



ideias de
negócios

Cerimonial



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	3
Exigências Legais e Específicas	4
Estrutura	5
Pessoal	6
Equipamentos	7
Matéria Prima/Mercadoria	8
Organização do Processo Produtivo	9
Automação	10
Canais de Distribuição	10
Investimentos	11
Capital de Giro	12
Custos	13
Diversificação/Agregação de Valor	13
Divulgação	14
Informações Fiscais e Tributárias	15
Eventos	18
Entidades em Geral	19
Glossário	19
Dicas de Negócio	20
Características Específicas do Empreendedor	20
Bibliografia Complementar	21
Fonte de Recurso	22
Planejamento Financeiro	22
Produtos e Serviços - Sebrae	23
Sites Úteis	24

1. Apresentação de Negócio

Uma empresa do ramo de Cerimonial organiza e coordena todas as ações que irão ocorrer no dia de um evento. Essa empresa tem a missão de cuidar da harmonia de todos os itens do grande dia, supervisionando também os fornecedores contratados, para que tudo que foi planejado seja cumprido e que as coisas aconteçam conforme o desejo do contratante, ou seja, do cliente.

O setor abrange um extenso leque de atuação: casamentos, eventos oficiais, formaturas, festas infantis, congressos, convenções, *workshops*, lançamentos de produtos, inaugurações, coletivas de imprensa, jantares, entre outros.

O público-alvo e a prestação do serviço variam conforme o tipo de evento. A empresa responsável pelo cerimonial auxilia o cliente na observância da etiqueta social e das regras formais de atos solenes. Em caso de eventos públicos oficiais, o cerimonial consiste na rigorosa observância das formalidades que regem as relações e a civilidade entre autoridades nos âmbitos administrativo, jurídico, militar, eclesiástico, diplomático, universitário, internacional e privado. Tais condutas são norteadas por códigos e protocolos municipais, estaduais, federais e internacionais. O profissional responsável pela condução do evento, geralmente, possui formação acadêmica na área de Comunicação e Relações Públicas.

Já no segmento de casamentos, a amplitude do serviço contratado varia conforme a demanda do cliente. A empresa pode ficar responsável apenas pela condução formal do evento ou assessorar o cliente em todo o processo de planejamento e orçamento da cerimônia. Neste caso, o cerimonialista auxilia o cliente na determinação da igreja e do local da recepção, na pesquisa e escolha dos fornecedores, na definição do formato do evento, na elaboração orçamentária, no controle de qualidade dos serviços prestados e na vistoria final. Parte dos serviços prestados pode ser replicada em festas de aniversário, formaturas e eventos privados.

Como a estrutura necessária é reduzida, cerca de 80% das empresas do setor são enquadradas como microempresas e pequenas empresas. Os empreendedores devem manter uma estrutura enxuta com uma boa rede de fornecedores para a terceirização dos projetos e contratação temporária de funcionários. Embora o mercado de cerimonial esteja ligado a momentos de festa e celebração, o trabalho a ser desempenhado exige dedicação, capacidade de organização e fineza no trato com clientes e fornecedores.

2. Mercado

O mercado de festas e eventos vem crescendo no país nos últimos anos, gerando novas oportunidades de negócios para os segmentos inseridos neste mercado. Dados de pesquisa da Associação Brasileira de Eventos Sociais - ABRAFESTA, divulgados pela ABEOC revelam que o mercado de festas e eventos cresceu nos últimos anos. Em 2016 esse mercado movimentou R\$ 210 bilhões para **eventos corporativos** e R\$ 16 bilhões para **eventos sociais**, representando 4,3% do PIB nacional. Eventos de casamentos já ultrapassam um milhão por ano no país.

Em relação aos eventos corporativos, pesquisa da ALAGEV – Associação Latino Americana de Gestores de Eventos e Viagens Corporativas demonstrou que desde 2018 as empresas tem investido mais em eventos corporativos se comparado a anos anteriores.

Mercado consumidor

A fim de dimensionar o mercado de atuação para o Cerimonial, o empreendedor deverá pesquisar os indicadores econômicos e sociais da região em que pretende atuar. É essencial que se analise alguns índices, como: tamanho da população, população economicamente ativa, índice de potencial do consumo, índice de desenvolvimento humano, etc.

O estudo dos clientes é uma das etapas mais importantes na estruturação do empreendimento. Eles não buscam apenas alugar um espaço, mas buscam soluções para algo de que desejam. O empreendedor deverá identificar essas soluções e conhecer melhor seu cliente. Por isso, de uma maneira simples, o empreendedor necessita saber:

- As características gerais dos clientes: faixa etária, sexo, qual a sua ocupação, quanto ganham, escolaridade, onde moram;
- Quais são os interesses e o comportamento da clientela: a quantidade de serviço que compram e com que frequência o fazem, onde costumam comprar, que preço pagam ou estão dispostos a pagar pelo serviço;
- O que motiva as pessoas a contratar um Cerimonial: o preço, a qualidade, as formas de pagamento, a comodidade, o atendimento;
- Onde estão os clientes: o tamanho do mercado em que irá atuar - será apenas no bairro, na cidade inteira? Os clientes encontrarão o local com facilidade?

Mercado Concorrente

A fim de conhecer o concorrente, necessita-se identificar as empresas que trabalham no ramo de atividade no raio de atuação de onde será localizado a nova empresa. A

partir daí, realizam-se visitas e examinam-se os pontos fortes e fracos dessas empresas em relação a qualidade dos produtos utilizados, a decoração do ambiente, os preços praticados para cada serviço, a localização, as condições de pagamento, a oferta de serviços adicionais (agendamentos, garantias oferecidas, horários de funcionamento, etc.).

