras, para que o registro de um domínio seja efetivado, são necessários ao menos dois servidores DNS conectados à Internet e já configurados para o domínio que está sendo solicitado. Certifique-se disto através do sistema de verificação.

Para registrar um domínio, é necessário ser uma entidade legalmente representada ou estabelecida no Brasil como pessoa jurídica (com CNPJ) e possuir um contato em território nacional.

Regras sintáticas que um domínio deve seguir:

- Tamanho mínimo de 2 e máximo de 26 caracteres, não incluindo a categoria, por exemplo: no domínio XXXX.COM.BR, esta limitação se refere ao XXXX.
- Caracteres válidos são [A-Z;0-9], o hífen, e os seguintes caracteres acentuados: à, á, â, ã, é, ê, í, ó, ô, õ, ú, ü, ç
- Não pode conter somente números.
- Para fins de registro, estabelece-se uma equivalência na comparação de nomes de domínio. O mapeamento será realizado convertendo-se os caracteres acentuados e o cedilha, respectivamente, para suas versões não acentuadas e o "c", e descartando os hífens. Somente será permitido o registro de um novo domínio quando não houver equivalência a um domínio pré-existente, ou quando o solicitante for a mesma entidade detentora do domínio equivalente. Especificamente para o domínio .NOM.BR é necessário a escolha de 2 nomes, ou

seja: NOME1.NOME2.NOM.BR.

Um nome de domínio não contém www. Ou seja, não peça o registro de www.xyz.com.br, o correto será apenas xyz.com.br.

Para o registro de um domínio existe um valor a ser retribuído, referente à manutenção pelo período de um ano. Atualmente, ele é de R\$ 30,00. As instruções para o pagamento são enviadas no e-mail de confirmação do registro do domínio. O valor é o mesmo para todos os DPNs, sejam para pessoas jurídicas, profissionais liberais ou pessoas físicas.

5. Estrutura

Para o caso de uma empresa de pequeno porte ou na modalidade de Microempreendedor Individual, onde no máximo haverá mais uma pessoa, o interessante é não haver estrutura, pois o profissional irá precisar apenas de um pequeno espaço em sua residência para realizar seus serviços. Se faz necessário também uma agenda e telefone celular para organizar e oferecer seus serviços. Em alguns casos, quando realizar parcerias, o empresário poderá utilizar a estrutura do próprio parceiro, no caso de empresas.

É importante que o espaço localizado na própria residência seja preparado para prestar os serviços. Pense em locais que não possuam distrações para não comprometer o trabalho, garantido, assim, um serviço de qualidade.

Quando se tratar de uma empresa de maior porte, o empresário irá precisar de uma infra-estrutura adequada, dimensionada para a quantidade de atendimentos que espera efetuar. Assim, o tamanho da estrutura física irá variar segundo o interesse e expectativa no que tange ao número de clientes e de trabalhos. Independente do tamanho esperado, quando se tratar de um negócio com espaço físico próprio devem ser garantidos alguns espaços específicos, bem como um mínimo de estrutura física conforme segue descrito abaixo:

- **1. Recepção:** espaço destinado à instalação de mesas para o atendimento inicial aos clientes.
- **2. Banheiros:** espaços para instalação de sanitários unissex para equipe;
- **3. Área de trabalho:** pensar em ambiente aberto, porém silencioso, composto por estações de trabalho para a realização dos serviços contratados;
- **5. Área administrativa:** espaço destinado à instalação da parte de atividades administrativas e financeiras, com a finalidade de processar a operacionalização da gestão completa da empresa de curso de idiomas;
- **6. Almoxarifado:** espaço reservado para guardar materiais que se façam

necessários para a realização das atividades;

Para instalação dos espaços acima, o ideal é que se inicie com uma área mínima de 50 m². É importante que haja espaço para um crescimento futuro das atividades.

Salienta-se que a presença do empreendedor nesse segmento empresarial é fundamental, pois dará credibilidade a esse novo negócio.

Sempre que possível, o empreendedor deve pensar em ambientes onde possam ser aproveitadas, quando couber, luz e ventilação natural, evitando custos desnecessários.

6. Pessoal

O próprio empreendedor, desde que reúna as competências necessárias, pode dispensar uma equipe e oferecer este tipo de serviço.

No entanto, dependendo do volume e especificidade da demanda, será necessária a contratação de uma equipe de revisores, que irão trabalhar com o suporte de um auxiliar administrativo.

De forma ampla, as competências requeridas dos profissionais para o exercício das atividades são:

- Domínio das regras gramaticais e estruturas linguísticas;
 - Capacidade de revisar diferentes modalidades de texto;
 - Capacidade para observar elementos de coerência e de coesão textual;
 - Interpretação e produção de textos;
 - Domínio de língua estrangeira (tradução);
 - Conhecimento das normas específicas para apresentação de livros e publicações periódicas científicas impressas, bem como para a elaboração e apresentação de trabalhos acadêmicos.
 - Conhecimento das recomendações para a World Wide Web, no caso de se tratar de se tratar de uma empresa de revisão de textos pela internet.
- A qualificação dos profissionais aumenta o comprometimento com a empresa, eleva o nível de retenção de colaboradores e melhora a desempenho do negócio. O treinamento dos colaboradores deve desenvolver as seguintes competências:

- Capacidade de percepção para entender e atender as expectativas dos clientes;

- Agilidade e presteza no atendimento;
- Bom conhecimento do setor;
- Capacidade de apresentar e vender os serviços;
- Motivação para crescer juntamente com o negócio.

