

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Henrique Silva Dias**

**GUIA PARA ABERTURA DE EMPRESAS**

Porto Alegre

2010

**Henrique Silva Dias**

## **GUIA PARA ABERTURA DE EMPRESAS**

**Trabalho de conclusão de curso de graduação  
apresentado ao Departamento de Ciências  
Administrativas da Universidade Federal do Rio  
Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção  
do grau de Bacharel em Administração.**

**Orientador: Prof. Fernando Dias Lopes**

Porto Alegre

2010

**Henrique Silva Dias**

## **GUIA PARA ABERTURA DE EMPRESAS**

Material para consulta na *homepage* da Biblioteca da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, disponível em: <http://biblioteca.ea.ufrgs.br/index.asp/>. Normas para Apresentação de Trabalhos Acadêmicos.

**Orientador: Prof. Fernando Dias Lopes**

Conceito final:

Aprovado em ..... de .....de.....

### **BANCA EXAMINADORA**

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. – UFRGS

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. – UFRGS

\_\_\_\_\_  
Orientador – Prof. Fernando Dias Lopes – UFRGS

## **AGRADECIMENTOS**

Este trabalho é dedicado a todos aqueles que têm o sonho de abrir o seu próprio negócio e de fornecer produtos e serviços que tragam qualquer ganho de bem estar para a sociedade.

Gostaria de agradecer aos meus pais Rogério e Patrícia, que sempre me apoiaram em tudo o que fiz, sempre presentes, não medindo esforços para me ajudar a alcançar os meus objetivos. Ao professor Fernando, que além de me conceder uma boa parte do seu tempo, sempre com muita paciência me deu as melhores orientações possíveis para este trabalho, sempre de forma esclarecedora e objetiva. Agradeço à minha colega Caroline pelas inúmeras idéias, opiniões e incontáveis horas de discussão sobre este trabalho.

Um agradecimento especial a todos que trabalham no SEBRAE pelo atendimento gentil e prestativo, pelos materiais fornecidos e pelas entrevistas concedidas.

Também queria agradecer aos entrevistados, que mesmo sem me conhecer abriram mão de uma parte do seu precioso tempo para responder gentilmente às perguntas que foram tão importantes para a confirmação de quais informações são realmente relevantes aos novos empreendedores. Para eles desejo todo o sucesso possível em seus empreendimentos!

## **RESUMO**

Este guia para abertura de empresas é destinado a novos empreendedores com qualquer tipo de formação e mostra detalhadamente os procedimentos para a criação de um novo negócio através de explicações sobre o que deve ser feito antes, durante e após o processo de abertura da empresa. São orientações passo a passo para formalizar a empresa, instruções para a criação de um plano de negócios, explicações sobre legislação aplicável às micro e pequenas empresas, conceitos de marketing, dentre outras informações.

## **ABSTRACT**

This guide to starting a business is made for new entrepreneurs of all kinds and shows in details the procedures for creating a new business through explanations of what should be done before, during and after the process of opening a business. The guide contains step by step hints to formalize the company, instructions for creating a business plan, explanations about applicable laws to micro and small business, marketing concepts, among other information.

**LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 .....24

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – O Composto de Marketing .....	61
Figura 2 – As cinco Forças de Porter .....	63

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	10
2 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	11
3 OBJETIVOS GERAIS E ESPECÍFICOS .....	13
3.1. Objetivos Gerais .....	13
3.2 Objetivos Específicos.....	13
4 JUSTIFICATIVA .....	14
5 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	15
5.1 O Empreendedor .....	15
5.2 O Empreendimento.....	18
6 METODOLOGIA.....	21
7 COLOCANDO EM PRÁTICA UMA GRANDE IDÉIA.....	23
7.1 Se Preparando Para Empreender .....	23
7.2 Identificando a Oportunidade.....	25
7.3 Desenvolvendo um Plano de Negócio.....	29
7.3.1 Página de rosto.....	30
7.3.2 Resumo executivo .....	30
7.3.3 Análise ambiental.....	31
7.3.4 Análise industrial.....	31
7.3.5 Descrição do empreendimento .....	31
7.3.6 Plano de produção ou plano operacional.....	32
7.3.7 Plano de marketing .....	33
7.3.8 Plano organizacional.....	33
7.3.9 Avaliação de risco.....	33
7.3.10 Plano Financeiro .....	34
7.3.11 Anexos.....	34
7.4 Determinando os Recursos Necessários.....	35
8 CRIANDO UMA NOVA EMPRESA .....	37
8.1 Mãos à Obra: Criando Legalmente a Empresa.....	37
8.2 Aspectos Legais e Tributários das Micro e Pequenas Empresas .....	38
8.3 Custos e Prazos Para a Criação de Uma Empresa.....	43

8.4 Procedimentos para a formalização .....	45
9 ABRINDO UMA EMPRESA PASSO A PASSO.....	46
9.1 18 passos para abrir uma empresa .....	46
10 ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA O NOVO NEGÓCIO .....	60
10.1 Revisando conceitos de marketing .....	60
11 CONCLUSÃO.....	66
12 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	67
ANEXOS .....	68

## 1 INTRODUÇÃO

O presente estudo realizado na forma da criação de um guia para abertura de empresas tem como objetivo fornecer dados e informações úteis para quem tem o desejo de iniciar um novo negócio, ajudando desde a definição da oportunidade a ser explorada até a abertura da empresa, fornecendo dicas para maximizar as chances de sucesso do empreendimento.

Muitas das faculdades de administração de empresas não possuem cursos voltados ao empreendedorismo priorizando a preparação dos seus estudantes para assumirem cargos em grandes empresas já constituídas e consolidadas, deixando muitas vezes desorientados, com apenas pequenos cursos ou algumas cadeiras, aqueles que tem o desejo de abrir um negócio próprio.

Empreendedores podem ser alunos de administração, no entanto este guia é voltado para aqueles que têm formação em quaisquer outras áreas e desejam abrir uma empresa para desempenhar as suas atividades, ou até mesmo para aqueles que não tem formação, mas tem planos para abrir o seu próprio negócio.

## 2 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Abrir uma pequena ou média empresa pode parecer bastante simples, e é uma idéia cada vez mais atraente para muitas pessoas que têm o sonho do próprio negócio ou mesmo que querem investir o seu dinheiro em uma alternativa que possa dar um bom retorno com um risco aparentemente menor.

O que a maioria das pessoas não sabe, é que abrir uma empresa não é tão simples quanto parece, o empreendedor deve estar seguro de que o tipo de negócio que ele pretende abrir é realmente necessário, que ele vai vender produtos e serviços dos quais as pessoas precisam ou então vai ter prejuízos e ser forçado a fechar suas portas em pouco tempo. Ele precisa saber como ficar atento para o surgimento de uma oportunidade, às necessidades dos seus potenciais clientes e estabelecer planos para atender a essas necessidades de forma eficiente e lucrativa.

A criação de uma empresa exige planejamento, pois envolve muita espera, documentos importantes e registros junto a órgãos públicos, que em muitas vezes, são órgãos reguladores das atividades específicas da empresa, tornando ainda mais difícil e demorado o processo de sua abertura.

Existem estatísticas do IBGE que mostram que só no ano de 2005, 529 mil empresas com até quatro funcionários foram extintas, o que representa 97,2% do total das que deixaram de existir naquele ano. De acordo com o IBGE, as taxas de entrada e saída das empresas no mercado têm relação inversa a seus portes, o que significa que há mais firmas pequenas entrando e saindo do mercado do que companhias de grande porte. Em média 60% das novas empresas não sobrevivem aos primeiros dois anos de existência, estando tal fato relacionado à falta de preparo e de orientação de seus proprietários e gestores, má administração e pouca identificação com o mercado onde ela está inserida. Isto ocorre por que a maioria das universidades não prepara os seus alunos para o empreendedorismo e sim para trabalhar em grandes companhias já existentes. (IBGE 2010).

Sendo assim, nota-se a necessidade da criação de um “manual de instruções”, um guia prático para abertura de pequenos negócios e para que eles sobrevivam ao período inicial crítico. É algo que, dessa forma, ainda não está disponível na literatura com uma abordagem tão específica, e que pode ser de grande ajuda para muitas pessoas que têm o desejo de ter o seu próprio negócio.

As pequenas e médias empresas são responsáveis pela maior parte dos empregos, da geração de renda e da movimentação de dinheiro no Brasil, ou seja, são de altíssima importância para o país, portanto merecem ser contempladas com um guia para orientar os seus criadores para obterem sucesso, ajudando a gerar riqueza e movimentar a economia. Machado (2007).

### **3 OBJETIVOS GERAIS E ESPECÍFICOS**

#### **3.1. Objetivos Gerais**

Elaboração de um guia para auxiliar o empreendedor na abertura de pequenos e médios negócios.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

1- Pesquisar e relacionar todas as medidas necessárias para a abertura de uma empresa seja ela micro, pequena ou média, desde documentação necessária, número de sócios, fontes de obtenção de crédito e exemplos de demais requisitos que a finalidade da empresa possa exigir caso seja regulada por algum órgão específico.

2- Instruir o leitor do guia para que ele tenha noções e métodos para identificar uma oportunidade de negócio seja ela uma demanda da sociedade, um avanço tecnológico ou até mesmo um mercado em expansão, juntamente com orientações sobre locais de instalação das empresas, sua visibilidade, análise de custos de instalação e demais fatores decisivos para qualquer empreendedor que deseja obter sucesso.

#### 4 JUSTIFICATIVA

Durante a formulação do guia para abertura de pequenas e médias empresas pretendo fazer uma relação de todos os itens burocráticos e legais necessários para a abertura de uma empresa, bem como a maneira correta de obtê-los.

Após isto trabalharei um alguns conceitos de marketing, pois esta é a área que pretendo me concentrar na formulação do guia, já que entendo que uma empresa depende do seu mercado e este deve ser amplamente estudado antes de se tomar qualquer decisão. A análise de marketing abordará questões como localização, concorrência (quando é boa ou ruim), estratégias de preços, tipologia de produtos e serviços ofertados.

Com isto a intenção é orientar aquele que lê o guia para que possa aplicar o máximo de estudos possíveis na hora de escolher o ramo e o local para a sua empresa, para que cada decisão seja pensada e calculada, minimizando as chances de qualquer tipo de erro e conseqüentes problemas para a empresa.

O grande desafio será trazer conceitos técnicos e com embasamento científico de uma forma simples para que possam ser compreendidos por qualquer empreendedor, até mesmo por aqueles que ainda não tenham nenhuma experiência.

Trata-se de um guia muito útil, pois vai viabilizar a inserção e o sucesso de muitas pessoas que desejam abrir uma empresa, mas não sabem como fazê-lo e nem quais fatores considerar. Este guia vai ajudar a todos aqueles que tem uma idéia útil para todos, vontade de trazer algo inovador, ou ainda algum tipo serviço para a sociedade que seja de seu interesse.

As publicações existentes acerca do tema empreendedorismo são muito ricas, porém atualmente não existe nenhuma delas que junte fundamentação teórica, conceitos de empreendedor e empreendimento, como abrir uma empresa passo a passo e conceitos de marketing na forma de um manual simplificado para abertura de negócios de fácil compreensão e que tenha todas as informações necessárias para consultas rápidas à medida que ocorre a construção de um novo empreendimento, fazendo-se necessária e importante a criação deste guia.

## 5 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 5.1 O Empreendedor

A palavra “empreendedor” está comumente ligada a empresas e negócios e as pessoas imaginam executivos ou grandes empresários e mal sabem que elas mesmas também podem empreender. Pela definição do dicionário o empreendedor é “aquele que empreende, arrojado”, e esta é uma definição que, apesar de bastante simples, é muito boa, pois é necessário ser arrojado para empreender tempo e dinheiro ao tentar algo que ninguém nunca fez ou pensou antes, começando muitas vezes sem nenhuma experiência anterior no ramo. Para isso ele deve possuir características como tomar iniciativa, organizar mecanismos sociais e econômicos para transformar recursos em algo proveitoso e aceitar os riscos inerentes à sua atividade e o eventual fracasso.

