



ideias de
negócios

Como montar um curso de redação e língua portuguesa



EMPREENDEDORISMO

Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

Robson Braga de Andrade – Presidente do CDN

Diretor-Presidente

Guilherme Afif Domingos

Diretora Técnica

Heloísa Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças

Vinícius Lages

Unidade de Capacitação Empresarial e Cultura Empreendedora

Mirela Malvestiti

Coordenação

Luciana Rodrigues Macedo

Autor

Carlos de Souza Pinto

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

www.staffart.com.br

Sumário

1. Apresentação	1
2. Mercado	2
3. Localização	4
4. Exigências Legais e Específicas	5
5. Estrutura	8
6. Pessoal	9
7. Equipamentos	11
8. Matéria Prima/Mercadoria	12
9. Organização do Processo Produtivo	13
10. Automação	14
11. Canais de Distribuição	15
12. Investimento	15
13. Capital de Giro	16
14. Custos	18
15. Diversificação/Agregação de Valor	19
16. Divulgação	19
17. Informações Fiscais e Tributárias	20
18. Eventos	22
19. Entidades em Geral	22
20. Normas Técnicas	23
21. Glossário	23
22. Dicas de Negócio	24
23. Características	25
24. Bibliografia	25
25. Fonte	27
26. Planejamento Financeiro	27

Sumário

27. Soluções Sebrae	27
28. Sites Úteis	27
29. URL	28

1. Apresentação

O mercado consumidor é diversificado, desde aulas de reforço para crianças, reciclagem de adultos, preparatório para concursos até aulas para estrangeiros.

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

Serviços de aulas de português tanto para escrita quanto para fala estão em crescente expansão no mercado. Desde reforço escolar para alunos de ensino fundamental e médio até cursos para concursos, a língua portuguesa se faz presente em todos os momentos da vida de qualquer cidadão brasileiro. A língua portuguesa possui um número enorme de regras e é utilizada nas mais diferentes formas e tempos verbais. Seja para crianças, adultos e idosos conhecer a língua portuguesa e falar/escrever passa a ser primordial para entender e ser entendido. Além das dificuldades e complexidades da língua, por vezes altera regras que impactam diretamente no dia-a-dia de todos. Integrante da Comunidade de Países de Língua Portuguesa - CPLP, o Brasil foi impactado pelo novo acordo ortográfico de 2009, elaborado para uniformizar a grafia de palavras de países que possuem o português como língua oficial. Neste sentido, a reciclagem para o público adulto e a adequação de materiais e aulas para o público jovem aumentou ainda mais a demanda para cursos e aulas de português. A demanda aumentou ainda mais com o crescente número de concursos públicos que incluem a língua portuguesa e a redação como matérias obrigatórias para praticamente todos os cargos. Há também uma demanda grande para cursos corporativos em empresas que necessitam reciclar o conhecimento de seus funcionários com direcionamento maior nas demandas da empresa. Neste caso, customiza-se o conteúdo para a demanda da empresa. A estrutura para se montar este tipo de negócio é bastante enxuta, onde há possibilidade de o futuro empreendedor ter um espaço próprio para dar aulas ou simplesmente fazer parcerias com escolas, reduzindo o custo de operação. O profissional que for atuar nesse ramo poderá auferir uma renda que irá variar de acordo com o foco do trabalho e a quantidade de horas necessárias para a realização deste, indo de R\$ 120,00 a R\$ 300,00 a hora/aula. Uma empresa do ramo pode faturar algo em torno de R\$ 15.000,00, dos quais o retorno líquido pode chegar a 20% do faturamento. A depender do foco principal da empresa, o empreendedor pode dar aulas na casa do aluno, alugar um espaço para turmas fechadas ou mesmo realizar aulas no espaço da empresa solicitante. Caso seja de interesse o aluguel de espaço, é importante ter em mente a proximidade dos grandes centros, residenciais ou comerciais, bem como lugar apropriado para estacionamento dos clientes. Outra modalidade utilizada é aulas à distância, porém, para que isso ocorra, é preciso organização para que os prazos e o atendimento ao cliente sejam de qualidade e

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

Este documento não substitui o plano de negócio. Para elaborá-lo procure o Sebrae.

2. Mercado

Mercado Consumidor

O mercado consumidor de aulas de português é bastante diversificado, indo desde aulas de reforço para crianças, reciclagem de jovens e adultos até aulas para estrangeiros. Além disso, o foco das aulas também pode ser variado em medida que há leitura, escrita e fala. Nas escolas - desde o início da alfabetização - é importante que as crianças dediquem parte do seu desenvolvimento escolar para conhecer a língua portuguesa. Por tratar-se de um atendimento personalizado, as aulas para este público devem ser preparadas com formas lúdicas e divertidas para que haja maior qualidade no serviço. A credibilidade do professor e a contínua atualização deste no meio acadêmico torna-se um diferencial para o empreendedor. Dentre os principais serviços a serem ofertados, destacam-se: • tradução • redação • gramática • ortografia • esforço escolar • pré- vestibular • concursos • português para estrangeiros • revisão de materiais (normas ABNT, etc...)