Autônomos

Uma das principais dúvidas dos empreendedores diz respeito à contratação de pessoas físicas (profissionais autônomos) ou jurídicas (empresas) para prestação de serviços sem vínculo empregatício.

A fim de diminuir os encargos sociais, as empresas buscam a “terceirização”. No entanto, é fundamental estar atento ao tipo de atividade que pode ser terceirizada.

Segundo a jurisprudência trabalhista, não é possível contratar terceiros para realizarem serviços relacionados às atividades que justificaram a criação da empresa. A contratação poderá abranger atividades intermediárias da contratante, desde que não haja relação de emprego entre as partes. Ou seja, a relação entre contratante e autônomo não pode ser como aquela existente entre patrão e empregado, caracterizada pelos elementos de subordinação, habitualidade, horário, pessoalidade e salário.

Vantagens da contratação de serviços de terceiros:

- Mais participação dos dirigentes nas atividades-fim da empresa.
- Concentração dos talentos no negócio principal da empresa.
- Maior facilidade na gestão do pessoal e das tarefas.
- Possibilidade de rescisão do contrato conforme as condições preestabelecidas.
- Controle da atividade terceirizada por conta da própria empresa contratada.

Desvantagens que este tipo de contratação pode acarretar:

- Sofrer autuação do Ministério do Trabalho e ações trabalhistas em caso de inobservância das obrigações mencionadas no item acima.
- Fiscalização dos serviços prestados para verificar se o contrato de prestação de serviços está sendo cumprido integralmente, conforme o combinado.
- Risco de contratação de empresa não qualificada.

Deve-se estar atento para a convenção coletiva do sindicato dos trabalhadores da área, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas,

evitando, assim, conseqüências desagradáveis.

O empreendedor deverá participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor.

O SEBRAE da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados. A entidade oferece palestras, capacitação gerencial, treinamentos, projetos, programas e soluções empresariais, com foco no empreendedorismo, setores estratégicos, políticas públicas, tecnologia e inovação, orientação ao crédito, acesso ao mercado, internacionalização, redes de cooperação e programas de liderança.

7. Equipamentos

Os equipamentos necessários irão variar com o tamanho do volume de trabalho esperado pelo empreendedor. Porém, a atividade a ser realizada é prestação de serviços, onde a necessidade de equipamentos é mínima.

Além dos equipamentos básicos de escritório tais como telefone, fax, impressoras multifuncionais, unidade de armazenamento externo (hard disc externo) e unidades portáteis de memória (pen drives), é preciso ter computadores com uma boa capacidade de armazenamento de dados, além de leitoras e gravadoras de CD-ROM.

Serão necessários softwares de edição de texto, com recursos de revisão integrados, além de acesso a internet com alta velocidade, para o trabalho dos revisores e demais colaboradores.

Recomenda-se a aquisição de obras de referência (dicionários, enciclopédias, entre outras) em suporte eletrônico (CD-ROM).

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho:

Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado.

Obs.: Quanto maior for a freqüência de entregas dos fornecedores, logicamente em

menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

A matéria prima para a produção de textos é a palavra escrita e seus significados.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo de revisão do texto ocorre linha por linha, parágrafo por parágrafo, buscando preservar a forma e o estilo do autor, visando assegurar clareza, coerência e coesão ao texto. A revisão é feita pensando no público-alvo, ou seja, o leitor.

O texto, até chegar a sua versão final, deve ser submetido a diversas fases de revisão. Após a primeira revisão, feita pelo autor, outros profissionais revisam o trabalho para que os eventuais problemas e/ou erros sejam reduzidos ao mínimo. A última fase deverá ser a conferência por parte do autor das interferências do revisor, para verificar se suas intenções e idéias foram corretamente interpretadas.

O processo produtivo para a revisão de textos pode ser dividido nas seguintes etapas, aplicáveis segundo o tipo de texto em questão:

Revisão primária

A primeira revisão aponta incoerências, repetições, uso inadequado da língua e falta de normalização. Vale-se, normalmente, de mecanismos eletrônicos de verificação da ortografia e sintaxe. Em alguns casos inclui a formatação de texto, podendo alterar a organização visual do texto. Visa também, a compatibilização do texto às normas técnicas (ABNT, normas específicas das universidades, entre outras), segundo a finalidade do texto.

Revisão secundária

Verifica a uniformidade e constância temporal e pessoal das formas verbais, vícios de eufonia, linguagem oral ou desconhecimento etimológico, clareza, ordenação sintática e hierarquização das idéias. Verificação dos aspectos linguísticos, conferindo os diferentes aspectos na seguinte ordem:

- erros de digitação, ortografia, pontuação e concordância não detectáveis pelos revisores eletrônicos;
- uniformidade e constância temporal e pessoal;
- vícios decorrentes da linguagem oral ou desconhecimento etimológico;
- vícios de eufonia (cacófatos e outros);
- ordenação sintática e hierarquização das idéias.
- Revisão de provas gráficas
- Revisão do texto já diagramado em formato de página, checando não só erros de português como inconsistências de tipologia, espaços a mais ou a menos, numerações e problemas de paginação.
- **Revisão acadêmica**
 - Requer a interferência de profissional habituado ao jargão universitário, familiarizado com as normas e objetivos do texto científico.
- **Revisão técnica**
 - Requer a interferência crítica de um especialista na área ou objeto do trabalho, agregando ao texto uma opinião externa descomprometida com o conteúdo original e sua produção, representando um importante recurso para os autores.
- **Revisão final**
 - Refere-se à última leitura do texto antes da entrega. Verifica erros e imprecisões remanescentes.

