

Karen Kristien Silva dos Santos

**CULTURA EMPREENDEDORA:**  
uma oficina sobre empreendedorismo e produção cultural

Trabalho de conclusão de curso apresentado como parte dos requisitos necessários para obtenção do título de especialista em Linguagens Artísticas, Cultura e Educação.

Orientador: Profº Dr. João Luiz Mendes Guerreiro

Nilópolis/RJ  
2018

CIP - Catalogação na Publicação

S237c Santos, Karen Kristien Silva dos  
Cultura Empreendedora : uma oficina sobre empreendedorismo  
e produção cultural / Karen Kristien Silva dos Santos. -- Rio de  
Janeiro, 2018.  
65 f. ; 30 cm.

Orientação: João Luiz Guerreiro Mendes.  
Trabalho de Conclusão de Curso (especialização) --Instituto  
Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro,  
Especialização em Linguagens Artísticas, Cultura e Educação, 2018.

1. Microempreendedor Individual. 2. Cultura. 3.  
Empreendedorismo. I. Título.

Elaborado pelo Módulo Ficha Catalográfica do Sistema Intranet do  
IFRJ - Campus Volta Redondã e Modificado pelo Campus  
Nilópolis/LAC, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).  
Bibliotecário: Elon F. Lima CRB-7/5783

Karen Kristien Silva dos Santos

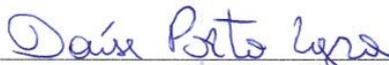
**CULTURA EMPREENDEDORA:**  
uma oficina sobre empreendedorismo e produção cultural

Trabalho de conclusão de curso apresentado  
como parte dos requisitos necessários para a  
obtenção do título de especialista em  
Linguagens Artísticas, Cultura e Educação.

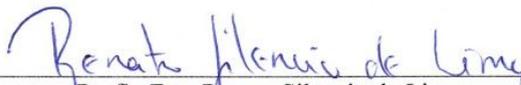
Data de aprovação: 14 de dezembro de 2018



Prof. Dr. João Luiz Guerreiro Mendes (orientador)  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro



Prof.ª Msc. Daíse Porto Lyra  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro



Prof.ª Esp. Renata Silencio de Lima  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro

Nilópolis-RJ

2018

## AGRADECIMENTOS

Obrigada Deus por sua luz e proteção eterna sobre nós.

As deusas, mulheres que vieram antes de mim e abriram os caminhos para que eu chegasse até aqui: a mãe Paula, avó Leda, tia Cláudia e irmã Evellyn. As amigas que são incentivo e acolhimento, em especial: Hayandra Costa, Thábara Garcia, Ana Torrezan, Sabrina Cardoso, Karollyne Duarte e Lerrine Maria.

As inspiradoras Marielle Franco, Lia Calabre, Denise Mendonça, Izamara Bastos e Morgana Eneile.

A todas nós: mulheres que gerimos e criamos o mundo.

Aos homens que são apoio e força: avô Durval, pai Carlos, irmão Richard.

Ao amado Thiago Trindade e sua mãe Teka por serem minha família.

As novas gerações: Ana Clara e Lorenzo pela alegria e esperança que conferem aos meus dias.

Ao amigo de sempre e para sempre: Jessé Pereira.

Ao presidente Lula, ao ministro Gil, aos companheiros e companheiras que seguem na luta por uma país justo, democrático, plural e próspero.

As instituições que abriram as portas nesta caminhada entre políticas e poéticas: Casa Fluminense, Instituto de Arte Educação Tear e Fundação Casa de Rui Barbosa.

Ao Sebrae e ao CNPq pela experiência junto a pequenas empresas. A minha equipe, em especial à Patrícia Ribeiro que nos conduziu para o melhor de nós e ao técnico Fábio Flor pela disponibilidade de sempre.

Ao Instituto Federal do Rio de Janeiro - Campus Nilópolis, ao seu corpo técnico e docente pelas experiências em sala de aula e fora da academia. Pelo financiamento da minha ida ao Enecult na Bahia e ao Fórum Mundial do Pensamento Crítico - meu primeiro evento internacional; experiências que marcaram minha existência e me fizeram resistir. Ao orientador João Guerreiro pelo incentivo infinito e confiança nesse processo. Aos companheiros de aventuras Leticia Mello, Narcélio Ferreira, Anderson Albérico, Phaedra Lessa e Daiane de Oliveira.

A todos e todas que fazem cultura e educação por esse país fora: nós mudamos o mundo.

Aos pequenos empresários e empresárias, aos artesãos e artesãs, aos camelôs e ambulantes. Aos que compartilham uma economia alternativa, coletiva, colaborativa, que partilhamos novas formas de produzir e consumir.

A nós que somos abundantes e não escassos. Nós que são laços, tramas, trocas e afetos.  
Avante! Gratidão!