O tipo de atuação de cada negócio irá definir qual o mercado consumidor e sua dimensão. Assim, existem diversos formatos para que haja sempre um nicho de mercado específico:

- turma virtual • turma presencial • aula particular • cursos e treinamentos in company

Concorrência

O mercado concorrencial para a ideia aqui proposta irá variar de acordo com o público-para o qual o empreendedor irá focar o negócio, pois se for estruturar um cursinho para concursos, este deverá analisar esses concorrentes. Para o caso de realizar cursos para empresas, voltados para o aprimoramento da escrita e da fala com foco nos negócios, outras empresas serão considerados concorrentes. Com base no cadastro de empresas do IBGE para o ano de 2008, pode-se notar que há atualmente cerca de 34.000 empresas que atuam nas atividades de: cursos de formação de condutores (auto-escolas), de pilotagem de barcos e aeronaves, de informática, de treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial e atividades dos cursos preparatórios para concursos em geral. Esse último segmento é o específico para o setor de escolas de redação e língua portuguesa, foco desta ideia de negócio. Apesar de não haver dados mais precisos, individualizados para o setor, os segmentos acima apresentaram forte expansão, passou de 24.000 estabelecimentos em 2006 para 27.000 em 2007, chegando a 2008 com cerca de 34.000 empresas cadastradas. (IBGE, 2008) Esses números refletem que há um grande número de concorrentes para o setor, contudo, a tendência de crescimento apresentada demonstra que há espaços para todos. O importante para o empreendedor é analisar exatamente qual o seu público-alvo e efetuar pesquisas sobre possíveis concorrentes em seu estado ou região. Assim, poderá buscar elementos mais precisos para a tomada de decisão sobre qual o negócio que irá montar, se para curso preparatórios, para atualização, para reforço escolar, para empresas, enfim, direcionar seus esforços. O mais importante nesse mercado é possuir um bom grupo de professores, com bastante conhecimento e didática, sendo estes o grande diferencial entre cada curso existente. A mobilidade e flexibilidade nos atendimentos também geram bons frutos para este tipo de atividade.

Fornecedor

Para o caso de uma empresa de cursos de redação e língua portuguesa, o mercado fornecedor de insumos se resume a formação de mão-de-obra especializada para ministrar as aulas. Nesse sentido, há uma oferta constante desses profissionais no mercado, garantido pelos cursos de letras existentes nas diversas universidades brasileiras. Contudo, o fornecimento de mão-de-obra especializada, com vasto conhecimento do assunto será considerado fator competitivo ou determinante para a estruturação do negócio. Ainda mais porque o negócio de cursos pressupõe que o professor é altamente qualificado. Contudo, o futuro empreendedor deve estar sempre atualizado aos novos lançamentos, verificando se os novos produtos podem agregar valor ou melhorar as jornadas de trabalho para os profissionais do ramo.

""

3. Localização

A localização é um aspecto determinante do sucesso do empreendimento: segundo pesquisa do SEBRAE em 2005, a localização inadequada é responsável por 8% das empresas que fecharam as portas antes de completarem quatro anos de funcionamento. Especialistas no assunto avaliam que a escolha do ponto adequado responde por até 25% do sucesso do comércio. Os principais pontos a considerar são:

- O preço do aluguel;
- A compatibilidade entre o público local e o padrão de serviço a ser prestado: maior renda, maior sofisticação; menor renda, menor preço;
- Visibilidade: se não se sabe (vê) que naquela localização existe o prestador de serviço, não se busca o serviço na região;
- Conforto: os consumidores prezam por um atendimento de qualidade e, se possível, com conforto. Assim, se haverá a necessidade de ir de carro, o local deverá possuir estacionamento; se a expectativa é de haver picos de demanda (caso típico deste prestador de serviços nos sábados, dia em que as pessoas normalmente resolvem seus assuntos pessoais), o ambiente do estabelecimento deve prezar por ser agradável;

Assim sendo, uma boa localização é aquela que favorece o acesso das pessoas, com o menor grau possível de dificuldade. Se o atendimento for destinado ao público em geral é importante que a loja possua boa visualização em área de grande fluxo de pessoas, próxima ao local de residência ou de trabalho do público-alvo. Para uma empresa que fornecerá cursos de redação e língua portuguesa a localização poderá ser considerada parte fundamental do negócio se o tamanho ou opção empreendedor for estruturar uma pequena escola ou cursinho, pois haverá a necessidade de estrutura física que deverá possuir facilidade de localização e acesso para os clientes. Se o empreendedor for optar por ser um microempreendedor individual, com no máximo um ajudante ou sócio, a localização não é considerada fator fundamental, pois os serviços serão prestados na casa do próprio empreendedor ou no local definido pelo cliente. Para estes casos, é interessante fechar parcerias com empresas para ser fornecedor exclusivo dos serviços. Quando a opção for uma empresa de maior porte, haverá também a necessidade de estar próximo ao local consumidor, isto é, este deve ser o mais central possível, visto que quem irá se deslocar serão os clientes, pois todos os serviços são centralizados na sede da empresa. Os locais de grande concentração comercial ou habitacional são os mais indicados para se estruturar esse tipo de negócio. Outros fatores importantes que o empreendedor deverá prestar a atenção são: proximidade com o público alvo, estacionamento próprio ou estar próximo a estacionamento pago ou metros e ônibus; verificar a possibilidade de instalar esse tipo de empresa na localidade escolhida.

4. Exigências Legais e Específicas

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

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

1º passo – Localização

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

2º passo – escolha do tipo de Sociedade Empresária

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

3º passo – Nome da Empresa

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

4º passo – Contrato Social e Demais Documentos

Ainda na Junta Comercial ou Cartório de Registro de Pessoa Jurídica, após a definição do nome da empresa, deverá ser apresentado os seguintes documentos:• Contrato Social ou Requerimento de Empresário Individual ou Estatuto, em três vias;• Cópia autenticada do RG e CPF do titular ou dos sócios;• Requerimento Padrão (Capa da Junta Comercial ou Cartório), em uma via;• FCN (Ficha de Cadastro Nacional) modelo 1 e 2, em uma via;• Pagamento de taxas através de DARF.