Após essa análise, devem-se realizar comparações e visualizar se a nova empresa poderá competir com as analisadas, se há espaço para mais um empreendimento do mesmo ramo, e o que o novo empreendimento terá de diferencial para que os clientes deixem de ir ao concorrente, etc.

Mercado fornecedor

Como todos os produtos e serviços associados ao mercado de eventos e cerimonial são encontrados no Brasil, este não se torna um elemento de preocupação para o futuro empresário, mas identificar e selecionar os fornecedores de equipamentos e matérias-primas para o empreendimento não é tarefa das mais simples, tendo em vista a variedade de opções disponíveis no mercado. O empreendedor deverá avaliar, em pelo menos três empresas, de cada produto necessário, alguns aspectos do mercado fornecedor: qualidade dos produtos preço; condições de pagamento e prazos de entrega.

É importante escolher mais de um fornecedor, pois nunca se sabe quando um fornecedor pode ter dificuldades de atendimento.

3. Localização

A localização do ponto comercial é uma das decisões mais relevantes para uma empresa. No caso de uma empresa de Cerimonial, embora algumas vezes o atendimento seja realizado em local indicado pelo cliente, a empresa deve ter um espaço para recepção de clientes e discussão de propostas e orçamentos. No geral, a localização deve ser decidida levando em consideração alguns aspectos, tais como:

a) Aspectos urbanísticos e de infraestrutura:

- Segurança da região;
- Proximidade a áreas de risco de alagamentos ou enchente;
- Infraestrutura de serviços públicos e recolhimento de lixo;
- Disponibilidade dos serviços de água, luz, telefone e internet.

b) Aspectos estratégicos:

- Proximidade a outras empresas do setor;
- Proximidade a fornecedores;

- perfil dos consumidores locais;

c) **Adequação aos clientes:**

- Facilidade de acesso;
- Visibilidade do imóvel;
- Disponibilidade de estacionamento interno ou no entorno.

d) **Adequação aos funcionários:**

- Proximidade de estações e pontos de transporte coletivo;
- Infraestrutura de serviços (restaurantes, farmácias, bancos).

e) **Aspectos econômicos financeiros:**

- Preço de aluguel e qualidade dos imóveis disponíveis;
- Prazo e condições do contrato;
- Necessidade de reformas e adaptações.

Antes de assinar um contrato de aluguel ou aquisição do imóvel, é essencial verificar outros detalhes:

1. O imóvel atende às necessidades operacionais referentes à capacidade de instalação do negócio e tem possibilidade de expansão?
 2. O imóvel está legalizado e regularizado junto aos órgãos públicos municipais?
 3. A planta do imóvel está aprovada pela Prefeitura?
 4. Houve alguma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área primitiva?
 5. As atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento ou o Plano Diretor do Município?
 6. Os pagamentos do IPTU referente ao imóvel encontram-se em dia?
- Vale apontar, que muitas vezes o empreendedor cerimonialista atua em escritório domiciliar.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos da sociedade. Deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Leia mais sobre este assunto no capítulo "**Informações Fiscais e Tributárias**"

O contador, profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa e conhecedor da legislação tributária, poderá auxiliar o empreendedor neste processo.

Para abertura e registro da empresa é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o “Habite-se” pela prefeitura.

Para o caso de cerimônias públicas oficiais, o empreendedor deve-se atentar para a legislação específica:

Lei nº 5.700/71 - dispõe sobre as formas de apresentação dos símbolos nacionais e dá outras providências.

Decreto nº 70.274/72 - que aprova as normas do cerimonial público e a ordem geral de preferência.

DECRETO nº 11.074/78 - aprova as Normas do Cerimonial Público do estado de São Paulo.

Além das exigências acima, para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento. É necessário, também, observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC).

A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças e outros.

5. Estrutura

Diversos são os fatores que influenciam na estrutura de um serviço de Cerimonial, porém nenhum é mais relevante do que o empresário ter em mente qual será o tamanho estimado de sua capacidade de atendimento. Toda a necessidade de tamanho de estrutura será efetuada com base nessa capacidade inicial esperada. Um serviço de cerimonial está associado à organização de eventos e, não há necessidade de estrutura física de grande porte, somente um escritório para atendimento ao cliente

e local para se acondicionar algum tipo de equipamento a ser utilizado corriqueiramente.

Para uma estrutura mínima, com um escritório para atendimento a clientes, estima-se ser necessária uma área de 50m², com flexibilidade para ampliação conforme o desenvolvimento do negócio.

O local de trabalho deve ser limpo e organizado. O piso, a parede e o teto devem estar conservados e sem rachaduras, goteiras, infiltrações, mofo e descascamentos. O piso deve ser de alta resistência e durabilidade, além de fácil manutenção. Cerâmicas e ladrilhos coloridos proporcionam um toque especial, enquanto granito e porcelanato oferecem luxo e sofisticação ao ambiente. Paredes pintadas com tinta acrílica facilitam a limpeza. Texturas e tintas especiais na fachada externa personalizam e valorizam o ponto. Sempre que possível, deve-se aproveitar a luz natural. No final do mês, a economia da conta de luz compensa o investimento. Quanto às artificiais, a preferência é pelas lâmpadas fluorescentes. Profissionais qualificados (arquitetos, engenheiros, decoradores) poderão ajudar a definir as alterações a serem feitas no imóvel escolhido para funcionamento da empresa, orientando em questões sobre ergometria, fluxo de operação, *design* dos móveis, iluminação, ventilação, etc.