BEBIDA É ÁGUA!  
COMIDA É PASTO!  
VOCÊ TEM SEDE DE QUÊ?  
VOCÊ TEM FOME DE QUÊ?  
A GENTE NÃO QUER SÓ COMIDA  
A GENTE QUER COMIDA  
DIVERSÃO E ARTE  
A GENTE NÃO QUER SÓ COMIDA  
A GENTE QUER SAÍDA  
PARA QUALQUER PARTE  
A GENTE NÃO QUER SÓ COMIDA  
A GENTE QUER BEBIDA  
DIVERSÃO, BALÉ  
A GENTE NÃO QUER SÓ COMIDA  
A GENTE QUER A VIDA  
COMO A VIDA QUER

A GENTE NÃO QUER SÓ COMER  
A GENTE QUER COMER  
E QUER FAZER AMOR  
A GENTE NÃO QUER SÓ COMER  
A GENTE QUER PRAZER  
PRA ALIVIAR A DOR

A GENTE NÃO QUER  
SÓ DINHEIRO  
A GENTE QUER DINHEIRO  
E FELICIDADE

A GENTE NÃO QUER  
SÓ DINHEIRO  
A GENTE QUER INTEIRO  
E NÃO PELA METADE

DIVERSÃO E ARTE  
PARA QUALQUER PARTE  
DIVERSÃO, BALÉ  
COMO A VIDA QUER  
DESEJO, NECESSIDADE, VONTADE  
NECESSIDADE, DESEJO, EH!  
NECESSIDADE, VONTADE, EH!  
NECESSIDADE

**(TITÃS - COMIDA)**

SANTOS, Karen Kristien Silva dos. *Cultura Empreendedora: uma oficina sobre empreendedorismo e produção cultural*. Trabalho de Conclusão de Curso. 65 p. Programa de Pós-Graduação *Lato Sensu* Especialização em Linguagens artísticas, cultura e educação, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ), Campus Nilópolis, RJ, 2018.

## RESUMO

Em 2008 o Congresso instituiu a Lei Complementar nº 128 com uma nova forma de tributação jurídica para pequenas empresas. O regime SIMPLES Nacional para o microempreendedor foi desenhado para possibilitar a formalização de autônomos e a legalização de trabalhadores informais assegurando a estes amparo legal e segurança jurídica no exercício de suas atividades. Em vigor desde 2009, tais diretrizes originaram a figura do Microempreendedor Individual (MEI). Atualmente o programa atende a demandas de agentes culturais e modificou parte das relações trabalhistas do setor cultural. Contudo, as capacitações a respeito do tema são escassas e os empreendedores se enquadram por conta própria no regime, mas desconhecem seus pormenores. O presente projeto propõe capacitar os agentes culturais em gestão e empreendedorismo através da oficina Cultura Empreendedora. Este memorial apresenta conceitos ligados a implementação da política tributária, o cenário cultural contemporâneo, a organização e produção da oficina, os conceitos norteadores e as tensões observadas no campo do empreendedorismo e da cultura.

**Palavras-chave:** Microempreendedor Individual, Cultura, Empreendedorismo.

SANTOS, Karen Kristien Silva dos. *Entrepreneurial Culture: a workshop on entrepreneurship and cultural production*. Final Term Paper. 65 p. Lato Sensu Post-Graduation Program Specialization in Arts, Culture and Education, Federal Institute of Education, Science and Technology of Rio de Janeiro (IFRJ), Campus Nilópolis, RJ, 2018.

## SUMARY

In 2008, Congress introduced the Complementary Law # 128 with a new form of legal taxation for small businesses. The “*SIMEI - Simples Nacional*” a tax system for the microentrepreneur was designed to enable the formalization of self-employed and the legalization of informal workers, ensuring legal protection for them and legal security in the exercise of their activities. In force since 2009, these guidelines originated the figure of the Individual Microentrepreneur (MEI). Currently the program meets the demands of cultural agents and modified part of the labor relations of the cultural sector. However, training on the subject is scarce and entrepreneurs are included in this tax system on their own , but they do not know the details. This project aims to train cultural agents in management and entrepreneurship through an Entrepreneurial Culture workshop. This memorial presents concepts related to the implementation of the tax policy, the contemporary cultural scene, the organization and production of the workshop, the guiding concepts and the tensions observed in the field of entrepreneurship and culture.