A fim de organizar a rotina de trabalho, favorecendo o treinamento dos profissionais em formação e garantindo a padronização em equipes de trabalho, sugere-se a utilização de uma lista de checagem. Nenhuma lista de checagem é completa ou perfeita, elas se sobrepõem e se complementam.

Checagem objetiva

- Primeira etapa: busca corrigir os erros de textos em versão eletrônica, eliminando os erros recorrentes deste tipo de redação e edição pelo autor.

Segunda etapa: objetiva sanear os erros mais comuns, os que ocorrem em abundância em quase todos os textos, devem ser procurados de forma sistemática ao longo do trabalho. Como por exemplo, o abuso de pronomes e artigos indefinidos, uso inadequado de comparativos, entre outros.

Checagem subjetiva

Compreende aspectos que somente a leitura atenta do texto inteiro pode proporcionar. A seguir, listamos algumas perguntas que podem ser utilizadas como guia de checagem.

- O texto é amigável, incluindo apenas o que o leitor precisa saber?
- O texto apresenta uma tese ou um propósito?
- Os parágrafos se relacionam com a tese ou propósito?
- Os detalhes de cada parágrafo se relacionam com a ideia central?
- Alguns detalhes devem ser movidos para outro parágrafo?
- Há uma frase de conclusão para o parágrafo?
- Há transição entre os parágrafos?
- O verbo concorda sempre com o sujeito?
- A escolha e posição dos pronomes está correta?
- As estruturas de coordenação e subordinação sintática estão corretas?
- Há orações muito longas que devem ser separadas?
- Há sequências de frases muito curtas?
- Há palavras faltando?
- Há palavras repetidas?

10. Automação

Esta é uma atividade que envolve o uso intensivo de computadores, tanto no processo de revisão e tradução de textos propriamente ditos, quanto na administração do negócio.

- **Da produção:**

Este aspecto é altamente relevante para o negócio de revisão profissional de textos, já que todo o processo, ou pelo menos a maior parte dele, será realizado com o uso de computadores e da internet.

A internet tornou-se uma excelente aliada para as empresas de revisão de textos, com uma oferta praticamente ilimitada de websites contendo dicionários especializados em diversas áreas.

Os computadores devem possuir versões instaladas dos softwares de processamento e editoração de textos. Os mais usados são o Word (Microsoft Office) e o Writer (OpenOffice).

Desde o recebimento da demanda, pelo website, até a entrega final ao demandante ou autor, o texto poderá circular pelo meio digital. Cada profissional envolvido no processo de revisão executará as atividades, de acordo com sua especialização, e encaminhará a versão do trabalho para o revisor seguinte, encarregado de outros aspectos da revisão, e assim por diante, até a versão final aprovada pelo demandante ou autor.

Assim, a utilização de softwares para processamento de textos e uso de ambientes para armazenagem local e virtual (Google Docs), são algumas das possibilidades que podem ser exploradas. Sugere-se uma análise detalhada das ferramentas disponíveis no mercado, mesmo as de uso livre, que podem auxiliar na estruturação do negócio. Há ainda a possibilidade de adquirir softwares específicos para revisão em inglês e tradutores que poderão auxiliar na hora da prestação de serviços.

- **Na administração**

Atualmente, existem diversos sistemas informatizados (softwares) que podem auxiliar o empreendedor na gestão de uma empresa de revisão profissional de textos (vide <http://www.baixaki.com.br> ou <http://www.superdownloads.com.br>). Seguem algumas opções:

- AS Gestor empresarial 1.59;
- Empresarial Master Plus 2.0 (gratuito);
- Empresarial Master Senior 2.0 (gratuito);
- Express Gestão de Tele-vendas (gratuito);
- Gestão de Clientes (CRM) 2.10;
- Hábil empresarial (gratuito);
- Praticus Gestão empresarial;

- TOTUS FREE 70608 (gratuito).

Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor, verificando ainda se o aplicativo possui funcionalidades, tais como:

- Controle dos dados sobre faturamento/vendas, gestão de caixa e bancos (conta corrente);
- Contas a pagar e receber;
- Fluxo de caixa;
- Emissão de pedidos e orçamentos;
- Controle de taxa de serviço;
- Lista de espera;
- Relatórios e gráficos gerenciais para análise real do resultado operacional da empresa.

11. Canais de Distribuição

Os canais de distribuição para os serviços de revisão são bastante simples, sendo o próprio estabelecimento o mais comum. Contudo, na era atual da modernidade e em se tratando de uma empresa de maior porte, com mais clientes, além do próprio estabelecimento o empreendedor poderá optar por criar uma página na internet, onde haverá a possibilidade de ofertar seus serviços online, com preços e demais informações para potenciais empresas que busquem suas atividades.