6. Pessoal

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento. Para amenizar os custos iniciais com folha de pagamento, convém optar pela contratação de uma equipe enxuta, assim, a proposta para uma empresa de cerimonial de pequeno porte é começar com dois funcionários, sendo um cerimonialista, um assistente, um assistente administrativo financeiro.

Assistente administrativo: responsável por organizar documentos, coordena a parte burocrática dos contratos de prestação de serviços, gerencia informações, cuida das contas a pagar e receber.

Cerimonialista: é o responsável pelo atendimento ao cliente. O atendimento é um item que merece atenção especial, visto que nesse segmento de negócio o vendedor precisa lidar com pessoas estressadas e indecisas. Deve ser extremamente organizado, além de conhecer profundamente sua atividade, ser dedicado a constante pesquisa e ser conhecedor das principais regras de etiqueta.

Assistente de Eventos: responsável pela assistência na organização dos eventos, acompanha a montagem e desmontagem, realiza cotação e negociação com fornecedores e controla os processos desde a entrada do projeto até a finalização.

O restante da equipe pode ser terceirizado e contratado por evento, conforme as características do serviço a ser prestado. O empreendedor deve ser exigente na contratação do pessoal terceirizado: ter experiência na área, ser educado e ser

prestativo são qualidades indispensáveis aos profissionais envolvidos no evento. É fundamental formar um banco de talentos composto por profissionais confiáveis e versáteis para compor a equipe de apoio.

A equipe de apoio é composta por profissionais que ficarão encarregados de conduzir e orientar os convidados a seus lugares determinados, auxiliar na parte de iluminação, ajuste de equipamentos, conferência do andamento da cerimônia e demais atividades operacionais. Além dos profissionais específicos, é preciso contar também com uma equipe de limpeza e seguranças.

Depois de realizar a seleção adequada da equipe, será necessário proporcionar treinamento e capacitação, a fim de garantir uniformidade na abordagem de trabalho. Um treinamento inicial fundamental refere-se a como os colaboradores precisam se comunicar com os clientes e quais são as etapas de um bom atendimento. Estabeleça os principais problemas que podem acontecer e como eles poderão ser solucionados — a quem reportar, qual é o nível de responsabilidade e a melhor forma de agir, por exemplo.

Os níveis salariais básicos são definidos pelos sindicatos de cada categoria, a partir daí o empresário poderá adequar políticas de remuneração considerando outros critérios, como os níveis de competências pessoais. Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores dessa classe, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas. Recomenda-se a adoção de uma política de retenção de pessoal, oferecendo incentivos e benefícios de natureza financeiros ou outros. Assim, a empresa poderá diminuir os níveis de rotatividade e obter vantagens como a criação de vínculo entre funcionários e clientes e ainda a diminuição de custos com recrutamento e seleção, treinamento de novos funcionários, custos com demissões.

Lembre-se que o empreendedor pode contar com cursos e consultorias do Sebrae nas áreas de atendimento ao cliente, Gestão de Pessoas e Liderança.

7. Equipamentos

A escolha dos móveis e equipamentos deverá levar em consideração o público-alvo e a especialização em determinado segmento. Para um projeto básico são necessários os seguintes móveis e equipamentos:

Itens

Estimativa R\$

Computador

R\$ 2.000,00

Impressora

R\$ 800,00

Equipamentos de comunicação interna (*walk-talkie*)

R\$ 1.000,00

Uniformes

R\$ 1.500,00

Aparelhos telefônicos

R\$ 200,00

Investimento total

R\$ 5.500,00

Vale lembrar que os valores acima referenciados, são meras estimativas e poderão variar conforme a configuração escolhidas para os equipamentos. Leve sempre em consideração a necessidade de todos os equipamentos acima especificados e o tipo, pois existem dos mais sofisticados aos mais rústicos. Antes de comprar os equipamentos, pense no tipo de produção que pretende estruturar e qual será o tipo de processo para não gastar mais do que o necessário ou ficar com ociosidade em excesso.

Além dos equipamentos elencados, é aconselhável que o empreendedor disponha de um veículo utilitário para realizar os deslocamentos necessários a prestação do serviço.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques apresenta particularidades de acordo com o tipo de negócio – comércio ou prestação de serviço. De qualquer forma deve-se buscar a eficiência nessa gestão, sendo que o estoque de mercadorias deve ser suficiente para o adequado funcionamento da empresa, mas mínimo, para reduzir o impacto no capital de giro.

Fique atento, pois a falta de mercadorias pode representar a perda de uma venda. Por outro lado, possuir mercadorias estocadas por muito tempo é deixar dinheiro parado. É essencial o bom desempenho na gestão de estoques, com foco no equilíbrio entre oferta e demanda. Esse equilíbrio deve ser sistematicamente conferido com base, entre outros, nestes três indicadores de desempenho:

1 - Giro de estoque: número de vezes que o capital investido em estoque é recuperado por meio de vendas. É medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Quanto maior a frequência de entrega dos fornecedores, em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação dos estoques.