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

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

Com o NIRE em mãos, o empresário deve registrar sua empresa junto à Secretaria da Receita Federal, efetuado exclusivamente pela internet através de programa específico. Os documentos exigidos, apresentados no momento do cadastramento,

serão enviados por SEDEX para a Receita Federal. O número do CNPJ será disponibilizado também pela internet. É de extrema importância nessa fase que o empresário defina o porte de seu empreendimento e sua classificação, pois é nessa etapa em que a depender da atividade exercida o contribuinte poderá optar pelo sistema de tributação simplificada, o SIMPLES.

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

6º passo – Alvará de Funcionamento

O alvará de funcionamento, documento obtido junto à prefeitura, ou administração regional ou na Secretaria Municipal da Fazenda de cada município, é o documento final que autoriza o funcionamento da empresa. Na maioria dos casos, os documentos necessários são: • Formulário próprio da prefeitura; • Consulta prévia de endereço aprovada; • Cópia do CNPJ; • Cópia do Contrato Social; • Laudo dos órgãos de vistoria, quando necessário.

A depender do tipo de atividade a ser exercida, é necessária que uma vistoria seja realizada no local. Essas vistorias são realizadas por diversos órgãos, tais como: corpo de bombeiro (obrigatória), vigilância sanitária, órgãos ambientais e outros. Veja se sua atividade é passível de licenciamento ambiental no órgão responsável em seu município. Quando o atendimento é realizado no próprio domicílio, a obtenção do alvará de funcionamento é condicionada a declaração explícita dos vizinhos de que a atividade não traz prejuízos à comunidade, autorizando o funcionamento do estabelecimento.

7º passo – Cadastramento na Previdência Social

Após realizar com sucesso as etapas anteriores, o empresário já pode iniciar o seu tão sonhado negócio. Contudo, ainda há a necessidade de realizar o cadastramento da

empresa na Previdência Social e de seus sócios em até 30 dias, mesmo que não possua nenhum funcionário.

8º passo – Aparato Fiscal

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

Observações:

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

5.1 Legislação Específica

Não há legislação específica para este tipo de negócio.

5. Estrutura

Para o caso de uma empresa no modelo de microempreendedor individual, onde no máximo haverá mais uma pessoa (modalidade aula particular), o interessante é não haver estrutura, pois o professor (empreendedor) irá precisar apenas de um pequeno espaço em sua residência para ministrar suas aulas. Se faz necessário também uma agenda e telefone celular para organizar e oferecer seus serviços. Em alguns casos, quando realizar parcerias, o empresário poderá utilizar a estrutura do próprio parceiro, no caso de empresas, ou na casa dos próprios clientes. É importante que o espaço localizado na própria residência seja preparado para ministrar aulas para até três alunos, pois há possibilidade do professor otimizar o horário de aula. Pense em locais que não possuam distrações para não comprometer o aprendizado, garantido, assim,

um serviço de qualidade. Quando se tratar de uma empresa de maior porte (um cursinho de redação e língua portuguesa), o empresário irá precisar de uma infra-estrutura adequada, dimensionada para a quantidade de atendimentos que espera efetuar. Assim, o tamanho da estrutura física irá variar segundo o interesse e expectativa no que tange ao número de alunos que poderão ser angariados no início das operações do cursinho. Independente do tamanho esperado, quando se trata de um curso com espaço físico próprio devem ser garantidos alguns espaços específicos, bem como um mínimo de estrutura física conforme segue descrito abaixo:

1. Recepção: espaço destinado à instalação de mesas para o atendimento inicial aos clientes.
2. Banheiros: espaços para instalação de sanitários masculinos e femininos, a ser dimensionado com a expectativa de alunos;
3. Sala de funcionários e de professores: espaços destinados a acomodar os professores em intervalos de aulas, bem como possibilitar lanches rápidos tanto para os professores quanto para os funcionários administrativos;
4. Salas de aula: devem ter uma boa acústica para o professor manter a altura de voz em tom normal, possibilitando um melhor aproveitamento no aprendizado;
5. Área administrativa: espaço destinado à instalação da parte de atividades administrativas e financeiras, com a finalidade de processar a operacionalização da gestão completa da empresa de curso de idiomas;
6. Almojarifado: espaço reservado para guardar materiais que se façam necessários para a realização dos cursos e materiais de apoio. Para instalação dos espaços acima, o ideal é que se inicie com uma área mínima de 200 m². Ressalta-se que o empresário deverá dotar os espaços com layout interativo e agradável, pois a ambientação será um elemento de diferencial de seu empreendimento. É importante que haja espaço para um crescimento futuro das atividades. Salienta-se que a presença do empreendedor nesse segmento empresarial é fundamental, pois dará credibilidade a esse novo negócio. Sempre que possível, o empreendedor deve pensar em ambientes onde possam ser aproveitadas, quando couber, luz e ventilação natural, evitando custos desnecessários.

6. Pessoal

A necessidade de pessoal, tal qual o tamanho da infra-estrutura, vai depender diretamente da capacidade de atendimento esperada pelo empreendedor. Porém, diferente de outros tipos de negócios no qual o perfil da mão-de-obra necessária não é totalmente especializada, para um negócio de curso de redação e língua portuguesa os profissionais que ministrarão as aulas devem possuir alto grau de conhecimento dos assuntos, devendo todos serem graduados em letras e com cursos de pedagogia.

Ademais, a didática e o conhecimento dos professores são o grande diferencial para este tipo de negócio, pois está diretamente associado à qualidade dos serviços prestados e à satisfação dos clientes.

Para um modelo de negócio do tipo microempreendedor individual, as pessoas que prestarão os serviços são os mesmos que deverão administrar o empreendimento. Portanto, devem possuir conhecimentos tanto para a gestão do negócio quanto para ministrar as aulas de redação e português.

Quando se trata de um negócio de maior porte, onde haverá a contratação de pessoal, estas deverão ter perfis diferenciados para cada tipo de serviço exigido pela futura empresa.