É comum que as empresas do setor tenham sua própria homepage personalizada, ou participem de portais de revisores e tradutores na internet. Possuir um e-mail permanente é essencial para comunicação com os clientes, e para o envio e recebimento dos textos.

Outros recursos as serem utilizados: anúncios em quadro de avisos de empresas e universidades, panfletagem e outros como publicidades em redes sociais. Este último principalmente quando se tratar de público mais jovem, que irá usar os serviços para efetuar correções e verificar as normas em seus trabalhos de conclusão de curso.

12. Investimentos

O investimento varia de acordo com o porte do empreendimento. Uma empresa de revisão de textos, estabelecida em uma área de 20 m², composta por 3 pessoas, exige um investimento inicial aproximado de R\$ 36 mil, aproximadamente, a ser alocado majoritariamente nos seguintes itens:

- Adequação do local e mobiliário: R\$ 10.000,00
- Criação do website: R\$ 5.000,00
- Equipamentos: R\$ 15.000,00
- Abertura da empresa: R\$ 3.000,00
- Capital de giro: cerca de 10% do faturamento esperado.

As informações aqui prestadas são referências a partir de um exemplo hipotético.

Os valores acima irão variar conforme a região geográfica que a empresa irá se instalar, necessidade de reforma do imóvel, tipo de mobiliário e etc. Para uma informação mais apurada sobre o investimento inicial, sugere-se que o empreendedor utilize o modelo de plano de negócio disponível no SEBRAE.

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de

capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa.

Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão.

O desafio da gestão do capital de giro deve-se, principalmente, à ocorrência dos fatores a seguir:

- Variação dos diversos custos absorvidos pela empresa;
- Aumento de despesas financeiras, em decorrência das instabilidades desse mercado;
- Baixo volume de vendas;
- Aumento dos índices de inadimplência;
- Altos níveis de estoques para o caso de uma empresa de pequeno porte, na qual os serviços serão cobrados tendo uma parte antecipada na hora do fechamento da contratação e outra na hora da entrega, a necessidade de capital de giro é baixa, sendo usada para custeio do escritório (quando existente) e página na internet. Assim, sugere-se o valor de 10% do valor total da receita como estimativa para o capital de giro para quando o escritório for na residência do prestador de serviço e cerca de 20% quando houver o escritório.

14. Custos

São todos os gastos realizados na produção e que serão incorporados posteriormente no preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no processo de produção.

O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos no negócio indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

As despesas são os gastos realizados para operar o negócio e devem ser estimadas considerando os itens referenciados demonstrados abaixo:

- Água, luz, telefone e acesso a internet; R\$ 250,00
 - Aluguel, taxa de condomínio, segurança; R\$ 1.500,00
 - Assessoria contábil; R\$ 650,00
 - Propaganda e publicidade da empresa; R\$ 300,00
 - Salários administrativos. R\$ 2.000,00
- Seguem algumas dicas para manter os custos controlados:

- Comprar pelo menor preço;
- Evitar gastos e despesas desnecessárias;
- Manter equipe de pessoal enxuta e treinada.

15. Diversificação/Agregação de Valor

A diversificação de produtos ou serviços é uma prática que todo empreendedor deve estar sempre atento, pois em tempo de ociosidade nas atividades principais, estes outros serviços podem gerar consideráveis retornos financeiros.

O empreendedor deve estar atento ao grau de satisfação dos clientes buscando identificar qual a percepção que se têm em relação à qualidade e diferencial dos produtos oferecidos, para tanto, pode realizar pequenas pesquisas de satisfação, utilizando formulários criativos, de preferência com no máximo três questões que permitam extrair as informações desejadas.

Agregar valor significa oferecer produtos e serviços complementares ao produto principal, diferenciando-se da concorrência e atraindo o público-alvo. Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação como produto ou serviço prestado.

As pesquisas quantitativas e qualitativas podem ajudar na identificação de benefícios de valor agregado. No caso de uma empresa que atua na revisão de textos, há diversas oportunidades de diferenciação, tais como:

- Tradução de textos em idiomas diversos;
- Cursos para a formação de revisores de textos;
- Ampliação do espectro de atuação com a revisão de textos técnicos, científicos, acadêmicos, jornalísticos e comerciais (revistas, jornais, livros, manuais, cartas, relatórios, apostilas, teses, monografias, tabelas, gráficos, apresentações, folders, websites, entre outros),
- Parcerias com profissionais de áreas diversas aptos a realizar revisões em temas especializados;
- Curso de redação e de português.

Neste tópico foram apresentadas apenas algumas opções de diversificação/agregação de valor para o negócio de revisão de texto. Vale ressaltar que sempre é possível propor melhorias e novidades, para isso é indicado observar hábitos, ouvir as pessoas e criar novos produtos e novos serviços, com o objetivo de ampliar os níveis de satisfação dos clientes.

16. Divulgação

A propaganda é um importante instrumento para tornar a empresa e seus serviços conhecidos pelos clientes potenciais. O objetivo da propaganda é construir uma imagem positiva frente aos clientes e tornar conhecidos os serviços oferecidos pela empresa. A mídia mais adequada é aquela que tem linguagem adequada ao público-alvo, se enquadra no orçamento do empresário e tem maior penetração e credibilidade junto ao cliente.