Na ótica econômica, o empreendedor é um sujeito que combina recursos, trabalho e materiais para multiplicar o seu valor para algo maior do que seus valores individuais somados. Do ponto de vista da psicologia é uma pessoa impulsionada por motivações como a necessidade de conseguir algo que deseja, escapando da autoridade alheia e se tornando o seu próprio chefe.

Para outros empreendedores e homens de negócio um empreendedor pode ser visto de duas maneiras distintas e opostas, pode representar para alguns uma ameaça, um concorrente e para outros pode ser um aliado, fonte de suprimentos, um cliente e até mesmo alguém que encontra melhores maneiras para a utilização de recursos evitando desperdícios.

Todas estas definições são de óticas distintas, mas reúnem características muito semelhantes como o apelo à novidade, organização de recursos, inovação, riqueza e risco. Mas mesmo assim estas características restringem em muito o amplo universo que é o empreendedorismo.

O conceito de empreendedor fica mais claro quando visto no âmbito empresarial que é onde em muitas vezes estas pessoas estão, mas isso restringe um pouco a sua

atuação, pois eles são encontrados em todas as profissões existentes o que torna bastante difícil uma classificação que reúna os atributos de todos os empreendedores de todas as áreas que não seja bastante genérica.

Porém, invariavelmente é um sujeito que reúne duas características importantes: a primeira delas é ser sonhador, no sentido de inovar, de desenvolver soluções que ainda não existem ou até mesmo novas maneiras, de alguma forma melhores, para fazer as mesmas coisas mais rapidamente ou a um custo mais baixo.

Para ser um empreendedor não basta ser apenas um sonhador. Ter boas idéias não ajudam em nada um empreendedor que não é capaz de aplicá-las, portanto o empreendedor também precisa ser prático para transformar as suas idéias em realidade, tornando-se um “sonhador-prático”, ou seja, aquele que tem boas idéias e ao mesmo tempo disposição para aplicá-las.

Existem também empreendedores que não são tão arrojados, ou que têm vontade de ter o seu próprio negócio mesmo não estando tão dispostos a correr riscos e optam pelo comum, por entrar em mercados já existentes e de forma muito semelhante aos seus concorrentes já atuantes. Normalmente são pessoas que já tinham uma outra carreira anteriormente, que trabalhavam em outras empresas e que pelos mais variados motivos decidem se tornar empreendedores e abrir o seu próprio negócio.

Segundo Caetano (2006), “Abrir a primeira empresa é como ganhar asas! Ser empreendedor é voar”. Quando uma pessoa se lança ao desafio de criar um negócio próprio ela está literalmente ganhando asas. Esta metáfora de voar pela primeira vez ao abrir a primeira empresa foi descrita em seu livro "O Vôo do Camaleão" e ilustra os desafios pelos quais irão passar os empreendedores, bem como suas recompensas pelos riscos assumidos. Pois nunca antes aquela pessoa passou pela situação de abrir um negócio e então o estará fazendo pela primeira vez, o que acarreta em possíveis erros e riscos inerentes a falta de prática com o próprio negócio.

Segundo Leite (2000), entre qualidades pessoais de um empreendedor, destacam-se: iniciativa, visão, coragem, firmeza, decisão, atitude de respeito humano, capacidade de organização e direção.

Sabemos que é muito difícil de existir tal pessoa que reúna todas estas qualidades antes mencionadas, muito mais difícil é ser tal pessoa. Portanto cabe ao empreendedor conhecer as suas capacidades e as suas deficiências explorando ao máximo as qualidades que possui para o empreendedorismo e minimizando o impacto dos seus pontos fracos.

Para dar este tipo de amparo ao empreendedor, organizações como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) oferecem palestras, eventos, programas, serviços e cursos de empreendedorismo.

É comum misturarem-se os conceitos de empreendedor e de administrador já que ambos desempenham funções muito parecidas no que diz respeito a planejamento, organização e controle quando estão gerindo uma empresa. Porém, segundo Dornelas (2001), um empreendedor de sucesso possui características que vão além dos atributos de um administrador, para ele estes empreendedores são visionários que sabem implementar os seus sonhos, sabem explorar ao máximo as oportunidades, são independentes, formam equipes, dentre outras habilidades importantes. Ou seja, “o empreendedor é um administrador, mas com diferenças consideráveis em relação aos gerentes ou executivos das organizações tradicionais, pois os empreendedores são mais visionários que os gerentes”. Dornelas (2001 p. 30).

## 5.2 O Empreendimento

Segundo Hisrich e Peters (2004, p. 29),

empreendedorismo é o processo dinâmico de criar mais riqueza. Esta riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e comprometimento com a carreira ou que provêem valor para algum produto ou serviço. O produto ou serviço pode não ser novo ou único, mas o valor deve de algum modo ser infundido pelo empreendedor ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários.

Pode-se também definir empreendedorismo como um processo que cria algo novo e que tem valor, assumindo riscos de todos os tipos e as conseqüentes recompensas provenientes destes esforços desprendidos em um certo empreendimento.

É muito comum se ouvir falar ou usar o termo empreendimento, estamos acostumados a ele sempre ligado a novas empresas, realizações, campanhas ou até mesmo construções. Segundo a definição do dicionário a palavra empreendimento está ligada ao “Ato de empreender; empresa”, e a palavra empreender está classificada como “Por em execução, procurar realizar uma tarefa, obra” e neste caso a obra é a empresa que se pretende abrir e fazer prosperar até alcançar o sucesso.

Para ser bem-sucedida uma empresa deve ter um bom conhecimento do mercado onde atua. Ter um bom administrador com conhecimento da área onde a empresa atua e, em muitos casos nos quais capitais de terceiros tem um custo elevado, fazer uso de capital próprio, são fatores considerados muito importantes para um empreendimento. Segundo Bernardi (2003) a idéia para a criação de um determinado empreendimento surge da observação, da percepção e análise de atividades, tendências e desenvolvimentos na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo. As oportunidades detectadas e visualizadas, racional ou intuitivamente, das necessidades e das demandas prováveis, atuais e futuras, e necessidades não atendidas definem a idéia que rege empreendimento.

A concepção de um empreendimento, por vezes, nasce de habilidades, gostos e outras características pessoais, podendo vir até mesmo de pessoas que não tiveram

experiência com o ramo, inovando ou criando novas formas de negócio. Um caso que traz este exemplo de maneira muito forte é o de Michael Dell, fundador da Dell Computer. No início dos anos 90 Michael era um estudante de medicina que montava computadores pessoais e vendia, então idealizou e montou um negócio que revolucionou a indústria de computadores nos EUA e em cerca de 10 anos assumiu as primeiras posições desbancando várias empresas tradicionais do setor. Hisrich e Peters (2004).

Tanto empresários de sucesso quanto aqueles que tiveram suas empresas extintas apontam para a identificação de uma oportunidade de negócio como o principal motivo para a abertura ou a entrada em um negócio. As diferenças aparecem quando se compara a segunda razão que levou os dois grupos a ingressar no mundo dos negócios. No caso das empresas em funcionamento, ter experiência anterior é o fator mais apontado em todo o Brasil. Já para as empresas extintas, o fato de o empreendedor ter tempo disponível é o mais citado. Tachizawa e Faria (2002)

Existem diversas motivações, que vão desde o recebimento de uma herança, aposentadoria, alternativa ao desemprego e é claro um entusiasmo natural, que levam alguém a empreender e muitas vezes estas motivações ofuscam e interferem na análise, o que pode tornar o trabalho excessivamente otimista e pouco realista. É conveniente saber que, essencialmente está se “comprando um trabalho”, com recursos e economias próprias ou de terceiros, a um custo de oportunidade muitas vezes alto, o que demanda objetividade, realismo e profundo conhecimento do que se pretende realizar.

Mirshawka (2004, p. 20), cita algumas motivações daqueles que são empreendedores por necessidade. Ele diz que não existem mais empregos nas empresas para todos os que se formam, também diz que “pode trazer mais felicidade e satisfação ser um destacado motorista do próprio táxi do que um executivo de 5ª categoria numa grande empresa” já que as carreiras não progridem mais somente para o alto, mas para todas as direções o que pode frustrar muitos trabalhadores que se esforçam em busca de uma promoção e por fim acrescenta que as carreiras começam e terminam mais cedo, tornando a vida útil de uma pessoa nas empresas mais curta.

O tipo mais comum de empreendedor é o que resolve empreender ao perceber uma nova oportunidade através da percepção de um nicho de mercado em potencial aliada ao desejo de desenvolver algo que traga benefícios não só para si, mas para toda a sociedade e a vontade de ganhar mais dinheiro levando as suas próprias idéias adiante. Farah, Cavalcanti e Marcondes (2008).

## 6 METODOLOGIA

Este estudo consiste na elaboração de um guia para criação de novos negócios. Para a formulação do mesmo fez-se primeiramente um levantamento dos guias existentes para a montagem de planos de negócio, identificando os principais pontos elencados nessas obras e as lacunas deixadas para quem irá tomá-los como referência para abertura de seu próprio negócio. Identificou-se que na literatura existente acerca do tema “empreendedorismo” não existe nenhum guia que traga métodos para a identificação de uma oportunidade de negócio, esclarecimentos sobre a legislação vigente, uma síntese das etapas para a formalização de uma empresa e noções de marketing, de forma interligada e em um único volume para facilitar a consulta do empreendedor. Além dessa análise, foram realizadas entrevistas com quatro novos empreendedores escolhidos aleatoriamente nas dependências do SEBRAE em Porto Alegre. Os entrevistados têm entre 24 e 47 anos e pretendem abrir seus negócios em diferentes ramos como decoração, vendas de produtos e alimentos. As entrevistas foram conduzidas com o objetivo de se descobrir quais as suas dúvidas à respeito do início de um novo negócio.

Descobriu-se que a maioria dos entrevistados tem dúvidas quanto a tributação a ser aplicada ao seu negócio, ao enquadramento da empresa que pretendem abrir, ou seja, qual o faturamento máximo e mínimo para enquadrarem suas empresas em uma determinada classificação legal, eles também apresentaram dúvidas quanto aos custos, prazos e procedimentos para realizarem a formalização do negócio. Alguns dos entrevistados também mencionaram que gostariam de orientações para obterem sucesso com suas empresas.

Também foram consultados guias de instituições de apoio a pequenas e médias empresas, manuais escritos por empresas de contabilidade e o SEBRAE.

As informações obtidas com a pesquisa foram apresentadas na forma de um guia explicativo, com tabelas e esquemas, e na ordem na qual serão necessárias para a consulta do empreendedor desde o momento que ele busca identificar uma

oportunidade de negócio até o ponto em que ele já está com o seu negócio aberto e precisa ter noções de marketing para o bom andamento da sua empresa.

## **7 COLOCANDO EM PRÁTICA UMA GRANDE IDÉIA**

### **7.1 Se Preparando Para Empreender**

O processo de empreender, segundo Hisrich e Peters (2004), se resume a um processo através do qual um novo empreendimento é criado por um empreendedor e o processo de iniciar um novo empreendimento está incorporado ao processo de empreender que envolve mais do que uma simples resolução de um problema em uma posição administrativa típica. Um empreendedor deve encontrar, avaliar e desenvolver uma oportunidade superando as forças que resistem à criação de algo novo. Este processo tem quatro fases distintas e que servirão como referência para todo este guia para fins de organização e delimitação das etapas do processo de abertura de um negócio.

As quatro fases são:

- 1- Identificação e avaliação da oportunidade;
- 2- Desenvolvimento do Plano de Negócios;
- 3- Determinação dos recursos necessários;
- 4- Administração da empresa resultante.