**Keywords:** Individual Microentrepreneur, Culture, Entrepreneurship.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
<b>2 DESCRIÇÃO</b>	<b>11</b>
<b>3 OBJETIVOS</b>	<b>11</b>
3.1 OBJETIVO PRINCIPAL	11
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
<b>4 JUSTIFICATIVA</b>	<b>12</b>
<b>5 METODOLOGIA</b>	<b>13</b>
5.1 MATERIAL UTILIZADO	14
<b>6 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	<b>14</b>
6.1 O QUE É CULTURA	14
6.2 CENÁRIO CULTURAL ATUAL	16
6.3 GESTÃO CULTURAL E EMPREENDEDORISMO	17
6.4 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL	18
6.4.1 Definição	19
6.4.2 Formalização	19
6.4.3 Vantagens e desvantagens	21
6.5 DESIGN THINKING	21
6.5.1 Mapa da empatia	22
6.5.2 Canvas	22
6.5.3 Matriz FOFA	23
6.5.4 Plano de ação	23
6.6 EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA	24
<b>7 PERÍODO</b>	<b>24</b>
<b>8 LOCAL DE REALIZAÇÃO</b>	<b>25</b>
<b>9 PÚBLICO-ALVO ALCANÇADO</b>	<b>25</b>
<b>10 PRODUÇÃO</b>	<b>25</b>
10.1 KAREN KRISTIEN	25
<b>11 FICHA TÉCNICA</b>	<b>26</b>
<b>12 INSTITUIÇÕES PARCEIRAS</b>	<b>26</b>
<b>13 CONTRAPARTIDAS</b>	<b>27</b>
<b>14 RESULTADOS ESPERADOS</b>	<b>27</b>
<b>15 ETAPAS DO PROJETO</b>	<b>28</b>
<b>16 CRONOGRAMA</b>	<b>29</b>
<b>17 EQUIPE NECESSÁRIA</b>	<b>30</b>

<b>18 ORÇAMENTO</b>	<b>31</b>
18.1 ORÇAMENTO IDEAL	31
18.2 ORÇAMENTO REAL	32
<b>19 COMUNICAÇÃO</b>	<b>33</b>
19.1 FACEBOOK - PÁGINA DE CAUSA SOCIAL	34
19.2 INSTAGRAM - PERFIL DO PROJETO	34
<b>20 MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO</b>	<b>34</b>
20.1 REDES SOCIAIS E CANAL DE EXIBIÇÃO	35
<b>21 ACESSIBILIDADE</b>	<b>36</b>
<b>22 DEMOCRATIZAÇÃO</b>	<b>36</b>
<b>23 SUSTENTABILIDADE</b>	<b>36</b>
<b>24 AVALIAÇÃO DA OFICINA</b>	<b>37</b>
24.1 PERFIL DOS PARTICIPANTES	37
24.2 DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE	37
<b>25 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>38</b>
<b>26 DESDOBRAMENTOS</b>	<b>39</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>40</b>
<b>APÊNDICES A - APRESENTAÇÃO</b>	<b>61</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>62</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Desenvolver projetos culturais é um exercício desafiador, em especial para pessoas que atuam em contextos sociais de vulnerabilidade e ambientes voltados para a educação. Para além de um organizador de eventos ou cerimonialista, o produtor cultural é um profissional cuja função requer visão estratégica e uma atuação político-poética alinhada com as demandas do seu público, do projeto e do seu campo de atuação. Nos últimos tempos o desenho de políticas culturais ao passo que sofre com a ausência de verbas para realização de iniciativas, exige maior qualificação desses profissionais. Essa dinâmica reivindica que o prestador de serviços no campo da cultura seja cada vez mais especializado e restringe o acesso a verbas e oportunidades através de barreiras que passam pelo conhecimento formal e pelas regras dos processos de seleção e financiamento.

O mercado cultural possui uma dinâmica própria, que passou por mudanças significativas a partir da implantação da política do MEI (microempreendedor individual) em 2008. A Lei Complementar nº 128 de 19 de dezembro 2008, criou condições especiais para tornar um MEI legalizado, com registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), enquadramento no Simples Nacional e unificação dos impostos federais (imposto de renda, PIS, Cofins, IPI e CSLL). Esta lei afetou as relações de trabalho não só no sentido de alterar as formas de contratação no campo da cultura, mas também por possibilitar a agentes culturais a regularização de suas atividades por meio da formalização e o status de empresa conferidos pelo cadastro no programa.

Este projeto surge como proposta de contribuição para a capacitação de produtores culturais no processo de formalização de seu negócio e na difusão de informações de natureza empresarial e empreendedora com vistas a profissionalização do setor. Para tanto, a aluna e produtora Karen Kristien, reuniu sua experiência no campo empresarial e do empreendedorismo obtida ao longo de 30 meses de atuação no programa Agente Local de Inovação (ALI) do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae - Rio de Janeiro) com uma pesquisa-ação voltada para o universo do pequeno empreendedor, suas demandas e a abordagem *design thinking*.