Para um negócio de revisão de texto poderão ser usados todos os canais de propaganda, de acordo com o porte do empreendimento e a capacidade de investimento do empreendedor. Um pequeno estabelecimento poderá utilizar-se de panfletos a serem distribuídos de forma dirigida, em locais de grande circulação de pessoas (próximos ao estabelecimento), ou no bairro onde está localizado. Possuir cartões de visitas para entregar aos clientes e potenciais clientes é bastante recomendado.

Abaixo, sugerem-se algumas ações mercadológicas acessíveis e eficientes:

- Confeccionar folders e flyers para a distribuição em empresas, escolas, universidades e instituições públicas;
- Oferecer brindes para clientes que indicam outras clientes;
- Anunciar em jornais de bairro e revistas;
- Oferecer descontos e pacotes promocionais para serviços combinados;
- Destacar no website a oferta de serviços e demais valores empresariais para alavancar as vendas. Um bom exemplo é utilizar as redes sociais, que hoje concentram boa parte das empresas e, principalmente, o mercado específico de jovens estudantes. É importante estabelecer contato com secretárias, redatores, coordenadores de projetos, profissionais que desenvolvem conteúdo para intranet e websites corporativos, a fim de divulgar o trabalho da empresa. É recomendável a elaboração de um pequeno portfólio para a apresentação da empresa e dos profissionais, contendo cartão de visitas, folhetos, etc. Firmar parcerias com diagramadores, digitadores, tradutores especializados em outros idiomas (distintos do empreendedor) e participar de portais de tradutores/revisores na internet, ajudam a aumentar a captação de trabalhos.

A divulgação através de site na internet representa uma possibilidade de comunicação muito interessante, onde se pode veicular pequenos vídeos com dicas práticas para a elaboração de textos ou sobre o trabalho de revisão de textos.

Estratégias de comunicação dirigidas às redes sociais (Orkut, Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, Digg, entre outras) também podem ser implementadas para promover o negócio. Caso seja interesse do empreendedor, um profissional de marketing e/ou comunicação poderá ser contratado para desenvolver campanhas específicas.

Para a captura de clientes corporativos, como grandes empresas, o ideal é estruturar uma boa apresentação e agendar uma visita para demonstrar os serviços prestados e como este poderá impactar nos resultados da empresa.

O empreendedor deve sempre entregar o que foi prometido e, quando puder, superar as expectativas do cliente. Ao final, a melhor propaganda será feita pelos clientes satisfeitos e bem atendidos.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de REVISÃO DE TEXTO, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 7490-1/01 como atividade de serviço de tradução, interpretação e similares, não poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições

devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, por se enquadrar como atividade vedada na Lei Compl. 123/2006, consolidada pela RCGSN 94/2011.

Neste segmento temos as seguintes opções tributárias:

Lucro Presumido: É o lucro que se presume através da receita bruta de vendas de mercadorias e/ou prestação de serviços. Trata-se de uma forma de tributação simplificada utilizada para determinar a base de cálculo do Imposto de Renda (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração pelo Lucro Real. Nesse regime, a apuração do imposto de Renda e da Contribuição Social é feita trimestralmente.

A base de cálculo para determinação do valor presumido IRPJ e da CSLL é de 32%, sobre a receita bruta, para a atividade de escritório de consultoria. Sobre o resultado da base de cálculo (Receita Bruta x 32%), aplica-se as alíquotas de:

- **IRPJ - 15%**, para determinação do IRPJ. Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20.000,00, no mês, ou R\$ 60.000,00, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;

- **CSLL - 9%**, para determinação da CSLL. Não há adicional de imposto. Ainda incidem sobre a receita bruta os seguintes impostos, que são apurados mensalmente:

- **PIS - 0,65%** - sobre a receita bruta total;

- **COFINS – 3%** - sobre a receita bruta total.

- **Lucro Real:** É o lucro líquido do período de apuração ajustado pelas adições, exclusões ou compensações estabelecidas em nossa legislação tributária. Este sistema é o mais complexo, que deverá ser muito bem avaliado por um contador, quanto a sua aplicação neste segmento. As alíquotas para este tipo de tributação são:

- **IRPJ - 15%** sobre a base de cálculo (lucro líquido). Haverá um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20.000,00, multiplicado pelo número de meses do período. O imposto poderá ser determinado trimestralmente ou com opção do Lucro estimado mensalmente e apuração anual;

- **CSLL - 9%**, determinada nas mesmas condições do IRPJ;

- **PIS - 1,65%** - sobre a receita bruta total, compensável;

- **COFINS - 7,65%** - sobre a receita bruta total, compensável.

Incidem também sobre a receita bruta os impostos estaduais e municipais, abaixo citados:

• **ISS** – Calculado sobre a receita de prestação de serviços, varia conforme o município onde a empresa estiver sediada.

Fundamentos Legais: Leis 9249/1995 (com as alterações posteriores).