Mesmo que essas fases ocorram em uma ordem progressiva nenhuma delas deve ser pensada de forma isolada das outras, pois diversos fatores de uma próxima fase dependem da fase anterior. Por exemplo, para identificar e avaliar bem uma oportunidade (fase 1), o empreendedor deve ter em mente o tipo de negócio desejado (fase 4) já que é isto que vai nortear o tipo de negócios no qual o empreendedor estará buscando uma oportunidade para se estabelecer. Estas quatro fases também estão relacionadas na Tabela 1, onde está uma síntese das etapas que compõem cada uma delas.

Tabela 1: Fases do Empreendedorismo.

<b>Identificação e avaliação da oportunidade</b>	<b>Desenvolvimento do plano de negócio</b>	<b>Determinação dos recursos necessários</b>	<b>Administração da empresa</b>
Criação e dimensão da oportunidade	Título Sumário	Recursos existentes do empreendedor	Estilo administrativo
Valor real e percebido da oportunidade	Resumo executivo	Ausência de recursos e fornecedores disponíveis	Variáveis-chave para o sucesso
Risco e retornos da oportunidade	1.0 Descrição do negócio	Acesso aos recursos necessários	Identificação de problemas existentes e potenciais
Oportunidade versus habilidades e objetivos pessoais	2.0 Descrição do setor 3.0 Plano de marketing		Implementação de sistemas de controle
Situação competitiva	4.0 Plano financeiro 5.0 Plano de produção 6.0 Plano de organização 7.0 Plano operacional 8.0 Resumo Apêndices (anexos)		

Fonte: (HISRIC, R. D. e PETERS, M. P. *Empreendedorismo*. Editora Bookman, 2004. – pág. 55).

## 7.2 Identificando a Oportunidade

Identificar e avaliar uma oportunidade na grande maioria das vezes não é tão fácil como parece, é um processo pelo qual um empreendedor constata a oportunidade para um novo empreendimento.

Sendo assim é algo que demanda tempo e boa observação, pois a maioria das oportunidades de negócio não aparece de repente, normalmente são fruto de uma extensa observação com muita atenção por parte do empreendedor às possibilidades de negócios existentes. Em alguns casos demanda o estabelecimento de mecanismos para que se identifiquem estas oportunidades em potencial, Hisrich e Peters (2004) dão exemplos disso quando orientam o empreendedor a buscar se informar mais sobre os defeitos de produtos utilizados pelas pessoas que ele conhece ou quando ele pesquisa sobre o desempenho de produtos que elas possuem, se podem ser superados ou se são adequados aos seus propósitos. Ele está em busca de uma necessidade e conseqüentemente de uma oportunidade para superar o produto existente. Outro empreendedor busca observar a utilização de produtos em nichos específicos para tentar descobrir o que faz falta para um determinado usuário. É bastante comum ver este tipo de prática no meio esportivo onde existe uma constante busca pelas necessidades dos atletas a fim de se produzir equipamentos melhores que lhes forneçam um ganho de desempenho e vantagem competitiva. Então estes empreendedores se inserem no meio dos praticantes daquela modalidade e buscam aprender mais sobre a prática a fim de produzir o equipamento correto e com um desempenho melhor.

Embora a maioria dos empreendedores não empregue mecanismos formais para identificar tais oportunidades, eles freqüentemente recorrem a algumas fontes que também são muito proveitosas: consumidores, membros do sistema de distribuição e especialistas. Uma das melhores fontes de idéias para produtos e negócios resulta de comentários tais como “se houvesse um produto que fizesse isso ou aquilo...”. Comentários como estes quando percebidos por pessoas com espírito empreendedor podem resultar no surgimento de novas empresas.

A informação é essencial para ter novas idéias e estar informado é o dever de um empreendedor já que atualmente a informação está ao alcance de todos através de diversas mídias como televisão, rádio, revistas, jornais, livros, Internet, outras pessoas, governo, compradores, entre outros. O empreendedor deve ser curioso e criativo, sempre à procura de novas oportunidades e atento ao que ocorre à sua volta. Dornelas (2001)

Outra prática bastante comum para muitos empreendedores é a da identificação de uma oportunidade de negócios por meio da troca de idéias com um varejista, um atacadista ou mesmo um representante de alguma indústria a fim de identificar possíveis melhores em uma determinada área.

Quando estas oportunidades são identificadas através das informações de consumidores, associados, distribuidores ou especialistas; cada uma delas deve ser cuidadosamente verificada e avaliada. Fazer esta avaliação talvez seja o elemento mais crítico de todo o processo de empreender já que permite ao empreendedor avaliar se determinado produto ou serviço oferece o retorno necessário em relação aos recursos aplicados a ele. Este processo de avaliação também envolve prestar atenção na criação e no alcance da oportunidade, seu valor real e seu valor percebido para o cliente, seus riscos e possibilidades de retorno e principalmente se está adequado às habilidades e metas pessoais do empreendedor bem como a vantagem diferencial no ambiente competitivo no qual está inserido o projeto.

É importante que o empreendedor entenda o porquê, os motivos que geram a oportunidade, se ela é fruto de uma mudança tecnológica, de uma modificação no mercado, a uma nova regulamentação do governo ou até mesmo à concorrência. Deve entender o que leva as pessoas a sentirem necessidade do seu produto ou serviço, o que as leva a desembolsar o seu dinheiro e pagar o preço dele. Um caso abordado no documentário “Tecnologia dos Anos 80” do History Channel é o que deu início a uma verdadeira revolução no mundo dos *vídeo games* ocorrida no final da década de 1980 quando algumas companhias fabricantes de jogos se deram conta que o mercado estava em crise por que aquelas pessoas que jogavam os seus jogos haviam crescido e não tinham mais interesse por jogos tão simples. Sendo assim para salvar o mercado

algumas destas empresas investiram na melhoria dos gráficos e na criação de personagens que chamassem a atenção deste público que já estava mais velho.

O tamanho do mercado e a duração da janela de oportunidade, que é o período de tempo disponível para a criação de um empreendimento sem que ele deixe de ser necessário ou que se torne obsoleto, são as bases para a determinação dos riscos e compensações. Os riscos englobam o mercado, a concorrência, a tecnologia e a quantidade de capital envolvido.

Outra questão importante para se avaliar é a diversidade de produtos ou serviços que se pretende oferecer já que mesmo que a empresa tenha um produto principal, também conhecido popularmente como “carro chefe”, é importante que ela também ofereça produtos relacionados a este já que estes se tornam muito importantes na hora de se expandir ou de ampliar a linha de produtos ou negócios em um determinado canal de distribuição. Grandes lojas de varejo preferem fazer negócios com empresas que possuam vários produtos para oferecer.

Segundo Hisrich e Peters (2004, p. 54), “a oportunidade deve adequar-se às habilidades e aos objetivos pessoais do empreendedor já que é algo que também diz respeito aos seus interesses pessoais e deste modo o empreendedor aplicará com mais entusiasmo o seu esforço pessoal para fazer o empreendimento avançar com sucesso”. Muitos acreditam que este desejo pelo que se está construindo pode se desenvolver com o tempo, mas comumente ele não se realiza, destinando o empreendimento ao fracasso. O empreendedor deve acreditar na oportunidade a ponto de fazer os sacrifícios necessários para desenvolver e administrar a organização.

A análise da oportunidade que também é conhecida como “avaliação da oportunidade”, não é um plano de negócio, ela é menor e se concentra apenas na oportunidade em si e não no empreendimento como um todo; e deve servir de base para que seja tomada a decisão de agir ou não em relação à oportunidade.

Um bom plano de análise da oportunidade inclui os seguintes itens: uma descrição do produto ou serviço, avaliação da oportunidade, avaliação do empreendedor e da equipe, especificações de todas as atividades e recursos necessários para transformar a oportunidade em um empreendimento viável e a fonte

de capital para financiar o empreendimento inicial bem como o seu desenvolvimento que inclui o financiamento do primeiro e segundo estágios.

Por fim, Hisrich e Peters (2004) ainda acrescentam que para que esteja completa a análise da oportunidade, ela deve passar por uma avaliação e esta exige a resposta das seguintes perguntas:

- A que necessidade de mercado ela atende?
- Que observações pessoais você fez ou registrou quanto a essa necessidade de mercado?
- Que condição social está por trás dessa necessidade de mercado?
- Que dados de pesquisa de mercado podem ser utilizados para descrever essa necessidade de mercado?
- Que patentes podem estar disponíveis para atender a essa necessidade?
- Que tipo de concorrência existe nesse mercado?
- Como você descreveria o comportamento dessa concorrência?
- Como é o mercado internacional?
- Como é a concorrência internacional?
- Onde está o dinheiro a ser gerado nessa atividade?

Visto isso e identificada a existência da oportunidade de negócio e sua real necessidade para o mercado é hora do passo seguinte que é o desenvolvimento de um plano de negócio.

### 7.3 Desenvolvendo um Plano de Negócio

O desenvolvimento de um bom plano de negócio tem como um de seus objetivos explorar a oportunidade anteriormente definida. É uma descrição da futura direção da empresa, de como ela vai funcionar, como espera crescer, o que pretende produzir, qual será a sua estrutura e o seu plano financeiro, que inclui as fontes de financiamento.

Esta é uma das partes mais difíceis em todo o processo de empreender, já que sempre é muito complicado quando se trata de fazer previsões em ambientes mutáveis ou incertos. Para isto, devemos observar novamente a Tabela 1 dos anexos que mostra alguns pontos básicos que um plano de negócio deve conter em sua estrutura.

Um bom plano de negócio não é apenas importante no desenvolvimento da oportunidade, como também é essencial na determinação dos recursos necessários, na obtenção desses recursos e na boa administração da empresa resultante.

O plano de negócios deve ser redigido pelo empreendedor, porém ele pode, e deve, consultar outras fontes durante a sua preparação. São estas fontes: advogados, contadores, consultores e especialistas no mercado em questão. Com o auxílio destas fontes o empreendedor consegue englobar todos os aspectos envolvidos no início de um novo empreendimento.

Funcionários, investidores, banqueiros, investidores de risco, fornecedores, clientes, conselheiros e consultores, todos estes citados são possíveis leitores do plano de negócios, por isso este deve ter uma abrangência que satisfaça as questões e preocupações de cada um destes da mesma forma que o produto gerado por esta empresa deverá satisfazer as necessidades de diversos clientes. O plano de negócio é valioso para o empreendedor, para potenciais investidores e até para os novos funcionários, que estão tentando se familiarizar com o empreendimento, suas metas e objetivos. Segundo os autores Hisrich e Peters (2004) o plano de negócio é importante para estas pessoas porque:

- Ajuda a determinar a viabilidade do empreendimento em um mercado específico.

- Fornece orientação ao empreendedor na organização de suas atividades de planejamento.
- Serve como instrumento importante para auxiliar na obtenção de financiamento.

Um bom plano de negócio pode levar horas para ser preparado e deve ser abrangente o suficiente para dar ao investidor em potencial um panorama completo do empreendimento. Também ajudará o empreendedor a esclarecer suas idéias sobre o negócio. O plano deverá contar com algumas partes fundamentais que estão descritas na Tabela 2 dos anexos e aqui explicadas:

#### 7.3.1 Página de rosto

É o título e contém um breve resumo do plano de negócio, com uma pequena descrição de como será a empresa, seu nome e endereço, dados do empreendedor, financiamento necessário e é importante, por segurança, conter uma declaração do caráter confidencial deste relatório.

#### 7.3.2 Resumo executivo

Preparada depois que o plano é redigido esta seção tem como um dos seus objetivos estimular o interesse do investidor salientando de maneira convincente os aspectos-chave de todo o plano para que ele se interesse em ler o restante. Deve mostrar a oportunidade percebida pelo empreendedor e por que ela deve ser aproveitada.

### 7.3.3 Análise ambiental

Análise ambiental consiste na avaliação de variáveis externas incontroláveis que podem ter algum tipo de impacto sobre o plano de negócio, são estas tendências que possibilitam a existência da oportunidade e conseqüentemente do negócio em si. Ela deve conter todos estes aspectos incontroláveis como economia, cultura, tecnologia e legislação.

### 7.3.4 Análise industrial

A análise industrial verifica as tendências industriais e estratégias competitivas específicas do setor e contém dois aspectos fundamentais que são a demanda do setor e a concorrência.