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

3 - Nível de serviço do cliente: demonstra o número de oportunidades de vendas que podem ter sido perdidas, no varejo de pronta entrega (segmento em que o cliente quer receber a mercadoria ou serviço imediatamente após a escolha), pelo fato de não

existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Na maioria das vezes uma empresa de Cerimonial não possui matéria prima ou venda mercadorias, pois trabalha com a prestação de serviços, no entanto terá que prever o estoque de materiais necessárias para o atendimento dos eventos contratados e produtos de manutenção e limpeza do escritório. Na opção de a empresa atuar com a comercialização de produtos, que agregam valor aos serviços, o empreendedor deverá atentar as leis e contrato social, para evitar problemas legais.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo de uma empresa é constituído basicamente pelo conjunto de atividades a serem desenvolvidas na produção de um bem ou serviço. Devido a sua importância para a empresa, é necessário que seja executado com planejamento, a fim de que se mantenha um padrão de qualidade.

Para uma cerimônia de casamento, por exemplo, o processo pode ser agrupado em três grandes etapas:

Pré-evento ou planejamento - O cerimonial pode assessorar o cliente na pesquisa e escolha e contratação de diversos serviços como: local da cerimônia, convites, buffet, bebidas, serviço de garçom, trajes, músicos ou serviço de D.J, decoração, serviço de cartório, lista de presentes, cabelo e maquiagem, fotografia e filmagem.

Durante o evento - É a fase mais delicada do processo. No dia do evento, o cerimonialista precisa repassar à equipe as principais instruções e procedimentos da cerimônia e cuidar para que tudo ocorra conforme o planejado. Os imprevistos, que são inevitáveis, devem ser sanados de forma a minimizar o impacto negativo.

Após o evento - Depois do evento, cabe à equipe do cerimonial realizar a conferência de materiais (copos, pratos e garrafas), averiguar danos, vistoriar o ambiente e devolver o material alugado. Também é necessário fazer um balanço do evento, identificando falhas que devem ser corrigidas nas próximas cerimônias. Receber o pagamento dos serviços prestados.

É muito importante discriminar detalhadamente os serviços ofertados pela empresa (e pelos quais a empresa é responsável), o compromisso com os cuidados para preservação do imóvel, entre outras questões, por meio de um contrato que contemple todas estas questões, apresenta-se como uma prática aconselhável.

Outras dicas interessantes: ter um “*briefing*” (resumo) do evento, adotar um questionário que identifique as reais necessidades do contratante e identifique eventuais falhas “pós-evento”.

Não planejar o passo a passo do evento, abrindo espaço para imprevistos

inconcebíveis, desconhecer técnicas de organização de eventos, mobilizar inadequadamente o público para o tipo de evento, divulgar de forma equivocada, se entregar ao amadorismo e à improvisação, ou abrir espaço para a projeção orçamentária incorreta. Essas são algumas falhas que eliminam o empreendedor do mercado.

No caminho para o sucesso, estão o planejamento técnico do evento, com definição de objetivos, público, estratégias, gestão econômico-financeira e resultados; profissionalismo; transparência no relacionamento com o cliente e na divulgação do evento; conhecimento das normas de cerimonial, protocolo e regras de etiqueta; gerenciamento do evento; melhorias de resultados e da relação custo/benefício; atualização e reciclagem de empreendedores e profissionais. Enfim, o importante é trabalhar com muito profissionalismo, ter experiência em diversas áreas, manter uma ampla rede de contatos selecionar bem os fornecedores e, principalmente, ter disponibilidade integral. É importante lembrar também que o sucesso de um evento depende de quem está por trás dele. Portanto, neste ramo, ser amador está fora de questão. Não há lugar para improvisações.

10. Automação

É interessante que o empresário possua um sistema gestão integrada para realizar o gerenciamento do negócio, bem como, o acompanhamento dos serviços de cada cliente. Com o crescimento da empresa e aumento do fluxo de trabalho, os softwares de gestão tornam-se fundamentais, pois facilitam o controle dos processos e aumentam a produtividade, pois ajudam a evitar perdas durante essa atividade.

Há uma diversidade de *softwares* de gerenciamento específicos para pequenos negócios. Antes de fazer a escolha do sistema, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, aplicabilidade e nível de segurança que oferecem, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual; a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor.

O empreendedor deverá optar por *softwares* de custo acessível e compatível com uma pequena empresa. Em alguns casos, é possível baixar sistemas de sites que oferecem *downloads* gratuitos.

11. Canais de Distribuição

O principal canal é o próprio estabelecimento que precisa estar limpo e organizado, e a equipe de trabalho prestando um ótimo atendimento aos clientes.

Outros canais utilizados nesse setor seria a Internet. A internet é um canal de

distribuição que está cada vez mais sendo usada nesse setor, pois traz comodidade para o cliente realizar reservas e até pagamentos antecipados.

Para divulgação da empresa o *site* na internet também é uma das principais estratégias. Saiba mais no capítulo "**Divulgação**".

12. Investimentos

Investimento inicial compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento de sua auto sustentação. Pode ser caracterizado como: investimento fixo, investimentos pré-operacionais e capital de giro.

Investimento fixo: compreende o capital empregado na compra de imóveis, equipamentos, móveis, utensílios, instalações, reformas, entre outros;

Investimento pré-operacional: compreende todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisas de mercado, registro da empresa, projeto de layout e design de fachada, honorários profissionais e outros;

Capital de giro: é o capital necessário para suportar todos os gastos e despesas iniciais, geradas pela atividade produtiva da empresa. Destina-se a viabilizar as compras iniciais, pagamento de salários nos primeiros meses de funcionamento, impostos, taxas, honorários de contador, despesas de manutenção e outros. Saiba mais no capítulo "**Capital de Giro**".