18. Eventos

- Congresso Internacional de Tradução da Abrates
- Bienal do Livro
- CONGRESSO INTERNACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROFESSORES DE LITERATURA PORTUGUESA
- ENCONTRO NORTE E NORDESTE DE PROFESSORES DE LITERATURA PORTUGUESA
- CONGRESSO BRASILEIRO DE LÍNGUA PORTUGUESA
- CONGRESSO INTERNACIONAL DE LUSOFONIA
- 6º SALÃO DO LIVRO DE TOCANTINS
- SALÃO INTERNACIONAL DO LIVRO DE FOZ DO IGUAÇU
- 21ª BIENAL INTERNACIONAL DO LIVRO DE SÃO PAULO
- Salão do Livro de Presidente Prudente
- 9ª BIENAL INTERNACIONAL DO LIVRO DO CEARÁ
- V FEIRA NACIONAL DO LIVRO DE POÇOS DE CALDAS E 4º FLIPOÇOS
- 4ª BIENAL DO LIVRO SÃO JOSÉ DO RIO PRETO
- SALÃO DO LIVRO DE GUARULHOS
- * 6ª BIENAL DO LIVRO DE CAMPOS DOS GOYTACAZES
- 8º SALÃO DO LIVRO DE IMPERATRIZ
- 9º SALÃO INTERNACIONAL DO LIVRO DA PARAÍBA

19. Entidades em Geral

ABL – Academia Brasileira de Letras

<http://www.academia.org.br>
ABNT – Associação Brasileira de Normas
Técnicas <http://www.abntnet.com.br>
ABRAPLIP - Associação Brasileira de Professores
de Literatura Portuguesa

<http://www.abraplip.org.br> Associação Brasileira de Editores de Livros – Abrelivros

www.abrelivros.org.br

ABEU- ASSOC. BRAS. DE ED. UNIVERSITÁRIAS

AV. FAGUNDES FILHO, 77 – SL.24

04304-010 SÃO PAULO – SP

Site: www.abeu.org.br

ABRELIVROS – ASSOC. BRASILEIRA. EDITORES DE LIVROS

RUA TURIASSU, 143 – CJ. 101/102

05005-001 SÃO PAULO – SP

Site: www.abrelivros.org.br

Associação Brasileira de Tradutores - ABRATES

www.abrates.com.br

Associação Nacional de Editores de Revistas Técnicas, Dirigidas e Especializadas -
Anatec

www.anatec.org.br

CBL – CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO

RUA CRISTIANO VIANA, 91

05411-000 SÃO PAULO – SP

Site: www.cbl.org.br

Consórcio World Wide Web (W3C)

<http://www.w3c.br/>

LIBRE

Rua Girassol, 128

05433-000 - São Paulo - SP

Site: www.libre.org.br

Sindicato Nacional dos Editores de Livros

www.snel.org.br

Sindicato Nacional dos Tradutores – SINTRA

www.sintra.org.br

União Brasileira de Escritores

www.ube.org.br

MEC – Ministério da Educação

<http://www.mec.gov.br>

20. Normas Técnicas

A Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT é a instituição encarregada de elaborar e sistematizar documentos normativos de padronização. As atividades de revisão de textos foram normatizadas pelo seu Comitê Brasileiro de Informação e Documentação - ABNT/CB-14, que atua na “normalização no campo da informação e documentação compreendendo as práticas relativas a bibliotecas, centro de documentação e informação, serviços de indexação, resumos, arquivos, ciência da informação e publicação”. (fonte: <http://www.abnt.org>).

[br/m3.asp?cod_pagina=951](http://www.abnt.org.br/m3.asp?cod_pagina=951))

Relação das normas publicadas pelo Comitê Brasileiro de Informação e Documentação: Documentação:

ABNT NBR 5892:1989 – Norma para datar;

ABNT NBR 6021:2003 – Informação e documentação – Publicação periódica científica

impressa – Apresentação;

ABNT NBR 6022:2003 – Informação e documentação – Artigo em publicação periódica científica impressa – Apresentação;

ABNT NBR 6024:2003 – Informação e documentação – Numeração progressiva das seções de um documento escrito – Apresentação;

ABNT NBR 6025:2002 – Informação e documentação – Revisão de originais e provas;
ABNT NBR 6027:2003 – Informação e documentação – Sumário – Apresentação;

ABNT NBR 6028:2003 – Informação e documentação – Resumo – Apresentação;

ABNT NBR 6029:2006 – Informação e documentação – Livros e folhetos – Apresentação;

ABNT NBR 10518:2005 – Informação e documentação – Guias de unidades informacionais – Elaboração;

ABNT NBR 10526:1988 – Editoração de traduções;

ABNT NBR 10719:2009 – Informação e documentação – Relatório técnico ou científico – Apresentação;

ABNT NBR 12225:2004 – Informação e documentação – Lombada – Apresentação

ABNT NBR 14724:2005 – Informação e documentação – Trabalhos acadêmicos – Apresentação

ABNT NBR 15287:2005 – Informação e documentação – Projetos de pesquisa – Apresentação;

ABNT NBR 15437:2006 – Informação e documentação – Pôsteres técnicos e científicos – Apresentação.