### 7.3.5 Descrição do empreendimento

Segundo Dornelas (2001) esta seção do plano deve oferecer um resumo da organização da empresa e de como ela se desenvolverá. Descreve a natureza do negócio e o que o empreendedor espera conquistar com ele, mostrando o seu propósito e como pretende trazer um benefício para o cliente, além de trazer uma idéia do crescimento que se espera conseguir em três a cinco anos.

A descrição do empreendimento deverá oferecer uma visão global do produto, serviços e operações do novo empreendimento. A localização do negócio é de fundamental importância para o seu sucesso, principalmente se for uma loja ou serviço, sendo assim o empreendedor precisará avaliar fatores como estacionamento e acesso à rodovias para clientes, fornecedores, distribuidores, taxas de entrega e regulamentações urbanas ou leis regionais.

Para uma boa escolha é necessário fazer uma avaliação do local onde o empreendimento vai ser instalado para isto é necessário fazer algumas considerações como:

- Quantidade de espaço necessária;
- Se o espaço deve ser comprado ou alugado;
- O custo por metro quadrado do espaço;
- Se o local pode ser usado para fins comerciais;
- A existência de restrições quanto a placas e vagas para estacionar;
- A necessidade de reforma do prédio a ser escolhido;
- Se o acesso ao tráfego é fácil;
- A existência de lugares para estacionar;
- Se existe a possibilidade de expansão do negócio no próprio local;
- A presença de mão-de-obra qualificada à disposição;
- Se o perfil econômico e demográfico da área é compatível com o negócio;
- A tributação local;
- Existência de infra-estrutura (esgoto, eletricidade e água) adequada.

#### 7.3.6 Plano de produção ou plano operacional

Será necessário um plano de produção caso o novo empreendimento envolva a fabricação de um produto.

Ele detalha como o produto será fabricado, se alguma parte do processo será subcontratada, serviços terceirizados com a sua localização e motivações para a seleção, custos e contratos. Se a fabricação do produto, ou parte dela for desempenhada pelo empreendedor, este plano deverá conter também informações sobre a planta, o maquinário, matérias-primas, fornecedores e necessidades futuras de equipamentos.

Caso o empreendimento não envolva a produção e sim comércio, prestação de serviços ou outro tipo de negócio, esta parte do plano de negócios irá se chamar plano operacional e nesse plano serão descritas as etapas da transação comercial.

### 7.3.7 Plano de marketing

Descreve condições de mercado e estratégias relacionadas ao modo como os produtos e serviços serão distribuídos, seu preço e a sua promoção. Nesta parte devem constar evidências de *marketing* para embasar decisões estratégicas que envolvam *marketing*. São feitas previsões específicas sobre produtos ou serviços, a fim de projetar a lucratividade do empreendimento. Este planejamento deve ser visto como algo que norteia as decisões da empresa no curto prazo.

### 7.3.8 Plano organizacional

Descreve as formas de propriedade e linhas de autoridade e responsabilidade dos membros do novo empreendimento – ou seja, a propriedade, a sociedade ou a corporação. No caso de uma sociedade, nele devem constar os termos dessa sociedade. É importante que conste informações a respeito das pessoas que gerem a organização.

### 7.3.9 Avaliação de risco

Para que esteja ciente dos prejuízos em potencial é importante que o empreendedor faça uma avaliação de risco que identifica tanto possíveis prejuízos quanto a possibilidade de estratégias alternativas para atingir metas e objetivos do negócio. Nesta avaliação deve constar uma simulação do que aconteceria se esses riscos se tornassem realidade e estratégias para impedir ou minimizar os seus efeitos sobre o empreendimento.

### 7.3.10 Plano Financeiro

É constituído de projeções dos principais dados financeiros que determinam a viabilidade econômica e a necessidade de recursos para o empreendimento. Nele devem constar o investimento requerido, projeções para o primeiro ano com um detalhamento mês a mês, previsão de vendas, custo das mercadorias, despesas e um fluxo de caixa dos primeiros três anos.

### 7.3.11 Anexos

Os anexos geralmente são compostos pelo material de consulta que não está no texto do documento. As referências a estes itens são feitas no próprio plano.

#### **7.4 Determinando os Recursos Necessários**

Segundo Hisrich e Peters (2004), também deve ser feita uma determinação dos recursos necessários para se aproveitar a oportunidade, este é um processo que começa com uma apreciação dos atuais recursos que o empreendedor possui e dos recursos necessários para a realização do empreendimento. Quaisquer recursos fundamentais devem então ser diferenciados daqueles que são apenas úteis. Deve-se tomar um cuidado especial para não subestimar a quantidade e a variedade dos recursos necessários, tudo deve ser planejado previamente para que sejam evitadas ao máximo as surpresas durante o percurso. Os riscos associados a recursos insuficientes ou inadequados também devem ser avaliados cuidadosamente pois também podem haver custos muito altos na hora de se desfazer de um empreendimento que não dá certo, sem falar em um custo intangível que é o da perda de credibilidade que sofre um empreendedor que fracassa por não calcular exatamente os recursos necessários para a implementação total de seu empreendimento.

A aquisição dos recursos de modo oportuno, evitando-se ceder parte do controle da empresa, é o próximo passo no processo de empreender. Muitas pessoas decidem empreender justamente para ter autonomia nas suas decisões profissionais e não ter que se reportar a respeito dessas decisões para outras pessoas. Sendo assim o empreendedor deve lutar para manter a sua posição de proprietário pelo maior tempo que ele puder, especialmente no estágio inicial do empreendimento que é onde ele deseja fazer as coisas ao seu modo.

À medida que o negócio se desenvolve, provavelmente serão necessários mais recursos para financiar o crescimento da empresa, e estes recursos podem vir das mais diversas fontes de financiamento como, por exemplo, bancos e programas de incentivo do governo. Mas existe uma opção que é a da admissão de um ou mais novos sócios e esta decisão exige que o empreendedor ceda parte do controle que tem sobre a sua empresa. Todo empreendedor só deve ceder em sua posição de proprietário no empreendimento depois que todas as outras opções já forem exploradas e que não haja outra saída a não ser a de recorrer a esta fonte de recursos. Devem-se identificar

fornecedores alternativos desses recursos, com suas necessidades e reivindicações. Compreendendo as necessidades do fornecedor de recursos, o empreendedor pode estruturar um acordo que possibilite que os recursos sejam adquiridos ao mais baixo custo possível e com a menor perda de controle da empresa. Hisrich e Peters (2004).

## **8 CRIANDO UMA NOVA EMPRESA**

### **8.1 Mãos à Obra: Criando Legalmente a Empresa**

Depois de identificada a oportunidade de empreendimento e uma vez redigido o plano de negócio, se inicia um momento muito importante que é hora do empreendedor colocar as suas idéias em prática e abrir a empresa. Criar uma empresa legalmente exige muita paciência e determinação para lidar com os procedimentos burocráticos exigidos por alguns órgãos governamentais, segundo Júnior e Pisa (2010, p. 74), “Um empreendedor de verdade não pode deixar-se abater nessa primeira fase da realização de seu sonho”.

O intuito deste guia é direcionar o empreendedor da melhor forma possível para que ele saiba exatamente o que fazer, evitando o desperdício de trabalho, tempo e em muitos casos dinheiro no processo de registro da sua empresa.

Ter uma empresa devidamente registrada conforme a lei não só é importante para se evitar a informalidade como também para o seu crescimento, quando ela cresce, se torna conhecida e ganha espaço no mercado, tendo assim a oportunidade de fornecer seus produtos ou serviços para grandes redes de varejo ou até mesmo participar de licitações públicas para ter como um de seus clientes o governo. Para isso a empresa deverá ser registrada legalmente, tendo um CNPJ (cadastro nacional da pessoa jurídica).

Outros fatores fundamentais para a abertura de uma empresa são as orientações de um advogado para ajudar nos aspectos legais, um contador para ser responsável pelas finanças e declarações de impostos e dos órgãos fiscais do seu município para que a empresa e suas instalações estejam sempre dentro das normas exigidas.

## 8.2 Aspectos Legais e Tributários das Micro e Pequenas Empresas

### 1) Lei geral das micro e pequenas empresas:

Para a regulamentação das Micro e Pequenas empresas (MPE's) existe a "lei geral das micro e pequenas empresas" que corresponde à Lei Complementar nº 123, de 18/12/2006, que regulamenta o Estatuto Nacional da Microempresa (ME) e da Empresa de Pequeno Porte (EPP), estabelecendo normas que dão um tratamento diferenciado e favorecido para estas empresas.

### Princípios da lei geral das micro e pequenas empresas:

1. *Geração de emprego.*
2. *Distribuição de renda.*
3. *Redução da informalidade.*
4. *Incentivo ao crescimento das empresas.*
5. *Ampliação da competitividade.*
6. *Desenvolvimento da economia.*

### Principais objetivos da lei:

1. *Estabelecer forma diferenciada, simplificada e regime único de recolhimento de impostos e contribuições da União, Estados, Distrito Federal e Municípios.*
2. *Estimular a formação das microempresas e empresas de pequeno porte.*
3. *Simplificar o cumprimento de obrigações trabalhistas.*
4. *Proporcionar meios de acesso ao crédito, às novas tecnologias e aos mercados.*
5. *Criar o cadastro integrado.*
6. *Simplificar a abertura e baixa de empresas.*
7. *Estimular o associativismo.*
8. *Estimular a utilização de mediação e arbitragem.*

**Não poderá se beneficiar do tratamento jurídico diferenciado previsto na Lei das MPE's, a pessoa jurídica:**

1. *De cujo capital participe outra pessoa jurídica.*
2. *Que seja filial, sucursal, agência ou representação de empresas com sede no exterior.*
3. *De cujo capital participe empresário ou sócio de outra empresa que receba tratamento jurídico diferenciado, em que a receita bruta total ultrapasse o limite previsto para MPE's.*
4. *Cujo titular ou sócio participe com mais de 10% do capital de outra empresa não beneficiada pela Lei nº 123 / 2006.*
5. *Cujo sócio ou titular seja administrador ou equiparado de outra pessoa jurídica com fins lucrativos, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite previsto para as MPE's.*
6. *Constituída sob a forma de cooperativas, salvo as de consumo.*
7. *Que participe do capital de outra pessoa jurídica.*
8. *Que exerça atividade de banco, de sociedade de crédito, financiamento e investimento ou de crédito imobiliário, de corretora, dentre outras.*
9. *Seja resultante ou remanescente de cisão ou qualquer outra forma de desmembramento de pessoa jurídica que tenha ocorrido em um dos cinco anos-calendário anteriores.*
10. *Seja constituída sob a forma de sociedade por ações.*

(JÚNIOR, A. e PISA, B. J. *Administrando micro e pequenas empresas*. Elsevier Editora, 2010. – pág 75.)

**2) Sistema Simples Nacional:**

No Brasil existem, atualmente, três regimes de tributação previstos pela lei e cabe ao empreendedor fazer a escolha de qual é o melhor regime de tributação a ser adotado para o seu negócio, ou seja, ele deve escolher qual a maneira legal com que os impostos da sua empresa serão calculados. Segundo Júnior e Pisa (2010), os três regimes de tributação são:

1- Lucro real: o imposto deverá ser calculado com base no lucro registrado no balanço.

2- Lucro presumido: o imposto deverá ser calculado com base em uma estimativa do lucro a ser alcançado pela empresa.

3- Simples: corresponde ao regime especial e unificado de arrecadação de impostos e contribuições devidos pelas Microempresas (MP) e Empresas de Pequeno Porte (EPP), instituído pela Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 (LC 123 / 2006), vigente a partir de 1º de julho de 2007 e alterações posteriores.

O Simples é um regime opcional e não um tributo a mais. É uma forma de arrecadação mensal que unifica oito tributos, entre eles federais, estaduais e municipais, que são calculados a partir da receita bruta mensal da empresa. (Tabela 3 dos anexos).