O valor a ser investido num novo negócio envolve um conjunto de fatores identificados ao longo do processo de instalação do empreendimento e varia de acordo com o porte e os produtos e serviços que serão oferecidos. Para uma empresa de Cerimonial de pequeno porte o empreendedor deverá dispor de aproximadamente R\$ 15.000,00 (quinze mil reais) para fazer frente aos seguintes itens de investimento:

Itens

Estimativa R\$

Despesas de registro da empresa, honorários profissionais, taxas.

R\$ 3.000,00

Mobiliário para a área administrativa

R\$ 4.500,00

Equipamentos

R\$ 5.500,00

Capital de giro

R\$ 2.000,00

Investimento total

R\$ 15.000,00

Vale lembrar, que os valores acima são apenas estimativas, que variam de acordo com a região e o tipo ou configuração dos equipamentos.

Antes de montar sua empresa, é fundamental que o empreendedor elabore um Plano de Negócios, onde os valores necessários a estruturação da empresa podem ser mais detalhados, em função dos objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado. O capital de giro necessário para os primeiros meses de funcionamento do negócio também deve ser considerado neste planejamento.

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando os segmentos de clientes, os atores com quem se relacionará, as atividades-chave, as parcerias necessárias, sua estrutura de custos e fontes de receita.

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.

Quanto maior o prazo concedido aos clientes para pagamento 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. Prazos médios recebidos de fornecedores também devem ser considerados nesse cálculo: quanto maiores os prazos, menor será a necessidade de capital de giro.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa, nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é reservar recursos próprios (se houver) para capital de giro e deixar financiamentos para máquinas e equipamentos.

No caso de uma empresa de Cerimonial, os contratos de prestação de serviços, normalmente, preveem que uma parcela seja paga antecipadamente ou na assinatura do mesmo, no entanto, tendo em vista que os serviços são terceirizados, é aconselhável que o empresário reserve em torno de **10 a 20% do total do investimento inicial** para o capital de giro. para garantir o equilíbrio de contas do negócio para este tipo de segmento.

14. Custos

Os custos dentro de um negócio são empregados tanto na elaboração dos produtos ou serviços quanto na manutenção do pleno funcionamento da empresa. Entre essas despesas estão o que chamamos de custos variáveis e custos fixos.

Os custos variáveis são aqueles que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção. Numa empresa de Cerimonial, podemos observar os seguintes custos variáveis:

- Despesas com deslocamentos;
- Insumos e materiais aplicados nas prestações destes serviços;
- Comissões;
- Contratação de serviços terceirizados.

Os custos fixos são os gastos que permanecem constantes, independentes de aumentos ou diminuições na quantidade produzida ou vendida. Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio. Veja alguns exemplos de custos fixos mensais de uma empresa de Cerimonial de pequeno porte, que esteja em suas atividades iniciais:

Salários e encargos

R\$ 3.500,00

Aluguel, segurança, IPTU

R\$ 1.500,00

Luz, telefone e acesso à internet

R\$ 500,00

Material de escritório e expediente

R\$ 200,00

Assessoria contábil

R\$ 500,00

Propaganda e publicidade da empresa

R\$ 300,00

Total

R\$ 6.500,00

É aconselhável que o empreendedor mantenha relatórios gerenciais em que possa fazer comparativos mês a mês. Fazendo o levantamento destas informações poderá decidir precisamente onde deverá trabalhar para diminuir seus gastos.

15. Diversificação/Agregação de Valor

Esse tipo de negócio exige alto nível de criatividade e inovação permanente. É necessário trabalhar fortemente com a emoção das pessoas. O risco também é grande, por isso, deve-se ter clareza sobre o que oferecer às pessoas e ter a certeza

de que entenderam a proposta, para evitar frustrações. Somente os clientes satisfeitos indicam os serviços a outras pessoas.

Algumas alternativas que podem ser trabalhadas na diversificação do produto do Cerimonial seria trabalhar com outros tipos de eventos, isto é, se é um cerimonial voltado a casamentos, pode ser diversificado com eventos de festas infantis, ou formaturas, etc.

Para agregar valor ao negócio estude a possibilidade de estabelecer parcerias com buffets, casas de festa e fotógrafos e ter uma equipe própria de assistentes de cerimonial.

É importante pesquisar os concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas com o objetivo de proporcionar ao cliente um produto diferenciado. Além disso, conversar com os clientes atuais para identificar suas expectativas é muito importante para o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os atuais clientes, além de cativar novos.

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 divulgação através de *site* na internet representa uma possibilidade de comunicação muito interessante, agregando serviços ao *site* tais como convites virtuais, orçamentos *online*, informações sobre os tipos de eventos e pacotes oferecidos. A identidade visual do *site* deve ser planejada para oferecer os serviços do cerimonial, aproximar e fazer contatos com novos e potenciais clientes. Atualmente, o uso das redes sociais é imprescindível, pois são ótimas ferramentas de comunicação com o cliente e têm, de modo geral, custo zero. Abaixo, algumas ações mercadológicas acessíveis e eficientes:

- Participação em feiras e eventos de casamentos;
- Oferecer brindes para clientes que indicam outros clientes;
- Anunciar em jornais de bairro e revistas locais;
- Divulgar a empresa em casas de festas, bufês e estúdios fotográficos;
- Disponibilizar cartões de visitas nos eventos assessorados pela empresa;

- Convidar clientes potenciais aos eventos assessorados pela empresa para conhecer a qualidade dos serviços prestados;
- Estabelecer parcerias com os especialistas em filmagens e fotógrafos para indicação aos clientes.