Identificação e Descrição:

ABNT NBR 6023:2002 – Informação e documentação – Referências – Elaboração;

ABNT NBR 6032:1989 – Abreviação de títulos de periódicos e publicações seriadas;

ABNT NBR 6034:2004 – Informação e documentação – Índice – Apresentação;

ABNT NBR 10520:2002 – Informação e documentação – Citações em documentos – Apresentação;

ABNT NBR 10525:2005 – Informação e documentação – Número padrão internacional para publicação seriada – ISSN;

ABNT NBR 12676:1992 – Métodos para análise de documentos – Determinação de seus assuntos e seleção de termos de indexação;

ABNT NBR ISO 2108:2006 – Informação e documentação – Número Padrão Internacional de Livro (ISBN).

(fonte: <http://abnt.iso.org/livelink/>

[livelink/fetch/2000/2827/4956143/4957567/ACERVO_ATUAL.pdf?nodeid=18269394&v](http://abnt.iso.org/livelink/fetch/2000/2827/4956143/4957567/ACERVO_ATUAL.pdf?nodeid=18269394&v)

e
rnum=0)

Padrões para a internet:

O Consórcio World Wide Web (W3C) é uma comunidade internacional que desenvolve padrões com o objetivo de garantir o crescimento da web. A missão do W3C é conduzir a World Wide Web para que atinja todo seu potencial, desenvolvendo protocolos e diretrizes que garantam seu crescimento de longo prazo. Desde 1994, o W3C publicou mais de 110 desses padrões, denominados “Recomendações do W3C”, abordando temas variados, incluindo acessibilidade e apresentação de conteúdos, entre outros. (fonte: <http://www.w3c.br/>)

21. Glossário

Análise do discurso: é o estudo dos padrões de organização do discurso. **Caractere:** Neste contexto, o termo "caractere" tem o mesmo significado de "toque", embora seja mais usado em informática. Assim sendo, cada letra, símbolo, espaço digitado ou datilografado em um texto constituem um "toque" ou um "caractere".

Copydesk: É uma revisão feita no texto, não apenas no aspecto ortográfico e gramatical. É uma revisão que, além disso, preocupa-se com a clareza e estruturação das idéias. Reestruturar e reescrever um texto, mantendo as idéias originais do autor.

Cognato: diz-se de, ou vocábulo que tem raiz comum com outro idioma.

Cognição: aquisição de um conhecimento. O conjunto dos processos mentais usados no pensamento, na percepção, na classificação, reconhecimento. **Cognitivas:** relativo à cognição, ou ao conhecimento. **Diagramação (ou paginação):** É o ato de diagramar (paginar) e diz respeito à distribuição dos elementos gráficos no espaço limitado da página impressa ou outros meios. É uma das práticas principais do design gráfico. A diagramação é aplicada em diversas mídias como TV, jornais, livros, revistas, cartazes, sinalização e websites.

DNS: é a sigla para Domain Name System ou Sistema de Nomes de Domínios. É uma base de dados hierárquica, distribuída para a resolução de nomes de domínios em endereços IP e vice-versa.

Domínio: Domínio é um nome que serve para localizar e identificar conjuntos de computadores na Internet. O nome de domínio foi concebido com o objetivo de facilitar a memorização dos endereços de computadores na Internet. Sem ele, teríamos que memorizar uma sequência grande de números.

Expressão: enunciação do pensamento por meio de gestos ou palavras escritas ou faladas. O modo como o gesto, a voz ou a fisionomia revelam ou denotam a intensidade de um sentimento ou de um estado moral;**Fonética:** é o estudo dos sons da fala, especialmente no que diz respeito à sua produção, transmissão e recepção. Clareza na pronúncia de palavras;**Gramática descritiva:** é o estudo da gramática que visa a descrever os padrões contidos num corpus falado ou escrito.**Gramática normativa:** busca ditar, ou prescrever, as regras gramaticais de uma língua, posicionando as suas prescrições como a única forma correta de realização da língua, categorizando as outras formas possíveis como erradas.

Linguística: a ciência da linguagem. O estudo da linguagem, da gramática das diferentes línguas, de sua história, bem como da aplicação dos resultados obtidos na solução de problemas práticos.

Lauda: O termo “lauda” é oriundo das redações dos jornais. Uma lauda corresponde exatamente a uma coluna impressa no jornal. Com o advento do computador, o termo “lauda” permaneceu. Nos dias de hoje, uma lauda corresponde a uma página de papel “tamanho A4”, digitada / datilografada em “espaço duplo”, onde cabem mais ou menos 25 linhas de texto. O número de caracteres ou toques vai variar, dependendo do tamanho da letra (ou “fonte”) utilizada.

Orelha: Pode fazer parte tanto da capa como da sobrecapa do livro e serve para lhes dar maior rigidez. Pode trazer impressos dados sobre o conteúdo do livro ou a biografia do autor ou ainda um comentário crítico sobre a obra.

Provedor: Empresa ou pessoa que fornece acesso comercial à Internet.

Sobrecapa: É a cobertura total ou parcial de suporte variado, aplicada completamente solta sobre a capa; sua função primordial é servir de elemento protetor ao livro.

Toque: Um toque representa cada vez que o dedo do datilógrafo e/ou digitador encosta no teclado, inclusive para dar espaços.