Considerando a estrutura sugerida para a empresa de curso de idiomas entende-se que o quadro de funcionários fixos para o início das atividades deve ser na ordem de três funcionários, distribuídos conforme abaixo:

Administrativo

- Na recepção deve-se alocar duas pessoas que estarão encarregados de atender os clientes que procurarem o curso de redação e língua portuguesa, bem como o atendimento telefônico. Outras atividades como a recepção e encaminhamento dos alunos que já estiverem frequentando as aulas também serão realizadas. A necessidade de duas pessoas para a recepção é devida ao fato de que deverá haver atendimento em três turnos;
- 1 (um) funcionário para atuar na área de faturamento, financeiro (caixa e tesouraria) e controle de documentação a ser encaminhada para a área contábil.
- Professores
- O quadro docente não está contemplado acima, pois essa área será bastante variável, já que está intimamente ligada a demanda de alunos.

Ressalta-se que o empreendedor deverá estar presente tempo integral na empresa, principalmente nas áreas de ensino e atendimento, pois são nessas áreas que configurará o sucesso de seu empreendimento, ou seja, ter um atendimento diferenciado e um ensino de alta qualidade. Enfim o empreendedor deverá fazer-se presente integralmente na gestão completa da empresa de curso de idiomas. Independente da dimensão da estrutura e da quantidade de pessoas é interessante investir em cursos e capacitações em segurança no trabalho e em mecânica de bicicletas, para manter a equipe constantemente atualizada.

É interessante, também, que as pessoas tenham treinamento para uso e conservação

de equipamentos de segurança, redução de desperdícios e higiene pessoal e do local de trabalho.

7. Equipamentos

Os equipamentos irão variar de acordo com a estrutura da empresa e da quantidade de alunos que se espera para o negócio. Assim, para uma empresa formada por duas pessoas, que não possuirá uma sede ou espaço físico, apenas os seguintes itens serão necessários:

- Computador portátil para efetuar os controles administrativos e financeiros da empresa, bem como preparar as aulas e/ou slides para apresentação.

Quando as aulas forem ministradas na própria residência ou numa estrutura específica para o negócio, de maior porte, outros equipamentos serão necessários, tais quais:

Área operacional

- Mesas para sala de aula, na qual os alunos poderão sentar-se ao redor, em forma de sala de reunião para traduzir o ensino em um projeto de interatividade entre todos os participantes da aula;
- Cadeiras estofadas;
- Quadro branco, para pincel;
- Projetor multimídia;
- Tela de projeção de imagens;
- Aparelho de som, que toque CD;
- Aparelho de DVD Player;
- TV de LCD ou Plasma, de 40 ou mais polegadas.

Área Administrativa

- Mesas;
- Cadeiras;
- Computador;
- Impressora;
- Telefone;
- Fax;
- Arquivos.

Ressalta-se que a quantidade de equipamentos deverá ser pensado tendo em vista o espaço físico na qual a empresa será estruturada, pois quando realizada na residência ou em apenas uma sala comercial, serão poucos os equipamentos. Quanto mais salas

para a realização dos cursos, mais equipamentos serão necessários. O SEBRAE local deverá ser buscado para ajudar o futuro empreendedor a dimensionar corretamente o negócio.

8. Matéria Prima/Mercadoria

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

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

Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques. **Cobertura dos estoques:** o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento. **Nível de serviço ao cliente:** o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

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

Visto que a ideia de negócio aqui proposta é para um curso de redação e de língua portuguesa, não haverá mercadorias ou insumos utilizados diretamente na hora de ministrar as aulas. Contudo, o que pode ser pensado pelo futuro empresário é elaborar apostilas próprias para os cursos para serem utilizadas em sala de aula. A utilização de apostilas além de agregar valor ao curso e à empresa, pode ser uma forma de divulgação do próprio cursinho ou do professor. Nesse momento, o empresário deverá pensar se irá construir a apostila do próprio cursinho ou se deixará o conteúdo dos cursos para cada professor. Outro ponto a ser considerado no momento de construir as apostilas são as empresas que estão associadas aos temas nos quais o curso irá se propor a prestar, pois poderá ser focado somente em redação, gramática, literatura, dentre outros já mencionados anteriormente.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo para este tipo de negócio apesar de ser bastante simples, requer do profissional bastante organização, uma vez que o atendimento e a satisfação do cliente é percebida na hora.

Para o caso de uma empresa no modelo de microempreendedor individual, onde no máximo, haverá mais uma pessoa, o processo para a execução dos serviços segue abaixo:

1) Atendimento do telefone para marcação do horário do serviço, local e conteúdo didático;2) O segundo passo é calcular o tempo entre as distâncias dos serviços e agendar com o cliente;3) Em terceiro, combinar preço e tempo para realização do serviço demandado;4) Por último, finalizar e efetuar a cobrança.

Quando se trata de uma empresa de maior porte, as mesmas etapas deverão ser seguidas, porém como a escala será maior, haverá a necessidade de uma única pessoa realizando o agendamento dos serviços ou mais. Esse controle dos profissionais serve para manter um equilíbrio entre cliente, serviços e funcionários, de tal forma que todos fiquem satisfeitos.

O processo produtivo de um curso de redação e língua portuguesa voltado para um público maior, poderá seguir, como sugestão, o roteiro apresentado abaixo: Recepção de aluno e clientes

1. A recepção é o cartão de visita da empresa, portanto, deverá ser estruturado um ambiente agradável para recepcionar os alunos e clientes, pois ao contrário das escolas regulares o aluno de curso de idiomas tem “n” opções, por isso torna-se necessário cativá-lo; Aulas

2. As salas de aulas devem ser dotadas de toda a infraestrutura necessária visando fornecer aulas em alto nível de qualidade e forte aprendizado por parte dos alunos. Habilidades integrativas e ensino

3. No processo de realização de aulas, o empresário deverá buscar a integração das duas principais habilidades básicas de um curso de português, que são: leitura e escrita. Essa integração deve ocorrer de forma interativa, utilizando estratégias cognitivas, gramática descritiva e análise do discurso.