A estratégia ideal de divulgação será aquela que tem linguagem adequada ao público-alvo da oficina, tem maior penetração no mercado, credibilidade junto ao cliente e se encaixa ao orçamento do empresário.

Vale destacar, que este tipo de negócio tem como ponto primordial a indicação de clientes satisfeitos, pois um serviço bem prestado pode ser recomendado pelos contratantes e até por convidados dos eventos. O empreendedor deve sempre entregar o que foi prometido e tentar superar as expectativas do cliente. Ao final, a melhor propaganda será feita pelos clientes satisfeitos e bem atendidos.

17. Informações Fiscais e Tributárias

As informações fiscais e tributárias serão diferenciadas em decorrência da opção do regime tributário escolhido pelo empreendedor.

Empresa optante do SIMPLES Nacional

O segmento de Cerimonial, assim entendido pela **CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas)**, sob o número **8230-0/01**, como a atividade de organização de festas e eventos, familiares ou não, inclusive festas de formaturas, excluída a contratação de atores, cantores, dançarinos ou assemelhados, 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**, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa e R\$4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no **Portal do SIMPLES Nacional**:

- **IRPJ** (imposto de renda da pessoa jurídica);
- **CSLL** (contribuição social sobre o lucro);
- **PIS** (programa de integração social);
- **COFINS** (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- **ISS** (imposto sobre prestação de serviços)
- **INSS** (contribuição para a Seguridade Social relativa à parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006 e alterações, este ramo de atividade é tributado pelo anexo V do SIMPLES Nacional e as alíquotas variam de 15,5% a 30,5%,

dependendo da receita bruta auferida pelo negócio.

Empresa NÃO optante do SIMPLES Nacional

Alguns empreendedores podem não optar pelo Simples Nacional, ou o tipo de atividade não é permitido, veja o Anexo VI da Resolução CGSN Nº 140, DE 2018. (ART. 8º, § 1º)

Para estes casos há os regimes de tributação abaixo:

A) Lucro Presumido: É a apuração do tributo sobre 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 dos tributos sobre o lucro das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração pelo Lucro Real. Nesse regime, a apuração dos tributos é feita trimestralmente. A base de cálculo para determinação do valor presumido varia de acordo com a atividade da empresa. Sobre o resultado da equação: Receita Bruta x 32%, aplica-se as alíquotas de:

- **IRPJ - 15%.** Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, no mês, ou R\$ 60 mil, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;
- **CSLL - 9%.** Não há adicional de imposto.
- Ainda incidem sobre a receita bruta os seguintes tributos, que são apurados mensalmente:
 - **PIS - 0,65%** - sobre a receita bruta total;
 - **COFINS - 3%** - sobre a receita bruta total.

B) Lucro Real: É o cálculo do tributo sobre o lucro líquido e a empresa realmente obteve no período de apuração, ajustado pelas adições, exclusões ou compensações estabelecidas em nossa legislação tributária. Este sistema é o mais complexo, mas poderá ser mais vantajoso em comparação com lucro presumido e por isso, deverá ser bem avaliado por um contador. 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 mil, multiplicado pelo número de meses do período. O imposto poderá ser determinado trimestralmente ou anualmente;
 - **CSLL - 9%**, determinada nas mesmas condições do IRPJ;
- Ainda incidem sobre a receita bruta os seguintes tributos, que são apurados mensalmente:

- **PIS - 1,65%** - sobre a receita bruta total, compensável;
 - **COFINS - 7,65%** - sobre a receita bruta total, compensável.
- Incidem também sobre a receita bruta o imposto municipal:

- **ISS** – Calculado sobre a receita de prestação de serviços, varia conforme o município onde a empresa estiver sediada, entre 2 e 5%. Além dos impostos citados acima, sobre a folha de pagamento incidem as contribuições previdenciárias e encargos sociais (tanto para o lucro real quanto para o lucro presumido):

- **INSS - Valor devido pela Empresa** - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;

- **INSS - Autônomos** - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11% da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos, observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS).

- **RAT** – Risco de Ambiente do Trabalho – de 1% a 3% sobre a folha de pagamento de salários dependendo do grau de risco da atividade econômica, recolhida junto com a guia de INSS.

- **INSS Terceiros** – Contribuições Sociais recolhidas junto com a guia de INSS, calculada sobre a folha de pagamento com alíquota entre 0,8% a 7,7% dependendo da atividade econômica, destinadas aos serviços sociais e de formação profissional tais como: SESI, SESC, SENAI, SEBRAE, Incra, dentre outros.

- **FGTS** – Fundo de Garantia por tempo de serviço, incide sobre o valor da folha de salários a alíquota de 8%.

Microempreendedor Individual (MEI)

Se a receita bruta anual não ultrapassar R\$ 81.000 (oitenta e um mil reais), o empreendedor poderá optar pelo registro como MEI, visto que essa atividade se encontra entre as permitidas de acordo com a tabela do Anexo XI da Resolução CGSN 140/2018 - **PROMOTOR(A) DE EVENTOS INDEPENDENTE 8230-0/01 SERVIÇOS DE ORGANIZAÇÃO DE FEIRAS, CONGRESSOS, EXPOSIÇÕES E FESTAS**, desde que o empreendedor não seja sócio de outra empresa e tenha até 1 (um) funcionário. Neste caso, o recolhimento dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

I) Sem empregado:

- 5% do salário mínimo vigente – a título de contribuição previdenciária
- R\$ 1,00 de ICMS – Imposto Sobre Circulação de Mercadorias (para empresas de comércio e indústrias)
- R\$ 5,00 de ISS (para empresas de prestação de serviços)

II) Com um empregado (o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário mínimo ou piso da categoria). O empreendedor recolherá, além dos valores acima, os seguintes percentuais:

- Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;
- Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

Ao ultrapassar o limite de faturamento, o MEI migrará para microempresa, tendo duas hipóteses:

1º) Se o faturamento for maior que R\$ 81.000 no ano, porém não ultrapassar o limite de 20%, que corresponde a R\$ 97.200, o MEI deverá recolher o DAS na condição de MEI até o mês de dezembro e recolher um DAS complementar, referente ao excesso de faturamento. A partir do mês de janeiro subsequente passa a recolher o imposto Simples Nacional como microempresa, com percentuais de acordo com a atividade exercida.