Porém o Simples não exclui as MPE's de contribuições como o IOF (imposto sobre operações financeiras), II (imposto sobre a importação), IE (imposto sobre a exportação), contribuições ao FGTS, ITR (imposto sobre a propriedade territorial rural) e demais descritos na lei para cada tipo de pessoa jurídica.

A condição para enquadramento no Simples Nacional é a receita bruta anual que no caso das Microempresas (ME's) deve ser igual ou inferior a R\$ 240.000,00 e no caso das Empresas de Pequeno Porte (EPP's) deve ser superior a R\$ 240.000,00 e inferior a R\$ 2.400.000,00. As empresas enquadradas nessas condições terão a opção de aderir ou não ao Simples, podendo inclusive optar pela tributação baseada no lucro presumido. Esta decisão só deverá ser tomada após uma consulta detalhada junto ao contador da empresa que avaliará qual deles é o regime mais vantajoso.

Segundo as leis complementares nº 123 / 2006 e nº 128 / 2008 as principais características do sistema Simples Nacional são:

- Ser facultativo;
- Ser irretratável para todo o ano-calendário;
- Apuração e recolhimento dos tributos abrangidos mediante documento único de arrecadação;

- Disponibilização às ME's e às EPP's de sistema eletrônico para a realização do cálculo do valor mensal devido;
- Apresentação de declaração única e simplificada de informações socioeconômicas e fiscais;
- Possibilidade de os estados adotarem sublimites de EPP's em função da respectiva participação no PIB;
- A Lei Complementar 128/08, que ajustou a Lei do Simples Nacional permitiu o parcelamento de débitos tributários para empresas que estavam solicitando adesão ao sistema pela primeira vez.

A lei do Simples Nacional em seu artigo nº 17 determina que algumas atividades não estão permitidas a se enquadrar neste regime de tributação como, por exemplo: transporte intermunicipal e interestadual de passageiros; importação ou fabricação de automóveis e motocicletas; produção ou venda no atacado de cigarros, armas de fogo, munições e pólvoras, explosivos e detonantes; bebidas alcoólicas e refrigerantes; dentre outras.

Microempresas e Empresas de Pequeno Porte optantes pelo regime de tributação do Simples Nacional também deverão adotar os livros de registro e controle, descritos na Tabela 4 dos anexos. Deve-se prestar atenção também aos livros de registros específicos de setores como o do comércio de veículos que tem o Livro de Registro de Veículos e o do comércio de combustíveis, que tem o Livro de Movimentação de Combustíveis (LMC). Este não só é necessário para fins tributários como também para o credenciamento e funcionamento de um posto revendedor de combustíveis junto à ANP (Agência Nacional do Petróleo), órgão do governo que regula este setor.

A lei do Simples também ajuda as ME's e EPP's na simplificação das obrigações trabalhistas, dispensando elas de:

1. Afixação de quadro de trabalho.
2. Anotação de férias dos empregados nos respectivos livros ou fichas de registro.

3. Empregar e matricular aprendizes nos cursos dos Serviços Nacionais de Aprendizagem (SENAI).

4. Posse do livro “Inspeção do Trabalho”.

5. Comunicações devidas ao Ministério do Trabalho e Emprego a exemplo da concessão de férias coletivas.

### **3) Lei do Empreendedor individual:**

A Lei Complementar 128 / 2008 também criou a figura do empreendedor individual, para que este possa registrar o seu negócio e ter certos benefícios que a Lei oferece como: aposentadoria, aposentadoria por invalidez, salário maternidade, pensão por morte e auxílio reclusão, acesso a serviços bancários e ao crédito, obter um CNPJ, poder emitir notas fiscais, entre outras vantagens. Esta lei também prevê o enquadramento do empreendedor individual no Simples Nacional, possibilitando a isenção de impostos federais tais como Imposto de Renda, PIS, COFINS, IPI e CSLL.

Segundo Júnior e Pisa (2010), para ter o seu negócio enquadrado nesta lei o empreendedor deverá:

- Ter receita bruta anual de até R\$ 36 mil (R\$ 3 mil por mês). A comprovação se dará mediante apresentação do registro de vendas ou de prestação de serviços; quanto ao conceito de receita bruta a Lei nº 123/06 a descreve como o produto da venda de bens e serviços pelo preço de venda, não incluídas as vendas canceladas e os descontos concedidos.

- Ter no máximo um funcionário com renda de até um salário mínimo mensal ou o piso da categoria.

- Não ter filial, não ser titular, sócio ou administrador de outra empresa.

- Exercer suas atividades no comércio, culinária, artesanato, serviços de estética, serviços de manutenção e reparação em geral, dentre outros.

Do empreendedor individual dispensa-se a contabilidade formal, sendo exigido apenas o controle das compras, das vendas e do lucro obtido.

### **8.3 Custos e Prazos Para a Criação de Uma Empresa**

- **Custos**

O custo da abertura de uma empresa pode variar de acordo com o município no qual a empresa irá se estabelecer e de acordo com as especificidades do ramo de atividade do empreendimento. As taxas cobradas pelos órgãos que atuam nesse processo variam e a esse valor ainda deve ser adicionado os custos dos honorários do contador.

Em média, segundo dados do ano de 2009, os custos totais para se abrir uma empresa variam entre R\$ 500,00 e R\$ 1.500,00. Esse valor poderá ser maior para alguns ramos de atividade em especial, nos quais há a necessidade de, por exemplo, se obter um licenciamento ambiental. Sendo assim o desembolso por parte do empreendedor para a abertura da sua empresa pode chegar em torno dos R\$ 2.500,00. Júnior e Pisa (2010).

Estes custos referem-se apenas a formalização da empresa nos aspectos jurídicos e contábeis (pagamento de guias, emissão de notas fiscais, registro da marca, autenticações e etc.), é claro que existem muitos outros investimentos que não são de natureza legal e sim que dizem respeito à compra do ponto de comércio, o prédio, máquinas e todo o necessário para que o negócio entre em funcionamento.

- **Prazos**

O prazo para a abertura de uma empresa também varia de acordo com o lugar e o ramo de atividade além de depender da documentação exigida para o setor onde ela vai atuar e da situação fiscal dos sócios. De acordo com informações divulgadas pelo SEBRAE em 2009, o prazo médio para a abertura de uma empresa é de 20 a 40 dias. No caso de alguns estados brasileiros como São Paulo este prazo já está reduzido a duas semanas.

Podemos dizer que houve um avanço, pois em 2007 este prazo variava de 40 a 150 dias. Essa redução no prazo deve-se à Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas que desburocratizou e facilitou este processo. Porém ainda há muito o que melhorar se compararmos com dados da revista Exame de agosto de 2008, que mostra o tempo para este processo em outros países: Austrália: 2 dias; Bélgica: 4 dias; Canadá: 3 dias e Estados Unidos: 6 dias.

#### **8.4 Procedimentos Para a Formalização**

A formalização de uma empresa exige que sejam tomadas diversas providências e que o empreendedor entre em contato com diversos órgãos e instituições as quais cada uma tem os seus próprios padrões de funcionamento e prazos a serem cumpridos durante o processo de formalização de uma empresa.

Sendo este processo tão complicado é aconselhável a contratação de um contador não apenas para a abertura de uma empresa, mas também para a escrituração rotineira do negócio.

Na Tabela 5 dos anexos temos um resumo dos principais órgãos a serem visitados pelo empreendedor e a sua finalidade no processo de abertura de uma empresa.

## 9 ABRINDO UMA EMPRESA PASSO A PASSO

### 9.1 18 Passos para abrir uma empresa

Abrir uma empresa pode parecer uma tarefa muito difícil para alguns novos empreendedores, mas ela pode se tornar muito mais fácil se a separarmos em etapas.

A seguir estão 18 passos definidos por Júnior e Pisa (2010), a partir das orientações do SEBRAE, obtidas em sua página na Internet ([www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)) que facilitam em muito este processo, desde que estes passos sejam seguidos na ordem em que se apresentam, uma vez que os documentos obtidos em um poderão ser necessários para o próximo passo:

#### 1) Determinação do tipo jurídico:

O tipo jurídico determina o regime no qual uma empresa se enquadra, através dele o fisco tem mais controle sobre a empresa e determina os seus direitos e obrigações.

A opção do tipo jurídico da empresa a ser aberta deve levar em conta tanto as características do negócio quanto os objetivos do empreendedor. Algumas atividades, por determinação legal, só poderão existir sob a forma de sociedade, com dois sócios ou mais, a exemplo das empresas prestadoras de serviços.

Segundo o Código Civil há dois tipos de sociedades:

- **Sociedade Simples:** é formada por pessoas que exercem profissão de natureza intelectual, científica, artística ou literária, mesmo sem empregados.
- **Sociedade Empresarial:** é aquela na qual se exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens ou de serviços, constituindo elemento de empresa (art. 981 do Novo Código Civil).

Cada uma destas duas espécies também pode ser classificada conforme o seu setor econômico. Existem três setores definidos para as atividades empresariais:

- **Setor Primário:** empresas atuantes no setor agrícola.
- **Setor Secundário:** empresas que atuam nas indústrias.
- **Setor Terciário:** empresas atuantes na prestação de serviços.

Segundo Júnior e Pisa (2010), existem outras formas para a classificação que podem ser determinadas pela quantidade de sócios, tamanho, fins organização ou natureza:

- **Empresa individual:** quando a empresa é constituída por apenas uma pessoa, que é o proprietário, neste tipo de organização o capital particular do proprietário se confunde com o da empresa.
- **Empresa por Cotas ou de Responsabilidade Limitada:** é o tipo mais comum, é aquela em que a responsabilidade dos sócios será medida de acordo com a quantidade de cotas que possuem. Mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. Este também é o tipo mais utilizado pelas MPE's.
- **Sociedade Anônima:** tem seu capital distribuído em ações e a responsabilidade de cada sócio, ou acionista, é correspondente a quantidade e valor das ações que ele possui.
- **Sociedade em Comandita Simples:** tipo de sociedade em que além dos sócios de responsabilidade ilimitada e solidária, existem aqueles que entram apenas com capital, não participando da gestão do negócio, tendo sua responsabilidade restringida ao capital subscrito.
- **Sociedade em Comandita por Ações:** são regidas pelas mesmas normas das sociedades anônimas visto estar o seu capital dividido em ações.
- **Sociedade em Nome Coletivo:** deve ser constituída somente por pessoas físicas, sendo que todos os sócios respondem solidária e ilimitadamente pelas obrigações sociais.

- **Sociedade sem Fins Lucrativos:** são as organizações onde toda a receita é revertida para as atividades que elas mantêm, geralmente são de caráter social e humanitário.
- **Microempresa:** o empresário, pessoa jurídica, ou a ela equiparada que possua receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 240.000,00 (Lei nº 123 de 14/12/2006).
- **Empresa de Pequeno Porte:** o empresário, pessoa jurídica, ou a ela equiparada que tenha receita bruta anual superior a R\$ 240.000,00 e igual ou inferior a R\$ 2.400.000, 00 (Lei nº 123 de 14/12/2006).

Júnior e Pisa (2010), ainda acrescentam que “as MPE’s não precisam nem devem se organizar de forma sofisticada e cara”. Segundo eles as duas melhores formas de se constituírem e atuarem legalmente são:

1. **Firma Individual:** é a situação na qual a empresa pertence a uma única pessoa.
2. **Sociedade Limitada:** situação em que os sócios têm responsabilidade limitada.

## 2) Consulta comercial:

A consulta comercial tem como objetivo a aprovação para o local de funcionamento da empresa, pela Prefeitura Municipal. É importante verificar a viabilidade do local escolhido com muita antecedência para que haja tempo de se procurar outro no caso do local não ser aprovado.

Existem dois órgãos responsáveis por fornecer essa aprovação que são a Prefeitura Municipal e a Secretaria Municipal de Urbanismo. O empreendedor deve se dirigir a um desses locais portando os seguintes documentos:

- Cópia do carnê de IPTU do local.
- Formulário fornecido pela prefeitura, próprio para esse fim, preenchido com as seguintes informações:
  - Área do estabelecimento medida em metros quadrados;
  - Endereço completo do local;

- Descrição da atividade a ser implantada no local.