4. Aplicar o ensino de idiomas por intermédio de muita conversação, utilizando situações do cotidiano, baseando-se em situações reais que tenha sido veiculado na imprensa, por exemplo, segmentando por tipo de público (infantil, juvenil, adulto e executivo). Tudo a depender do foco que o empresário irá atuar.

Programa de cursos a serem oferecidos

5. Standard: normalmente com uma carga horária entre 15 a 20 horas semanais de aula;

6. Intensivo: com uma carga horária semanal que varia entre 25 e 30 horas;

7. Part-time: aulas durante o período matutino, vespertino ou noturno. Nessa modalidade as aulas poderão ser ministradas parte em cada período citado;

8. Full-time: aulas em tempo integral, iniciando normalmente no período matutino e se estendendo até o vespertino, por exemplo, aulas ministradas das 9 às 15 horas.

10. Automação

Para o caso de um microempreendedor individual com apenas um funcionário ou sócio, como o proposto nesta ideia de negócio, não haverá a necessidade de automação para a empresa, somente um computador a ser alocado na residência para controle de caixa e um banco de dados de seus clientes, com algum software de planilha financeira ou texto para a construção das aulas e sua apresentação. Porém, quando tratamos de uma empresa de maior porte, onde haverá mais de um funcionário

e um maior número de clientes, se faz necessário um processo mais sofisticado para prover um melhor atendimento e mais controle dos processos de atendimento e agendamento dos serviços de coleta e entrega de encomendas. Visto isso, a presença de computadores e softwares voltados para atendimento e agendamento de serviços e gerenciamento de clientes são itens obrigatórios. Visto que o mercado dispõe de diversos sistemas, em diversos níveis de sofisticação, para gerenciamento de estabelecimentos como este e similares, o futuro empresário deverá analisar as possibilidades para sua posterior compra. Esses softwares possibilitam o controle do agendamento de clientes, cadastro e histórico de serviços prestados a cada atendimento, serviço de mala direta para clientes e potenciais clientes, controle de estoque de produtos, cadastro de equipamentos, gerenciamento de serviços dos empregados, controle de comissionamento, controle de contas a pagar e a receber, fornecedores, folha de pagamento, fluxo de caixa, fechamento de caixa, etc. Com o advento da tecnologia, há a possibilidade do empreendedor buscar informações sobre custos e operacionalização de cursos à distância, sendo este um grande diferencial para sua empresa. Portanto, a automação a ser exigida irá depender diretamente do tamanho do empreendimento a ser montado.

11. Canais de Distribuição

Os canais de distribuição para os serviços de aulas de redação e português são bastante simples, sendo o próprio estabelecimento o mais comum. No caso de microempreendedor individual, os cursos poderão ser realizados tanto na casa do próprio professor quanto na do cliente ou empresa contratante dos serviços. Contudo, na era atual da modernidade e em se tratando de uma empresa de maior porte, com mais clientes, além do estabelecimento o empreendedor poderá optar por criar uma página na internet, onde haverá a possibilidade de ofertar seus serviços on-line, com preços, distâncias de atendimento e demais informações para potenciais empresas que busquem suas atividades.

12. Investimento

Para um microempreendedor individual são necessárias apenas a aquisição de um computador para a residência, alguns livros e materiais didáticos, uma a duas cadeiras de estudante, um pequeno quadro branco e uma televisão de 47 polegadas, perfazendo um investimento total da ordem de R\$ 6.150,00. Contudo, quando o empreendedor optar por estruturar um curso maior, para o atendimento simultâneo de 10 alunos, divididos em duas salas de aulas, os investimentos necessários serão maiores. Abaixo segue uma estimativa.

DESCRIÇÃO QUANT. VALOR UNITÁRIO TOTAL

Reformas e adaptação do Imóvel 1 R\$ 4.000,00 R\$ 4.000,00 Luminoso + Fachada 1 R\$ 1.500,00 R\$ 1.500,00 Abertura da Empresa 1 R\$ 2.000,00 R\$ 2.000,00 Marketing Inicial 1 R\$ 5.000,00 R\$ 5.000,00 Mobiliário para recepção (mesa, cadeira, balcão e armários) 1 R\$ 5.000,00 R\$ 5.000,00 Mesa e cadeira para escritório 3 R\$ 500,00 R\$ 1.500,00 Mesa e cadeira para sala de aula 2 R\$ 500,00 R\$ 1.000,00 Cadeiras estofadas para estudante 10 R\$ 75,00 R\$ 750,00 Quadro branco, para pincel 2 R\$ 400,00 R\$ 800,00 TV de LCD ou Plasma de 47" 2 R\$ 2.400,00 R\$ 4.800,00 Projetor multimídia 2 R\$ 2.200,00 R\$ 4.400,00 Tela de projeção de imagens 2 R\$ 150,00 R\$ 300,00 Móveis e utensílios de escritório 1 R\$ 1.250,00 R\$ 1.250,00 Software para atendimento e agendamento 1 R\$ 500,00 R\$ 500,00 Armários para escritório 3 R\$ 850,00 R\$ 2.550,00 Computador 4 R\$ 1.500,00 R\$ 6.000,00 Livros para pequena biblioteca 40 R\$ 80,00 R\$ 3.200,00 TOTAL GERAL R\$ 44.550,00

Por possuir uma diversidade de preço muito elevada não foi quantificado o preço da construção civil, sendo esta uma necessidade a ser pensada de acordo com a localidade aonde será estruturada a empresa.