2º) Se o faturamento foi superior a R\$ 97.200 e inferior a R\$ 4,8 milhões, O MEI passará a condição de microempresa (faturamento até R\$ 360 mil) ou empresa de pequeno porte (faturamento entre R\$360 mil e R\$ 4,8 milhões), retroativo ao mês de janeiro ou ao mês da inscrição (formalização), caso o excesso da receita bruta tenha ocorrido durante o próprio ano-calendário da formalização. Passa, então, a recolher tributos devidos na forma do Simples Nacional, com percentuais de acordo com a atividade exercida.

Nas duas hipóteses acima, deverá solicitar obrigatoriamente o desequadramento como MEI no portal do Simples Nacional.

Recomendamos que o empreendedor consulte sempre um contador, para que ele o oriente sobre o enquadramento jurídico e o regime de tributação mais adequado ao seu caso.

Fundamentos legais: Lei 123/2006, Lei 147/2014 e Resolução CGSN 140/2018.

18. Eventos

O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações da área para obter informações sobre os eventos que irão ocorrer. Cursos, congressos, feiras e eventos de negócios em geral são oportunidades para o empreendedor atualizar-se sobre os cenários e tendências de mercado do setor, realizar e fechar parcerias, além de obter informações para formular suas estratégias com foco na melhoria da competitividade. A seguir algumas sugestões de eventos referentes a este setor:

CONGRESSO NACIONAL ENCONTRO DE CERIMONIALISTAS

BRAZIL PROMOTION

EXPO NOIVAS & FESTAS

FEIRA BEM CASADOS

19. Entidades em Geral

Aqui estão listadas algumas instituições as quais o empreendedor necessitará se relacionar em algum momento da execução da sua atividade.

ABPC - Associação Brasileira de Profissionais de Cerimonial

ABEOC – Associação Brasileira de Empresas de Eventos

SINDIEVENTOS – Sindicato dos Trabalhadores de Eventos do Estado de São Paulo.

SINDIPROM - Sindicato das Empresas de Promoção, Organização e Montagem de Feiras, Congressos e Eventos do Estado de São Paulo

UBRAFE – União Brasileira dos Promotores de Feiras

20. Glossário

Anfitrião – é o protagonista do evento ao qual preside: na Empresa, o Presidente do Conselho de Administração ou alguém expressamente mandado por ele para o efeito, em caso de Assembleias Gerais o Presidente da Respectiva Mesa. Coincide, normalmente, com aquele que convida ou convoca, que recebe, que estabelece o Protocolo, que indica os lugares à mesa, que faz as honras da casa, que despede e que agradece. O anfitrião pode, conforme devidamente explicado neste Manual, ceder a presidência do evento

Brunch - refeição matinal que serve ao mesmo tempo de desjejum e almoço.

Etiqueta – é a arte da elegância em todas as manifestações pessoais, isto é, nas atitudes, nas formas de comunicação, na apresentação visual, desde que expressa com naturalidade em todas as vertentes.

Heráldica – é o estudo dos escudos das armas reconhecidas a pessoas e famílias.

Honras – é a deferência e o reconhecimento prestado a uma personalidade.

Livro de Honra – é o livro onde é inscrito o registro (dedicatória, assinatura, data) de uma personalidade relevante num determinado evento. Deve ser aberto pela pessoa de maior estatuto.

Precedência – é a ordem a ocupar, de acordo com o cargo desempenhado pelo participante no evento.

Protocolo – conjunto de normas e conceitos indispensáveis à organização/realização de um evento para que, com respeito, boa educação e gentileza, sejam atingidos os objetivos individuais e coletivos subjacentes à realização do encontro/evento.

Urbanidade – é um conjunto de formas de atuação corretas em sociedade.

Vexilologia – é o estudo dos símbolos, das bandeiras, dos escudos e da respectiva forma e os colocar e ordenar.

21. Dicas de Negócio

- O empreendedor precisa atuar com competência em três grandes frentes: na área comercial, para captar novos clientes; na área administrativa, para planejar a expansão do negócio, cortar custos e equilibrar as finanças da empresa; na área operacional, para organizar o evento e coordenar esforços de vários fornecedores.
- Convém realizar, ao final de cada cerimônia, uma reunião com a equipe para realizar um balanço de acertos e falhas e melhorar o desempenho para os próximos eventos.
- O cerimonialista deve estar preparado para gerenciar o trabalho de todos os envolvidos no evento.
- Conservar uma boa relação com casas de festas, buffets e outros profissionais do ramo pode render indicações e alavancar negócios. O mesmo vale para a participação em feiras e exposições.
- Investir na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais com respeito a estacionamento, facilidade de agendamento de horário, cumprimento de horário ou prazos.
- Procurar fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como: remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos produtos ofertados.