### **3) Busca de um nome comercial:**

Consiste em uma consulta na Junta Comercial para verificar se já existe alguma outra empresa registrada com o nome comercial pretendido. Esta solicitação deverá ser encaminhada na forma de um formulário fornecido pela própria junta no qual podem ser pesquisados até três nomes de cada vez.

Uma vez obtida a uma resposta positiva, o registro do nome pode ser feito junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI.

Dependendo do tipo jurídico da empresa, o nome comercial pode ser de três formas: firma individual, denominação e razão social. A firma individual refere-se ao empresário individual enquanto as sociedades podem usar dois tipos de nome comercial, a denominação e a razão social:

**1. Firma Individual:** o nome comercial será o nome do proprietário ao qual pode, ou não, ser acrescida a especificação da atividade:

- Henrique Silva Dias.
- Henrique Silva Dias Consertos de Pranchas de Surfe.

**2. Denominação:** É um termo criado ao qual é acrescido o objetivo da empresa e o seu tipo jurídico que pode ser abreviado ou por extenso:

- Big Wave Comércio de Pranchas de Surfe Limitada.
- Big Wave Comércio de Pranchas de Surfe Ltda.

**3. Razão Social:** Consiste na utilização do nome de sócios:

- Silva e Dias Ltda.
- Silva e Cia. Ltda.
- Irmãos Silva e Cia. Ltda.

No caso das microempresas a expressão “Microempresa” ou “ME” deve ser acrescentada ao nome comercial:

– Henrique Silva Dias Consertos de Pranchas de Surfe ME.

#### **4) Arquivamento do contrato social:**

O Contrato Social é o instrumento constitutivo, o item mais importante no começo de uma empresa, é como se fosse a certidão de nascimento de uma pessoa jurídica, decorrendo deste ato todos os seus direitos e obrigações, é a partir dele que a empresa passa a existir para a sociedade.

Segundo o Novo Código Civil, no contrato social deverão estar claramente definidos os seguintes itens:

- Interesse das partes.
- Finalidade e objetivo da empresa.
- Descrição do tipo de sociedade e de como será a integralização de cotas.

Para todas as empresas, a exceção das MPE's que estão dispensadas desta apresentação, o contrato social deverá conter a assinatura de um advogado para ter validade.

Uma vez pronto o contrato social, deve-se fazer o seu registro na Junta Comercial do estado ou no Cartório de Registros de Pessoa Jurídica. Para isto são necessários os seguintes documentos:

- Contrato Social ou Declaração de Empresário Individual, assinados em 3 vias.
- Cópia autenticada do RG e CPF do titular ou dos sócios.
- Cópia autenticada da carteira da OAB do advogado (exceto para as MPE's).
- Requerimento Padrão – Capa da Junta Comercial.
- Declaração de microempresa ou empresa de pequeno porte, em 3 vias.
- FCN – Ficha de Cadastro Nacional modelos 1 e 2.

- Comprovante de endereço da empresa podendo ser contrato de locação do imóvel, talão do IPTU ou declaração do proprietário cedendo o imóvel).
- Pagamento de taxas através de DARF (Documento de Arrecadação de Receitas Federais do Ministério da Fazenda).

Após o registro da empresa o proprietário obtém o NIRE - número de identificação do registro de empresa, que nada mais é do que uma etiqueta contendo um número, que deverá ser fixada no contrato antes que finalmente uma das vias do contrato social ou da declaração de empresário individual seja arquivada pela junta comercial para fins de controle.

#### **5) Solicitação do CNPJ:**

Para uma empresa, ter um número de CNPJ significa estar incluída no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, mas para se obter este registro é necessário estar informado sobre o enquadramento da empresa, que foi o objeto de estudo do passo 1, para assim classificar a empresa quanto a tributação e fiscalização.

O registro do CNPJ é feito exclusivamente através da Internet, no endereço eletrônico: [www.receita.fazenda.gov.br](http://www.receita.fazenda.gov.br) no qual se faz o *download* de um programa específico para este fim. Os documentos exigidos poderão ser entregues nas secretarias da Receita Federal ou enviados pelo correio e o comprovante do CNPJ fica disponível na própria página da Receita Federal na Internet.

Documentação a ser enviada para a Receita Federal:

- DBE (documento básico de entrada) que deverá ser impresso a partir do formulário eletrônico de encaminhamento e assinado pelo administrador ou responsável perante a Receita Federal, com firma reconhecida.
- Cópia autenticada do Contrato Social ou Requerimento de Empresário Individual, registrado na junta comercial.
- Cópia autenticada do Pedido de Enquadramento de ME ou EPP, se for o caso.

É aconselhável que o empreendedor procure um contador para que este possa auxiliá-lo neste processo, principalmente no que diz respeito a um possível enquadramento no Simples.

#### **6) Alvará de licença:**

O alvará de licença é o documento que permite o desempenho de atividades comerciais, industriais, agrícolas e de prestação de serviços, bem como sociedades e associações de qualquer tipo, sendo elas de pessoas físicas ou jurídicas.

O licenciamento representado pelo documento do alvará de licença pode ser fornecido pela Prefeitura Municipal, Administração Regional ou pela Secretaria Municipal da Fazenda. A documentação a ser encaminhada para a solicitação do alvará é:

- Formulário fornecido pela Prefeitura, preenchido.
- Aprovação da consulta comercial.
- Cópia do CNPJ.
- Cópia do Contrato Social.
- Laudo do corpo de bombeiros, se necessário.
- Laudo da vigilância sanitária, se necessário.
- Documentos específicos pedidos na consulta comercial, caso necessário.

#### **7) Inscrição Estadual:**

É o registro no Cadastro de Contribuintes do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços – ICMS, da Receita Estadual.

Qualquer empresa que desempenhe atividades que envolvam a circulação de mercadorias, indústria e serviços de transporte intermunicipal e interestadual, assim como as empresas concessionárias dos serviços de comunicação e energia, devem solicitar uma Inscrição Estadual, que é feita na Secretaria da Fazenda do Estado e requer a seguinte documentação:

- Formulários de cadastro encontrados no endereço eletrônico da Receita Estadual, devidamente preenchidos e assinados pelo responsável pela empresa.
- Certidão Negativa para débitos de tributos estaduais ou cópia autenticada.
- Instrumento constitutivo da sociedade ou declaração de empresário, devidamente arquivado na Junta Comercial do Estado.
- Comprovante de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ.
- Cópia autenticada do comprovante de localização da empresa, geralmente a primeira folha do carnê do IPTU.
- Cópia autenticada do documento que comprove direito de uso do imóvel, que poderá ser o contrato de locação, de comodato ou escritura pública.
- Cópia do RG e do CPF dos sócios.
- Comprovante de endereço dos sócios, pode ser cópia autenticada.
- Contrato de prestação de serviços do contador da empresa.
- Certificado de regularidade profissional do contador da empresa, emitido pelo Conselho regional de Contabilidade.
- Cópia do alvará de licença. Em alguns estados a inscrição estadual é solicitada antes do alvará de funcionamento.
- Enquadramento para microempresa ou empresa de pequeno porte, se for o caso.

Tratando-se de uma empresa que também seja prestadora de serviços, é necessária a inscrição na Secretaria da Fazenda Municipal com a documentação a seguir:

- Fichas de cadastramento, duas vias de cada.
- Cópia do Instrumento Constitutivo.
- Cópia do CNPJ.
- Comprovante de contribuinte do Imposto Sobre Serviços – ISS.
- Cópia do comprovante de localização da empresa.
- Cópia do comprovante de endereço dos sócios.
- Cópia do RG e do CPF dos sócios.

**8) Alvará Sanitário:**

A Licença Sanitária, ou também Alvará Sanitário, deve ser solicitada por todo estabelecimento que produzir, manipular, comercializar, armazenar ou transportar produtos e serviços que exerçam influência sobre a saúde humana, como farmácias e consultórios médicos ou odontológicos.

Esta licença tem como objetivo comprovar que o estabelecimento atende às exigências da Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA.

O Alvará Sanitário pode ser obtido junto a Secretaria Municipal da Saúde e requer a seguinte documentação:

- Cópia do Contrato Social.
- Cópia do CNPJ.
- Cópia do atestado de viabilidade, aprovado na consulta comercial.

**9) Matrícula no Cadastro Específico do INSS (CEI):**

Segundo a Previdência Social, “todas as pessoas, físicas ou jurídicas, consideradas ou equiparadas a empresas pela legislação previdenciária, estão obrigadas à matrícula, que se caracteriza como ato de cadastramento para identificação do contribuinte na SRP (Secretaria da Receita Previdenciária)”.

A matrícula pode ser feita pela Internet ou nas agências da Previdência Social, ao mesmo tempo em que é feita a inscrição no CNPJ ou, em um prazo de 30 dias a partir do início de suas atividades, perante o INSS (Instituto Nacional do Seguro Social), caso não haja CNPJ.

**10) Inscrição Municipal – IM:**

É o número de identificação do contribuinte no Cadastro Tributário Municipal. A Inscrição Municipal é impressa no documento do alvará de funcionamento, que deve ser fixado em local visível na sede da empresa.

Segundo Júnior e Pisa (2010), no que diz respeito ao imposto sobre serviços de qualquer natureza – ISS, que é um tributo municipal, a Inscrição Municipal tem como objetivos:

- Informar que a empresa está inscrita na prefeitura como prestadora de serviços.
- Controlar o pagamento dos impostos.
- Autoriza as empresas a solicitar notas fiscais de serviços.
- Qualificar a empresa a participar de concorrências públicas.

Para obter uma Inscrição Municipal, deve-se apresentar na prefeitura as cópias dos seguintes documentos:

- Requerimento assinado.
- CNPJ.
- Instrumento Constitutivo.
- Contrato de locação, comodato ou escritura do imóvel.
- RG e CPF dos sócios.
- Guia de pagamento do IPTU desde que não tenha débitos anteriores, devendo apresentar, pagas, as guias com débitos referentes a exercícios anteriores.
- Guia do DAM (Documento de Arrecadação Municipal) comprovando o recolhimento da taxa de inscrição municipal expedido pela Secretaria Municipal de Finanças – SEFIN.
- Certificado de regularidade do contador responsável, expedido pelo Conselho Regional de Contabilidade.

#### **11) Autorização da Secretaria do Meio Ambiente:**

Para obter o licenciamento ambiental o empreendimento deverá atender a algumas medidas de controle e restrições. Esta autorização é obrigatória para empresas que desempenham atividades potencialmente poluidoras, como indústrias, hospitais, postos de combustíveis, fábricas de tecidos e demais tipos de empreendimentos previstos em lei.

Documentos solicitados pelos órgãos ambientais para o fornecimento do licenciamento ambiental:

- Formulário de caracterização do empreendimento.
- Termo de Responsabilidade fornecido pelo órgão ambiental solicitado, assinado pelo representante da empresa.
- Anotação de Responsabilidade Técnica (ART) ou equivalente, emitida pelo profissional responsável pelo gerenciamento ambiental da atividade.
- Declaração da prefeitura atestando que o empreendimento está de acordo com as normas e regulamentos municipais.

### **12) Autorização do Corpo de Bombeiros:**

De acordo com a atividade a ser desenvolvida as prefeituras podem exigir uma vistoria técnica do estabelecimento e um Alvará de Licença do Corpo de Bombeiros atestando que as condições de segurança e proteção contra incêndios são adequadas às normas de segurança. A vistoria consiste na verificação dos extintores de incêndio (seu tipo e localização), saídas de emergência, portas corta-fogo e hidrantes. Para o requerimento da vistoria e autorização o requerente, no caso o empreendedor, deverá preencher um formulário no qual informa inclusive a metragem da área construída e deve fazer o pagamento da taxa junto a um banco indicado.