13. Capital de Giro

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

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

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

Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa.

Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar

para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

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

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa. O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC). Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria- prima, mão-de-obra, aluguel, impostos do governo, e outros, forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessário o encaixe de dinheiro no caixa para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve saldar esta necessidade do caixa. Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para que parte do dinheiro disponível em caixa é de compromissos de pagamentos futuros (fornecedores). Portanto, retiradas e imobilizações poderão fazer com que a empresa não honre com os pagamentos futuros de fornecedores. Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa, deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão. Para um negócio como o de curso de redação e língua portuguesa realizado por um microempreendedor individual, não há custos com mercadorias e insumos, e os recebimento pelos serviços são realizados semanalmente. Em alguns casos, diariamente. Os gastos que se fazem mais necessários estão relacionados ao transporte do profissional. Mas, se o aluno for à casa do professor, esse custo não existirá. Assim, há uma baixa necessidade de capital de giro, algo em torno de 10% do total investido, aproximadamente R\$ 600,00. Já para uma empresa de pequeno porte, a necessidade de capital de giro é maior devido, principalmente, as obrigações de uma empresa formal, com funcionários, manutenção, aquisição de insumos para a empresa, dentre outros. Tendo em vista que normalmente cursinhos somente recebem os valores referentes às prestações dos serviços de forma mensal, em termos de capital de giro, é importante o empreendedor possuir aproximadamente 25% do total investido ou, em termos financeiros, um valor total de R\$ 11.000,00, perfazendo um total geral de investimentos de R\$ 55.500,00.

14. Custos

São todos os gastos realizados na produção e que serão incorporados posteriormente no preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no processo de produção. O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, produção e venda de produtos ou serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio. É importante notar que, quanto menores forem os custos, menor também será a necessidade de disponibilidade de capital de giro, liberando recursos para novos investimentos produtivos ou aumentando a lucratividade do empreendimento. Os custos típicos deste tipo de empreendimento de pequeno porte devem ser estimados considerando, pelo menos, os itens abaixo, quando houver:

DESCRIÇÃO CUSTO MENSAL CUSTO ANUAL

Salários, comissões e encargos; R\$ 18.000,00 R\$216.000,00 Tributos, impostos, contribuições e taxas; R\$ 1.000,00 R\$12.000,00 Aluguel, taxa de condomínio, segurança; R\$ 2.500,00 R\$30.000,00 Água, Luz, Telefone e acesso a internet; R\$ 300,00 R\$3.600,00 Limpeza, higiene, manutenção; R\$ 500,00 R\$6.000,00 Assessoria contábil; R\$ 800,00 R\$9.600,00 Propaganda e Publicidade da empresa; R\$ 500,00 R\$6.000,00 TOTAL R\$ 23.600,00 R\$ 283.200,00

Para um microempreendedor individual os custos são mínimos, algo em torno dos R\$ 400,00, para fazer frente aos impostos, acesso à internet, propaganda, dentre outros.

15. Diversificação/Agregação de Valor

A diversificação de produtos ou serviços é uma prática que todo empreendedor deve estar sempre atento, pois em tempo de baixa nas atividades estes outros serviços podem gerar consideráveis retornos financeiros. Quando se trata de um cursinho de redação e língua portuguesa, há algumas atividades que o empreendedor poderá realizar em seu negócio para agregar valor ao seu produto ou mesmo diversificar sua oferta. Exemplos são revisões em trabalhos acadêmicos e livros. Na agregação de valor, o profissional poderá criar seus próprios conteúdos didáticos, estruturando apostilas para serem entregues em sala de aulas ou parar seus alunos estudarem em casa. Há ainda a possibilidade de criação de apostilas ou conteúdos específicos para clientes empresariais, sendo este um ótimo nicho de mercado. Dentre outras possibilidades, pode-se também estruturar cursos para estrangeiros que queiram aprender a língua portuguesa ou aprimorar seus conhecimentos em nosso idioma. Organizar viagens culturais também é um grande atrativo estes tipos de curso. Outros cursos específicos são os para concursos, que demandam por material direcionado para provas, bem como apoio na elaboração e correção de redações, sendo está uma ótima oportunidade. Além desse, há também os reforços escolares para alunos do ensino médio. E, por fim, o empreendedor poderá ceder o espaço ou mesmo explorar outros cursos como de matemática, raciocínio lógico, ou outros. Neste tópico foram apresentadas apenas algumas opções de diversificação/agregação de valor para o negócio de curso de redação e língua portuguesa. Vale ressaltar que sempre é possível propor melhorias e novidades, para isso é indicado observar hábitos, ouvir as pessoas e criar novos produtos e novos serviços, com o objetivo de ampliar os níveis de satisfação dos clientes.

16. Divulgação

A propaganda é um importante instrumento para tornar a empresa e seus serviços conhecidos pelos clientes potenciais. O objetivo da propaganda é construir uma imagem positiva frente aos clientes e tornar conhecidos os serviços oferecidos pela empresa. A mídia mais adequada é aquela que tem linguagem adequada ao público-alvo, se enquadra no orçamento do empresário e tem maior penetração e credibilidade junto ao cliente. Para um negócio de curso de redação e língua portuguesa poderão ser usados todos os canais de propaganda, de acordo com o porte do empreendimento e a capacidade de investimento do empreendedor. Um pequeno estabelecimento poderá utilizar-se de panfletos a serem distribuídos de forma dirigida, em locais de grande circulação de pessoas (próximos ao estabelecimento), ou no bairro onde está localizado. Possuir cartões de visitas para entregar aos clientes e potenciais clientes é bastante recomendado. Na medida do interesse e das possibilidades, poderão ser utilizados anúncios em jornais de bairro, jornais de grande circulação, rádio, revistas, outdoor e internet. Entretanto, o contato pessoal é imprescindível particularmente para aqueles empreendedores que se propõem a atender empresas com exclusividade,