22. Características Específicas do Empreendedor

O profissional que atua com eventos, seja social, corporativo ou de outro tipo, ou aquele que deseja ingressar neste ramo, precisa ter um contínuo planejamento e a capacidade de organizar suas ideias e propósitos. É importante utilizar em suas exposições diárias objetividade e coerência em suas preleções, seja para um pequeno ou grande público, em reuniões de trabalho, ou por contatos telefônicos e, principalmente, com o cliente em potencial. E tudo isso, deve ser praticado com base nos preceitos da etiqueta social. A elegância e a distinção no trato social, pessoal, profissional e protocolar também contam pontos favoráveis e desfavoráveis.

Outras características importantes, podem ajudar no sucesso do empreendimento:

- 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.

23. Bibliografia Complementar

ANDRADE, Marielza. O Cerimonial nas Empresas: Etiqueta nas Relações Profissionais. L.G.E., 2006.

BETTEGA, Maria Lucia. Eventos e Cerimonial Simplificando Ações. Educ's, 2006.

FREUND, Francisco Tommy. Festas e Recepções: Gastronomia, Organização e Cerimonial. Senac, 2002.

LINS, Augusto Estellita. Etiqueta Protocolo e Cerimonial. Linha Gráfica, 1991.

LUKOWER, Ana. Cerimonial e Protocolo. Contexto, 2003.

LUZ, Olenka Ramalho. Cerimonial: Protocolo e Etiqueta. Saraiva, 2005.

MARTINEZ, Marina. Cerimonial para Executivos. Doravante, 2006.

NORDI, Danielle. Guia do Casamento: Como Organizar a Festa e a Nova Vida a Dois. Matrix, 2008.

OLIVEIRA, J.B. Como Promover Eventos: Cerimonial e Protocolo na Prática. Madras, 2000.

24. Fonte de Recurso

O empreendedor pode buscar junto às agências de fomento linhas de crédito que possam ser utilizadas para ajudá-lo no início do negócio. Algumas instituições financeiras também possuem linhas de crédito voltadas para o pequeno negócio e que são lastreadas pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), em que o Sebrae pode ser avalista complementar de financiamentos para pequenos negócios, desde que atendidas alguns requisitos preliminares. Maiores informações podem ser obtidas na página do Sebrae.

25. Planejamento Financeiro

Ao empreendedor não basta vocação e força de vontade para que o negócio seja um sucesso. Independentemente do segmento ou tamanho da empresa, necessário que haja um controle financeiro adequado que permita a mitigação de riscos de insolvência em razão do descasamento contínuo de entradas e saídas de recursos. Abaixo, estão listadas algumas sugestões que auxiliarão na gestão financeira do negócio:

Fluxo De Caixa

O controle ideal sobre as despesas da empresa é realizado pelo acompanhamento contínuo da entrada e da saída de dinheiro através do fluxo de caixa. Esse controle permite ao empreendedor visão ampla da situação financeira do negócio, facilitando a contabilização dos ganhos e gestão da movimentação financeira. A medida que a empresa for crescendo dificultando o controle manual do fluxo de caixa, tornando difícil o acompanhamento de todas as movimentações financeiras, o empreendedor poderá investir na aquisição de *softwares* de gerenciamento.

Capital de Giro

Sempre será muito útil que se tenha certo o montante de recursos financeiros reservado para o negócio possa fluir sem sobressaltos, especialmente no início do projeto. O período entre a prestação de serviço e o recebimento, pode ser longo e a necessidade de recursos será suprida pelo capital de giro. No entanto, ter esse recurso disponível não é suficiente porquanto ser premissa sua boa gestão, ou seja, somente deverá ser utilizado para honrar compromissos imediatos ou lidar com problemas de última hora.

Princípio da Entidade

O patrimônio da empresa não se mistura com o de seu proprietário. Portanto, jamais se deve confundir a conta pessoal com a conta empresarial, isso seria uma falha de gestão gravíssima que pode levar o negócio à bancarrota. Ao não separar as duas

contas, a lucratividade do negócio tende a não ser atingida, sendo ainda mais difícil reinvestir os recursos, gerados pela própria operação. É o caminho certo para o fracasso empresarial.

Despesas

O empreendedor deverá estar sempre atento as despesas de rotina como água, luz, material de escritório, internet, produtos de limpeza e manutenção de equipamentos. Embora pequenas, seu controle é essencial para que não reduzam a lucratividade do negócio.

Reservas/Provisões

Esse recurso funcionará como um fundo reserva, o qual será composto por um percentual do lucro mensal – sempre que for auferido. Para o fundo reserva em questão, poderá ser estabelecido um limite máximo. Quando atingido não haverá necessidade de novas alocações de recursos, voltando a fazê-las apenas no caso de recomposição de da reserva utilizada. Esse recurso provisionado poderá ser usado para cobrir eventuais desembolsos que ocorram ao longo do ano.

26. Produtos e Serviços - Sebrae

O empreendedor pode aproveitar as ferramentas de gestão e conhecimento criadas para ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível em seu estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800.

Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

Cursos online e gratuitos

Para desenvolver o comportamento empreendedor

Empretec – Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado:

Para quem quer começar o próprio negócio

As soluções abaixo são úteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa. Ou pessoas que tem experiência em trabalhar por conta própria e querem se formalizar

Plano de Negócios – O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes,

fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da empresa

Para quem quer inovar

Ferramenta Canvas online e gratuita – A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado

Sebraetec – O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação.

ALI – O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte.

27. Sites Úteis

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

<http://receita.economia.gov.br/>