### **13) Vistoria de higiene e segurança do trabalho:**

Para fazer a solicitação da vistoria de higiene e segurança basta o empreendedor ir à Delegacia Regional do Ministério do Trabalho e preencher um formulário de solicitação.

**14) Inscrição na Delegacia Regional do Trabalho – DRT:**

No caso de admissão ou demissão de empregados, estas deverão ser comunicadas à Delegacia Regional do Trabalho, por meio do preenchimento de um formulário lá fornecido.

**15) Inscrição no Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS:**

Para se inscrever no FGTS o responsável pela empresa deve procurar uma agência da Caixa Econômica Federal com a seguinte documentação:

- Cópia do Instrumento Constitutivo do empreendimento (contrato social e alterações, estatuto, ata, declaração de empresário).
- CNPJ.
- Cópias autenticadas do RG e do CPF dos responsáveis.

A inscrição é necessária para a comprovação da situação regular da empresa junto ao FGTS, que permite a obtenção do Certificado de regularidade Fiscal – CRF, recolher FGTS e Informações da Previdência Social.

**16) Inscrição no sindicato patronal:**

A empresa deverá se inscrever no sindicato patronal da atividade a qual ela desempenha, iniciando o recolhimento do Imposto Sindical Patronal.

Esta adesão é obrigatória e tem como benefício a possibilidade de o empresário participar das decisões e defender os seus direitos.

Para se obter informações a respeito de para qual sindicato a empresa deve recolher a Contribuição Sindical deve-se procurar a Federação do Comércio do Estado ou a Federação das Indústrias do Estado. O valor da contribuição é proporcional ao capital da empresa.

**17) Livros fiscais exigidos:**

Os livros fiscais devem ser autenticados antes do início das atividades da empresa ou a cada livro novo. O Ministério da Fazenda exige que os registros das operações das empresas sejam feitos em livros fiscais. Estes livros estão separados em três categorias: entrada, saída e apuração.

A maioria das empresas utiliza programas de computador para fazer os seus livros fiscais, o que simplifica a contabilidade e a fiscalização.

O art. 32 da Lei do Simples Nacional determina que as MPE's optantes pelo Simples, estão dispensadas de escrituração para fins fiscais, porém devem manter:

*I - Livro Caixa, no qual deverá estar escriturada toda a sua movimentação financeira, inclusive bancária;*

*II - Livro de Registro de Inventário, no qual deverão constar registrados os estoques existentes no término de cada ano-calendário;*

*III - Todos os documentos e demais papéis que sirvam de base para a escrituração dos livros referidos nos incisos I e II.*

*Parágrafo único. O disposto neste artigo não dispensa o cumprimento por parte da microempresa e da empresa de pequeno porte, das obrigações acessórias previstas na legislação previdenciária e trabalhista.*

**18) Impressão das notas fiscais:**

Para dar início às atividades da empresa, também será necessário, além da autenticação dos livros fiscais, a impressão das notas fiscais. De acordo com as atividades da empresa e a forma da comercialização de seus produtos, os tipos de notas fiscais serão diferentes. Mesmo que a empresa esteja isenta do ICMS ou do ISS ela ainda assim deverá emitir notas fiscais de venda de mercadorias ou de serviços.

A Autorização para a Impressão de Documentos Fiscais – AIDF é emitida pela Secretaria da Fazenda Estadual, no caso de uma atividade de comércio, ou pela Prefeitura Municipal no caso das empresas de prestação de serviços. Uma vez autorizado o empresário deve procurar uma gráfica credenciada para a impressão dos blocos de notas fiscais.

Após estes 18 passos a sua empresa já está pronta para abrir as portas e operar legalmente, com a certeza de que toda a sua documentação está perfeitamente dentro das normas e dos padrões exigidos.

## 10 ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA O NOVO NEGÓCIO

### 10.1 Revisando conceitos de marketing

Uma empresa pode encerrar as suas atividades por conta de diversos fatores, alguns externos como o surgimento de uma nova tecnologia ou uma mudança no mercado que leva os produtos ou serviços de uma determinada empresa a não serem mais necessários ou simplesmente obsoletos. Contudo, segundo Machado (2007), a maioria das empresas fecha as suas portas devido a falhas internas como falta de habilidade gerencial, fraca gestão estratégica, falta de visão e falta de planejamento de marketing. Este último é fundamental, pois o empreendedor deve conhecer da melhor maneira possível o mercado no qual está entrando para não acabar em um ponto de venda inadequado, errar na previsão de vendas ou mesmo não ter preocupação quanto ao tratamento do cliente nas áreas onde eles mais necessitam de atenção.

Para o bom andamento de um negócio também é interessante a análise mais profunda de alguns conceitos de marketing, dentre eles o mais difundido é o do “Marketing Mix” ou Composto de Marketing que é formado por um conjunto de variáveis controláveis que influenciam a maneira com que os consumidores respondem ao mercado. Trata-se de um conjunto de pontos de interesse para os quais as organizações devem estar atentas se desejam perseguir os seus objetivos de marketing.

O composto de marketing é dividido em 4 seções freqüentemente chamadas de “Os 4 P’s”, que são: Produto, Preço, Praça (ponto de venda) e Promoção.

Os quatro fatores do composto de marketing estão inter-relacionados, decisões em uma área afetam ações em outra. Para ilustrar, o projeto de um composto de marketing certamente é afetado pelo fato de a empresa escolher competir com base no preço ou em um ou mais fatores. Quando uma empresa depende do preço como ferramenta competitiva primária, os outros fatores devem ser desenhados de uma determinada forma para dar suporte a uma estratégia de preço agressiva. Por exemplo, a campanha promocional provavelmente será construída em torno de um tema de “preços baixos, baixos”. Em uma concorrência fora da área de preço, entretanto, as

estratégias de produto, distribuição e promoção vêm na frente. Nesse caso, o produto deve ter características que justifiquem um preço mais alto e a promoção deve criar uma imagem de alta qualidade para o produto.

**Os 4 P's do composto de marketing:**

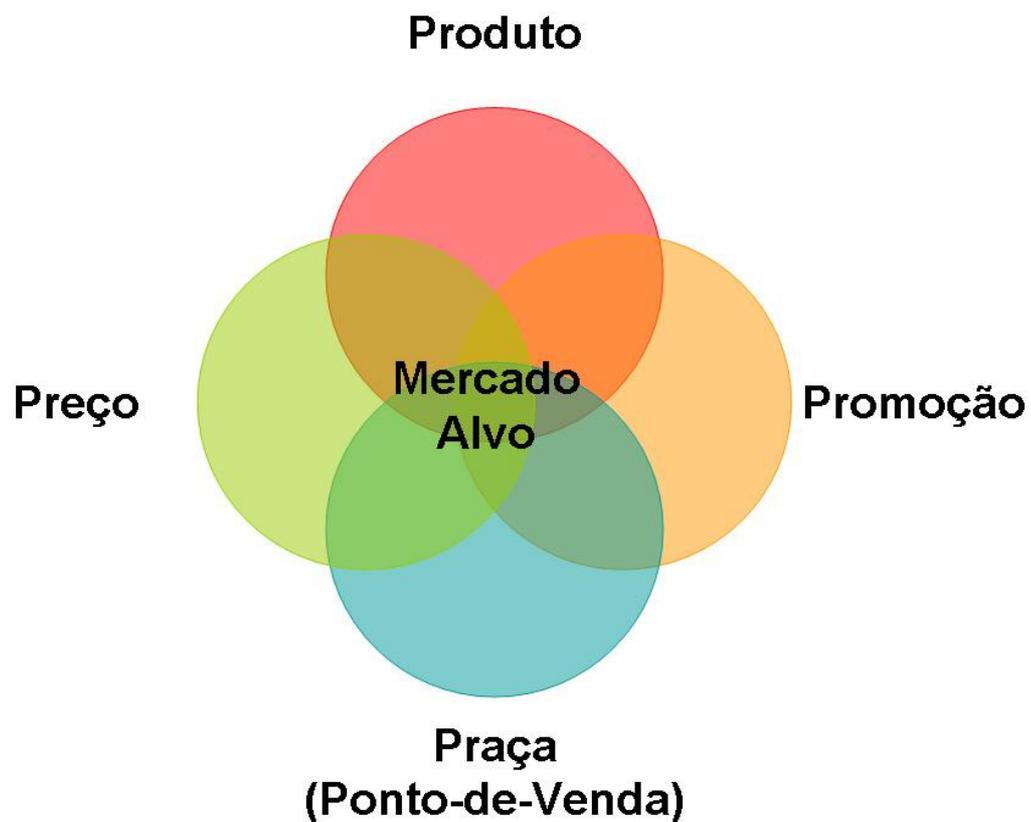


Figura 1.

Fonte: Google Images, disponível em: <<http://www.portaldomarketing.com.br/images/4ps.jpg>>. (Acesso em 17/05/2010).

**1- Produto:** Tudo o que se refere ao produto ou serviço em si, como formulação física, características, produção, qualidade, marca, design, embalagem, etc;

**2- Preço:** Processo de definição de um preço para o produto, incluindo descontos e financiamentos, tendo em vista o impacto não apenas econômico, mas também psicológico de uma precificação. O responsável por essa área deve cuidar da lista de preços e passar aos vendedores os descontos por quantidades adquiridas e, principalmente, se o preço será competitivo diante da concorrência. Na percepção do cliente o preço deve oferecer a melhor relação entre custo e benefício;

**3- Praça:** Preocupa-se com a distribuição e refere-se aos canais através dos quais o produto chega aos clientes, inclui pontos de vendas, pronta-entrega, horários e dias de atendimento e diferentes vias de compra. Essa variável abrange o estudo dos canais de distribuição. Existem muitas formas de distribuição de um produto ou serviço, mas as principais são distribuição direta e indireta. Distribuição direta é quando o produtor do serviço ou produto vende diretamente ao consumidor. Exemplos claros são as famosas "lojas de fabrica" e os próprios prestadores de serviço que executam o serviço diretamente ao consumidor, como os cabeleireiros e dentistas. A distribuição indireta é quando o produtor utiliza-se de distribuidores para vender o produto ou serviço ao consumidor, que são os casos de supermercados, conveniências e até as próprias livrarias.

**4- Promoção:** todas as tarefas de comunicação que visam promover o consumo do produto ou serviço, promoção de vendas, publicidade, força de vendas, relações públicas, marketing direto, propaganda e etc. Refere-se aos diferentes métodos de promoção do produto, marca ou empresa.

Para a abertura de um negócio também é importante estudar um modelo conhecido como "As Cinco Forças de Porter". Este modelo foi concebido por Michael Porter em 1979 e destina-se à análise da competição entre empresas. São considerados cinco fatores, que são as "forças" competitivas, que devem ser estudados para que se possa desenvolver uma estratégia empresarial eficiente. Uma mudança em qualquer uma das forças normalmente requer uma nova pesquisa para re-avaliar o mercado.

Porter avalia que a estratégia competitiva de uma empresa deve aparecer a partir da abrangência das regras da concorrência que definem a atratividade de uma indústria.

### As Cinco Forças de Porter:



Figura 2.

Fonte: Google Images, disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Cinco\\_For%C3%A7as\\_de\\_Porter.png](http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Cinco_For%C3%A7as_de_Porter.png)>. (Acesso em 17/05/2010).