como no caso de drogarias, pequenos mercados, dentre outros. O empresário deverá prestar um serviço altamente qualificado a cada cliente, pois a melhor propaganda para este tipo de negócio é o famoso boca a boca. Para a captura de clientes corporativos, como grandes empresas, o ideal é estruturar uma boa apresentação e agendar uma visita para demonstrar os serviços prestados e como este poderá impactar nos resultados da empresa.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de CURSOS DE REDAÇÃO E LÍNGUA PORTUGUESA, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 8599-6/99 como a atividade de instituições que oferecem cursos de educação profissional de nível básico, de duração variável, destinados a qualificar e requalificar os trabalhadores, independentemente da escolaridade prévia, não estando sujeitos a regulamentação curricular, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa, R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>):

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

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 6% a 17,42%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número

de meses de atividade no período.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de MEI (Microempreendedor Individual) . Para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/resolucao/2011/CGSN/Resol94.htm>). Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

I) Sem empregado

- 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária do empreendedor;
- R\$ 5,00 a título de ISS - Imposto sobre serviço de qualquer natureza.

II) Com um empregado: (o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um salário mínimo ou piso da categoria)

O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:

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

Havendo receita excedente ao limite permitido superior a 20% o MEI terá seu empreendimento incluído no sistema SIMPLES NACIONAL.

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.

18. Eventos

CONGRESSO INTERNACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROFESSORES DE LITERATURA PORTUGUESAEvento anual<http://www.congressoabraplip.ufba.br>

ENCONTRO NORTE E NORDESTE DE PROFESSORES DE LITERATURA PORTUGUESAEvento anualhttp://www.uft.edu.br/portoda_sletras/enplp/

CONGRESSO BRASILEIRO DE LÍNGUA PORTUGUESAEvento anual<http://www.ippucsp.org.br/index.html>

CONGRESSO INTERNACIONAL DE LUSOFONIAEvento anual<http://www.ippucsp.org.br/index.html>

19. Entidades em Geral

ABL – Academia Brasileira de Letras<http://www.academia.org.br>

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas <http://www.abntnet.com.br>

ABRAPLIP - Associação Brasileira de Professores de Literatura Portuguesa <http://www.abraplip.org.br>

MEC – Ministério da Educação <http://www.mec.gov.br>

PROCON – Portal do Consumidor <http://www.portaldodoconsumidor.gov.br/procon.asp>

20. Normas Técnicas

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, sendo importantes referências para o mercado. As normas técnicas podem estabelecer quesitos de qualidade, desempenho, de segurança. Não obstante, pode estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar, classificações ou terminologias e glossários. Definir a maneira de medir ou determinar as características, como métodos de ensaio. As Normas técnicas são publicadas pela ABNT (Associação Brasileira de Normas técnicas). Não há normas técnicas aplicáveis esta atividade.

21. Glossário

Análise do discurso: é o estudo dos padrões de organização do discurso. Cognato: diz-se de, ou vocábulo que tem raiz comum com outro idioma. Cognição: aquisição de um conhecimento. O conjunto dos processos mentais usados no pensamento, na percepção, na classificação, reconhecimento. Cognitivas: relativo à cognição, ou ao conhecimento. Expressão: enunciação do pensamento por meio de gestos ou palavras escritas ou faladas. O modo como o gesto, a voz ou a fisionomia revelam ou denotam a intensidade de um sentimento ou de um estado moral; Fonética: é o estudo dos sons da fala, especialmente no que diz respeito à sua produção, transmissão e recepção. Clareza na pronúncia de palavras; Gramática descritiva: é o estudo da gramática que visa a descrever os padrões contidos num corpus falado ou escrito. Gramática normativa: busca ditar, ou prescrever, as regras gramaticais de uma língua, posicionando as suas prescrições como a única forma correta de realização da língua, categorizando as outras formas possíveis como erradas. Linguística: a ciência da linguagem. O estudo da linguagem, da gramática das diferentes línguas, de sua história, bem como da aplicação dos resultados obtidos na solução de problemas práticos. In company: dentro da empresa; curso que oferecido a uma empresa, que é ministrado dentro da própria estrutura física da empresa. Layout: elaboração de um projeto de instalação e alocação do mobiliário nos espaços mais adequados, visando aproveitar ao máximo cada espaço de um determinado ambiente, deixando tal espaço

agradável e espaçoso, dentro de suas possibilidades; Projetor multimídia: também conhecido como Data Show, é um aparelho que projeta imagens de um computador, DVD ou mesmo TV; Quadro branco: quadro em fórmica branca lisa, que possibilita escrever sobre sua superfície com determinado tipo de pincel, sendo possível apagar a escrita sem deixar marcas; Software: é um sistema computacional, que poderá ser único ou conjunto de sistemas que forma um sistema integrado, utilizado para auxiliar na estruturação dos dados da empresa; Tela de projeção de imagens: é uma tela em lona especial que recebe as imagens projetadas, por exemplo, pelo Projetor Multimídia.