22. Dicas de Negócio

A seguir, relacionamos 5 dicas do autor Rory Marinich sobre a revisão de textos, selecionadas pelo site <http://www.efetividade.net>:

1. Coloque em papel o texto a ser revisado: Além de ser mais fácil ler no papel, uma revisão completa, do início ao fim do texto, acaba sendo mais fácil de fazer se você não estiver lendo na própria tela do editor de texto, onde a tentação de interromper a leitura para fazer uma modificação imediata qualquer é muito grande. Imprima em papel rascunho no modo econômico, e use uma caneta para destacar os trechos que precisam de correção.

2 - Vá do começo ao fim: Comece na primeira linha e vá até o final, colocando cada palavra em seu contexto. Resista à tentação de pular trechos em que você acha que não há erros - em geral é justamente ali que eles se escondem!

3 - Não apague versões intermediárias: vá salvando seu documento sempre com novos nomes, ou numeração de versões - assim você sempre poderá mudar de idéia e voltar atrás, buscando novamente um trecho que havia suprimido.

4 - Não se apegue ao material: às vezes você não conseguirá salvar justamente aquele trecho que deu mais trabalho em pesquisar, ou mais prazer em compor. Conforme-se, não fique tentando dar um jeito de forçar a permanência de uma parte que não se encaixa. Guarde em outro arquivo e tente usar em um trabalho futuro, ou mesmo compor um novo trabalho a partir deste trecho.

5 - Se necessário, reescreva. Se um capítulo está muito abaixo do seu nível de qualidade, ou se o artigo ficou sem pé nem cabeça, às vezes vale mais a pena reescrevê-lo do zero do que tentar consertar. Novamente: conforme-se e faça o que tem que ser feito. As dicas completas de Rory podem ser encontradas no artigo "Nine Tips to Productive Revision".

(<http://www.efetividade.net/2007/09/03/revisao-de-texto-5-dicas-para-aumentar-a-qualidade-dos-seus-artigos/>)

23. Características Específicas do Empreendedor

O empreendedor precisa estar atento às tendências do mercado e aos hábitos de seus clientes. Deve identificar os movimentos deste mercado e adaptá-

los à sua oferta, reconhecendo as preferências dos clientes e renovando continuamente a oferta de produtos.

Os comportamentos observados em empreendedores de sucesso geraram um conjunto de características, resultantes em padrões de condutas. Pessoas que assim se comportam possuem características de comportamento empreendedor, tais como:

- Busca constante de informações e oportunidades;
- Iniciativa e persistência;
- Comprometimento;
- Qualidade e eficiência;
- Capacidade de estabelecer metas e assumir riscos;
- Planejamento e monitoramento sistemáticos;
- Independência e autoconfiança;
- Senso de oportunidade;
- Conhecimento do ramo;
- Liderança.

24. Bibliografia Complementar

AGÊNCIA BRASIL. Pesquisa mostra que existem 99 milhões de computadores em uso no Brasil. Pesquisa e Tecnologia. Brasília, 2012. Disponível em [http://agenciabrasil.ebc.com.br](http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2012-04-18/pesquisa-mostra-que-existem-99-milhoes-de-computadores-em-uso-no-brasil)

r/noticia/2012-04-18/pesquisa-mostra-que-existem-99-milhoes-de-computadores-em-uso-no-brasil. Acessado em julho de 2012.

BANCO MUNDIAL. World Development Indicators. Washington, USA. Disponível em: data.worldbank.org. Acessado em maio de 2012.

BLIKSTEIN, Izidoro. Técnicas de comunicação escrita. São Paulo: Ática, 2005.

DOLABELLA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo. Cultura Editores Associados, 1999.

IBOPE. Pesquisa sobre mercado de livros in: revista meio e mensagem. Ibope Inteligência, 2011. Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br>

em.com.br/home/marketing/noticias/2011/07/07/20110707Livros-vaio-movimentar-7-2-b

ilhoes-de-reais-em-2011.html. Acessado em junho de 2012.

IBGE. Cadastro Central de Empresas. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em www.sidra.ibge.gov.br. Acessado em julho de 2012. KOCH, Ingedore.V. Desvendando os segredos do texto. 4.edição. São Paulo :Contexto, 2005.

LUFT, Celso Pedro. Novo Manual de Português: redação, gramática, literatura, ortografia oficial, textos e testes. 16 edição. São Paulo: Globo, 1991.

MALTA, Luiz Roberto. Manual do Revisor. Editora WVC, 1ª edição/ 2000.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT. Comitê Brasileiro de Informação e Documentação - ABNT/CB-14. Disponível em http://www.abnt.org.br/m3.asp?cod_pagina=951 Acesso em 30/05/2010

CONSÓRCIO WORLD WIDE WEB – W3C. Recomendações do W3C. Disponível em <http://www.w3c.br/> Acesso em 30/05/2010

MANUAL DE REDAÇÃO DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA – Legislação. Disponível em www.presidencia.gov.br Acesso em 30/05/2010

Portal da Língua Portuguesa

<http://www.portaldalinguaportuguesa.org>

Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa, da Academia Brasileira de Letras.

<http://www.academia.org.br/abl/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=23>

Google Fight

<http://www.googlefight.com>

Museu da Língua Portuguesa – Estação da Luz

<http://www.estacaodaluz.org.br>

25. Fonte de Recurso

26. Planejamento Financeiro

27. Produtos e Serviços - Sebrae