**1- Rivalidade entre os concorrentes:**

Para a maioria das indústrias, esse é o principal determinante da competitividade do mercado. Às vezes rivais competem agressivamente, não só em relação ao preço do produto, como também a inovação, marketing, etc;

**2- Poder de Barganha dos clientes:**

Os clientes exigem mais qualidade por um menor preço de bens e serviços. Também competindo com a indústria, forçando os preços para baixo. Assim jogando os concorrentes uns contra os outros. Também descrito como o mercado de realizações é a capacidade dos clientes de colocar a empresa sob pressão;

**3- Poder de Barganha dos fornecedores:**

Também descrito como mercado de insumos. Fornecedores de matérias-primas, componentes e serviços para a empresa podem deter uma fonte de poder. Fornecedores podem recusar-se a trabalhar com a empresa ou, por exemplo, cobrar preços excessivamente elevados para recursos únicos;

**4- Ameaça de Novos Entrantes:**

Muitas empresas entram no mercado com o desejo de conseguir uma fatia de um setor. Caso haja barreiras de entradas que possam dificultar a sua inserção, fica mais difícil a sua fixação no mercado, então dizemos que a ameaça de entrada é pequena. Se o concorrente estabelecer-se pode haver perda de rentabilidade por parte de empresa. Com a ajuda de barreiras ficará muito difícil para o concorrente conseguir para ele os melhores clientes. Neste caso, se o concorrente se estabelecer no mercado, ele eventualmente vai ficar com os piores clientes, tendo mais dificuldade para conseguir entrar no novo mercado;

**5- Ameaça de produtos substitutos:**

A existência de produtos (bens e serviços) substitutos no mercado, que quando analisados, desempenham funções equivalentes ou parecidas é uma condição básica de barganha que pode afetar as empresas. Assim os substitutos estes podem limitar os

lucros em tempos normais, e também podem reduzir as fontes de riqueza que a indústria pode obter em tempos de prosperidade.

Outro fator seria que, o produto comercializado ou produzido pela empresa possa tornar-se obsoleto com o tempo, para isso não ocorrer é preciso investir em avanços tecnológicos, produzir um derivado ou mesmo um novo produto. A organização deve ficar atenta às mudanças e a novas tendências do mercado no qual está inserida. Caso não seja feito nada, a concorrência pode adquirir parte do mercado da empresa analisada.

## 11 CONCLUSÃO

Após a pesquisa, o guia foi elaborado reunindo todos os fatores necessários para a abertura de uma pequena empresa. Para atingir os objetivos propostos foram relacionadas diversas etapas para a formalização de uma empresa, o planejamento do empreendimento por meio do plano de negócios, a legislação aplicável, os cuidados na hora da escolha de um local que seja apropriado para a atividade que se deseja desempenhar e possíveis fontes de financiamento, dando ao empreendedor um manual completo para a montagem do seu negócio.

A fim de relacionar ferramentas e possíveis fontes de idéias para a identificação de uma oportunidade de negócio, etapa na qual o sucesso de um empreendimento está diretamente ligado, foram pesquisadas as maneiras como estas oportunidades foram percebidas por empreendedores de sucesso. O aprendizado desta pesquisa é que a identificação da oportunidade é uma das partes mais difíceis no processo de empreender por ser uma etapa abstrata e repleta de variáveis.

É fundamental estar atento a todos os passos e ter a consciência de que pode realmente concretizar o empreendimento pretendido sem o risco de ser forçado a parar no meio do caminho por falta de recursos ou de investir o seu dinheiro em um ramo decadente que proporcionará apenas um breve período de duração para o negócio.

Outro aspecto importante é ter em mente que para todo negócio existe um risco, podendo ser pequeno ou grande, dependendo do seu tipo. O empreendedor deve estar atento para escolher um negócio no qual não vá correr mais riscos do que pretende, ou seja, apenas riscos calculados.

Dessa forma, seguindo os passos propostos, analisando as oportunidades com cuidado, fazendo um plano de negócios bem estruturado e adotando boas estratégias de marketing o empreendedor terá muito mais chances de ver o seu negócio obter o sucesso esperado.

## 12 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BERNARDI, L. *Manual de Empreendedorismo e Gestão*. Editora Atlas, 2003.
- CAETANO, J. M. N. *O Vôo do Camaleão*. Scortecci Editora, 2006.
- Camargo Contadores: <<http://www.camargoeassociados.com.br/outrosservicos/abertempresas-cargatributaria-asp.htm>>. (acesso em 07/11/2010).
- DOLABELA, F. *Boa idéia! E agora? Plano de negócio*. Editora de Cultura, 2000.
- DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.
- EMPRENDER ENDEAVOR. *Como fazer Uma Empresa Dar Certo Em Um País Incerto*. Editora Elsevier, 2005.
- FARAH, O. E., CAVALCANTI, M. e MARCONDES, L. P. *Empreendedorismo Estratégico*. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- Google Images: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Cinco\\_For%C3%A7as\\_de\\_Porter.png](http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Cinco_For%C3%A7as_de_Porter.png)>. (Acesso em 17/05/2010).
- HISRICH, R. D. e PETERS, M. P. *Empreendedorismo*. Editora Bookman, 2004.
- STEVENSON, H. H., ROBERTS, M. J. e GROUSBECK, H.I. *New Business Ventures and the Entrepreneur*. McGraw-Hill/Irwin, 1985.
- JÚNIOR, A. B. L. e PISA, B. J. *Administrando micro e pequenas empresas*. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2010.
- KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*. Pearson Prentice Hall, 2004.
- LEITE, Emanuel. *O fenômeno do empreendedorismo: criando riquezas*. Recife: Bagaço, 2000.
- MACHADO, H. V. *Causas de Mortalidade de Pequenas Empresas*. Editora da Universidade Estadual de Maringá, 2007.
- MIRSHAWKA, V. *Empreender é a Solução*. São Paulo: DVS Editora, 2004.
- Portal do Marketing: <<http://www.portaldomarketing.com.br/images/4ps.jpg>>. (Acesso em 17/05/2010).
- TACHIZAWA, T. e FARIA, M. *Criação de Novos Negócios*. FGV Editora, 2002.

## ANEXOS

Entrevistas:

Entrevista 1: Consultor do SEBRAE

Nome do entrevistado: Cleverton Luis Paranhos da Rocha.

Roteiro da entrevista:

1- O que o SEBRAE oferece para aqueles que desejam se tornar empreendedores?

2- Quais as principais dúvidas daqueles que procuram o SEBRAE?

Entrevista 2: Empreendedores

Nomes dos Entrevistados:

1- Cleide Scarton, 47 anos. (Decoração de interiores).

2- Isaak da Costa Radin, 29 anos. (Lanchonete).

3- Felipe Cerqueira, 24 anos. (Loja de som automotivo).

4- Vanessa Di Biasi, 34 anos. (Loja de brinquedos).

Roteiro da entrevista:

1- Quais as suas principais dúvidas a respeito da abertura de um negócio?

2- Você gostaria que houvesse um guia que mostrasse passo a passo como se abre um negócio?

Tabela 2 - Esboço de um plano de negócio:

I.	Página introdutória
	A. Nome e endereço da empresa
	B. Nomes e endereços dos diretores
	C. Natureza do negócio
	D. Declaração do financiamento necessário
	E. Declaração do caráter confidencial do relatório
II.	Resumo executivo – De três a quatro páginas sintetizando o plano de negócio completo
III.	Análise industrial
	A. Perspectiva e tendências futuras
	B. Análise dos concorrentes
	C. Segmentação do mercado
	D. Previsões do setor
IV.	Descrição do empreendimento
	A. Produto(s)
	B. Serviço(s)
	C. Dimensão do negócio
	D. Equipamento pessoal do escritório
	E. Histórico dos empreendedores
V.	Plano de produção
	A. Processo de fabricação (quantia subcontratada)
	B. Planta física
	C. Maquinário e equipamento
	D. Nomes de fornecedores de matérias-primas
VI.	Plano de marketing
	A. Preços
	B. Distribuição
	C. Promoção
	D. Previsões dos produtos
	E. Controles

- VII. Plano organizacional
  - A. Forma de propriedade
  - B. Identificação de sócios e dos principais acionistas
  - C. Autoridade dos diretores
  - D. Histórico da equipe administrativa
  - E. Funções e responsabilidades dos membros da organização
  
- VIII. Avaliação de riscos
  - A. Avaliação dos pontos fracos do negócio
  - B. Novas tecnologias
  - C. Planos contingentes
  
- IX. Plano financeiro
  - A. Demonstrativo de resultados *pro forma*
  - B. Projeções de fluxo de caixa
  - C. Balanço patrimonial *pro forma*
  - D. Análise do ponto de equilíbrio
  - E. Origens e aplicações de recursos
  
- X. Anexos (contém material de consulta)
  - A. Cartas
  - B. Dados de pesquisa de mercado
  - C. *Leasings* ou contratos
  - D. Listas de preços de fornecedores

Fonte: (HISRICH, R. D. e PETERS, M. P. *Empreendedorismo*. Editora Bookman, 2004. – pág. 218).

Tabela 3 – Tributos unificados pelo Simples:

<b>I- Tributos da Competência Federal</b>
Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica - IRPJ
Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI
Contribuição Social sobre o Lucro Líquido - CSLL
Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - COFINS
Contribuição para o PIS/PASEP
Contribuição Patronal Previdenciária - CPP
<b>II- Tributo da Competência Estadual</b>
Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação - ICMS
<b>III- Tributo da Competência Municipal</b>
Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISS

Fonte: LC 123 / 2006.

Tabela 4 – Livros fiscais exigidos pelo Sistema Simples Nacional:

1. Livro Caixa, no qual deverá estar escriturada toda a sua movimentação financeira e bancária.
2. Livro Registro de Inventário, no qual deverão constar registrados os estoques existentes no término de cada ano-calendário, quando contribuinte do ICMS.
3. Livro Registro de Entradas, modelo 1 ou 1-A, destinado à escrituração dos documentos fiscais relativos às entradas de mercadorias ou bens e às aquisições de serviços de transporte e de comunicação efetuadas a qualquer título pelo estabelecimento, quando contribuinte do ICMS.
4. Livro registro dos Serviços Prestados, destinado ao registro dos documentos fiscais relativos aos serviços prestados sujeitos ao ISS, quando contribuinte do ISS.
5. Livro Registro de Serviços Tomados, destinado ao registro dos documentos fiscais relativos aos serviços tomados sujeitos ao ISS.
6. Livro Registro de Entrada e Saída de Selo de Controle, caso exigível pela legislação do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI).
7. Livro Registro de Impressão de Documentos Fiscais.
8. Livros específicos pelos contribuintes que comercializem combustíveis.
9. Livro Registro de Veículos, por todas as pessoas que interfiram habitualmente no processo de intermediação de veículos, inclusive como simples depositários ou expositores.

Fonte: LC 123 / 2006.

Tabela 5 – Principais órgãos a serem visitados pelo empreendedor:

<b>Formalização da Empresa</b>	
<b>Que Órgão Procurar</b>	<b>Para Que</b>
Junta Comercial: empresas do comércio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitar a busca do nome comercial.</li> </ul>
Cartório de Registros de Títulos e Documentos: empresas civis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrar firma individual ou registrar e arquivar contrato social.</li> </ul>
Receita Federal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inscrição para obter o número do CNPJ.</li> </ul>
Receita Estadual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inscrição Estadual - CAD-ICMS.</li> <li>• Autorização para impressão de documentos fiscais, se a empresa for do comércio e respectiva autenticação.</li> </ul>
Prefeitura Municipal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consulta Comercial.</li> <li>• Inscrição Municipal - obter o alvará de funcionamento.</li> <li>• Autorização para impressão de documentos fiscais, se a empresa for de prestação de serviços e autenticação.</li> </ul>
Secretaria Municipal da Saúde	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obter o alvará sanitário.</li> </ul>
Corpo de Bombeiros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obter vistoria das condições de segurança e proteção contra incêndios.</li> </ul>
INSS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inscrever a empresa na Previdência Social.</li> </ul>
Delegacia Regional do Trabalho	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar admissão ou demissão de empregado.</li> <li>• Vistoria de Higiene e Segurança do Trabalho.</li> </ul>
Sindicato Patronal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obter a inscrição obrigatória para recolhimento do imposto sindical.</li> </ul>
Órgãos específicos conforme os diferentes tipos de produtos e/ou serviços a serem oferecidos como: Secretaria do Meio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obter licença ambiental.</li> </ul>
Caixa Econômica Federal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inscrição na Conectividade Social e certificação de regularidade fiscal.</li> </ul>

Fonte: (JÚNIOR, A. B. L. e PISA, B. J. Administrando micro e pequenas empresas. Elsevier Editora, 2010. – pág. 82).