22. Dicas de Negócio

Qualquer atividade da vida social ou pessoal, quanto melhor planejada melhor será executada. Assim, também em qualquer negócio, o tempo que se gasta antes de começar é dinheiro que se deixa de perder: os problemas, prováveis ou meramente possíveis, já foram pensados e a solução equacionada antes que ele vire perda. Entretanto, de nada vale planejar se não for para cumprir o planejamento. Muito importante: isto não significa um engessamento das ações. Significa, sim, não fugir do eixo, muito embora ao longo do processo algumas das coisas que se planejou tenham que ser revistas e/ou adaptadas. Ou seja, o planejamento é um instrumento dinâmico, mas o foco não deve ser perdido. Para o caso de uma empresa de aulas de redação e português, o planejamento e elaboração dos conteúdos didáticos são fundamentais para garantir um bom atendimento. Um caso típico desta flexibilidade é a frequente aparição de gastos imprevistos nos 100 primeiros dias da empresa. Isto ocorre com frequência quando existe excesso de otimismo no cálculo das possibilidades da empresa, sacrificando o capital de giro. A recomendação é sempre considerar uma hipótese menos otimista, evitando surpresas desagradáveis. Outro cuidado relevante é com o foco da empresa: é fundamental evitar a tentação de improvisar para agregar valor: acaba fazendo muitas coisas e mal feitas. Sempre seguir planejamento e simulações. Depois do negócio se concretizar, busque formas de diversificação para agregar valor ao produto ou para a empresa. Algumas dicas para empresa de cursos de redação e língua portuguesa foram listadas. Avaliar permanentemente a receptividade da clientela à venda de produtos. Lembrar que comércio requer registro de empresa diferenciado de prestação de serviços; Investir na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais com respeito a estacionamento, facilidade de agendamento de horário, cumprimento de horário ou prazos, etc, principalmente quando o negócio é o de coleta e entrega de encomendas, produtos ou pequeno serviços; Procurar fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como: remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos produtos ofertados, etc; O empreendedor deve estar

sintonizado com a evolução do setor, pois esse é um negócio que requer inovação e adaptação constantes, em face das novas tendências que surgem dia-a-dia.

23. Características

O empreendedor envolvido com atividades ligadas a este setor precisa adequar-se a um perfil fortemente comprometido com a evolução acelerada de um ramo altamente disputado por concorrentes nem sempre fáceis de serem vencidos. Algumas características desejáveis ao empresário desse ramo são: • Ser bom comunicador, simpático e atencioso com os clientes; • Gostar e conhecer bem o ramo de negócio; • Pesquisar e observar permanentemente o segmento de mercado onde está competindo, promovendo ajustes e adaptações no negócio; • Ter atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias; • Saber administrar todas as áreas internas da empresa; • Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos; • Ter visão clara de onde quer chegar; • Planejar e acompanhar o desempenho da empresa; • Ser persistente e não desistir dos seus objetivos; • Manter o foco definido para a atividade empresarial; • Assumir somente riscos calculados; • Estar sempre disposto a inovar e promover mudanças; • Ter grande capacidade para perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las; • Ter habilidade para liderar sua equipe de profissionais; • Boa coordenação visual/motora; • Boa presença – apresentação – higiene pessoal.

Mesmo possuindo todas essas qualidades e características, o empresário ou seus funcionários devem possuir uma ótima didática, elemento fundamental para quem quer ministrar aulas. Assim, treinamentos constantes em pedagogia e língua portuguesa devem ser buscados constantemente para garantir um bom atendimento aos clientes.

24. Bibliografia

AIUB, George Wilson et al. Plano de Negócios: serviços. 2. ed. Porto Alegre: Sebrae, 2000.

BARBOSA, Mônica de Barros; LIMA, Carlos Eduardo de. A Cartilha do Ponto Comercial: como escolher o lugar certo para o sucesso do seu negócio. São Paulo: Clio Editora, 2004.

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. Dominando os Desafios do Empreendedor. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2004.

BRASIL. Código civil brasileiro, 2003.

COSTA, Nelson Pereira. Marketing para Empreendedores: um guia para montar e manter um negócio. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE REGISTRO DE COMÉRCIO – DNRC. Serviços- Código Civil/2002. Disponível em:<http://www.dnrc.gov.br>>. Acessado em: 10 de janeiro de 2011. GRANNIER, Daniele Marcelle. Perspectivas na formação do professor de português como segunda língua In: Cadernos do Centro de Línguas, Volume 4 . USP, 2003.

GRANNIER, Daniele Marcelle. O dado e o novo no ensino de português como segunda língua: uma questão de distância entre línguas e entre culturas in: Anais do IV Congresso da SIPLE (cd-rom). PUC-Rio, 2001

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL (INPI). Disponível em: <http://www.inpi.org.br>>. Acessado em: 10 de janeiro de 2011.

LANDEIRA, José Luiz. Reflexões práticas sobre a formação de professores de língua portuguesa: a construção do memorial. Dialogia, São Paulo, v.5, p. 125-133, 2006.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Lei 123/06. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br>>. Acessado em: 17 Janeiro 2011.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Lei 128/08. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br>>. Acessado em: 17 Janeiro 2011.

SERVIÇO BRASILEIRO APOIO A MICRO E PEQUENA EMPRESA (SEBRAE).
Disponível em: <http://www.sebrae.com.br.br>>. Acessado em: 10 de janeiro de 2011.

SERVIÇO BRASILEIRO DE RESPOSTAS TÉCNICAS (SBRT). Respostas Técnicas.
Disponível em: <http://www.sbrt.ibict.br> >. Acessado em: 10 de janeiro de 2011.

SILVA, José Pereira. Análise Financeira das Empresas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

ZANDWAIS, Ana. O novo profissional de Letras. In: O presente e o futuro das Letras.
Pelotas: Programa de Pós-Graduação em Letras – UFPel, 2000.

25. Fonte

Não há informações disponíveis para este campo.

26. Planejamento Financeiro

Não há informações disponíveis para este campo.

27. Soluções Sebrae

Não há informações disponíveis para este campo.

28. Sites Úteis

Não há informações disponíveis para este campo.

29. URL

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-um-curso-de-reda%C3%A7%C3%A3o-e-l%C3%ADngua-portuguesa>