Como forma de apresentar esses conhecimentos e replicar as experiências vivenciadas, foi elaborada a oficina Cultura Empreendedora com o intuito de compartilhar as informações com alunos e alunas interessadas no campo cultural e de projetos. Para tal, apresenta os conceitos primordiais ligados ao processo de formalização do MEI, recursos e ferramentas para gestão de negócios, propõe a realização de atividades práticas de *design thinking* e debate as dinâmicas

políticas ligado ao universo da economia da cultura, relacionando as informações observadas a partir trabalho de campo, com os conhecimentos e objetivos dos participantes atendidos a respeito de empreendedorismo.

## **2 DESCRIÇÃO**

O projeto previu a realização de uma oficina sobre Cultura e Empreendedorismo. A ideia é que seja a primeira de um conjunto de oficinas a serem desenvolvidas pela realizadora com ênfase em produção cultural e gestão. Assim, a formação é pensada enquanto subsídio não somente para a instrução, no sentido educacional, de pessoas do segmento cultural, mas principalmente para que sejam difundidos conhecimentos sobre empreendedorismo a qualquer cidadão que tenha interesse em compreender melhor sua relação com o campo da cultura. Onde o empreendedorismo é apresentado enquanto uma ferramenta que pode contribuir para os indivíduos no que se refere a inserção ao mundo do trabalho.

## **3 OBJETIVOS**

Este trabalho objetiva a formação do empreendedor como uma alternativa de inserção do indivíduo no mundo do trabalho através do registro e compartilhamento da pesquisa sobre MEI e cultura organizados no formato de oficina.

### **3.1 OBJETIVO PRINCIPAL**

Contribuir de maneira efetiva para capacitação de empreendedores e produtores culturais por meio da realização de uma (01) oficina gratuita sobre cultura e empreendedorismo.

### 3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Apresentar o que é o Microempreendedor Individual;
- Instrumentalizar os agentes culturais das especificidades envolvidas no processo de formalização do MEI;
- Fornecer ferramentas de *Design Thinking* para utilização em negócios/projetos;
- Debater as mudanças atuais no campo de políticas públicas a partir do cenário econômico e cultural;
- Fortalecer as atividades de extensão no ambiente da universidade pública.

## 4 JUSTIFICATIVA

Um dos desafios do campo cultural é a garantia de sustentabilidade de projetos e iniciativas, que atravessam desde aqueles com perfil social e afeta até mesmo empreendimentos ligados a indústria cultural. Pensar a abertura de um negócio ou mesmo a profissionalização de uma atividade parece ser uma tarefa simples, em especial com a possibilidade do Microempreendedor Individual, mas requer um olhar criterioso e apurado para que essa não seja somente uma alternativa legal de gerir uma profissão, mas principalmente um espaço de potencialização de saberes e fazeres conformados através de uma personalidade jurídica.

Percebe-se através da observação do mercado, que o estímulo à geração e implantação de ideias inovadoras amparados por uma metodologia adequada, perpassa o comportamento pessoal e a dimensão empresarial. Esse incentivo abrange desde o planejamento estratégico até a produção de novos produtos e serviços, e pode ser bem-sucedido quando o empreendedor busca informações e as transforma em ações aplicáveis.

Este estudo está relacionado com as demandas ligadas a compreensão do universo jurídico e burocrático que compõe o universo da gestão de negócios e microempreendimentos por parte de agentes culturais. Diante disso, esta oficina nasce a partir da seguinte questão: “- Qual é o grau de conhecimento dos agentes culturais a respeito do MEI e de empreendedorismo?”

A opção pelo tema foi feita em razão de tratar-se de um assunto com o qual a aluna teve contato por meio de sua experiência profissional e por se tratar de um tema novo para o campo cultural, pouco pesquisado e divulgado junto ao seu público alvo. A falta de conhecimento a respeito dos aspectos que compõem essa sistemática de tributação impede que os micros

empreendedores tenham acesso aos benefícios oferecidos pelo MEI. Assim este trabalho nasce com o intuito de debater essa temática tão relevante para o contexto social.

A ideia desta pesquisa é contribuir não só para a sistematização dos pensamentos que permeiam as práticas empreendedoras e burocráticas, mas para reunião de questões e proposições que possam ser úteis aos diferentes envolvidos no processo de implantação da cultura da inovação. A agregação de valor proporcionada pela reflexão acadêmica se faz com vistas a geração de benefícios não somente para o pesquisador e sua instituição, mas principalmente para a sociedade e a aplicação mercadológica do conhecimento apresentado.

## **5 METODOLOGIA**

A oficina Cultura Empreendedora foi elaborada a partir da pesquisa teórica a respeito do campo cultural e do empreendedorismo, da observação do mercado cultural e da experiência da realizadora junto a área empresarial. Surge enquanto proposta de formação artística e capacitação de profissionalização de agentes culturais e empreendedores.

Trata-se de uma pesquisa empírica de abordagem qualitativa cujo procedimentos metodológicos envolveram o levantamento documental, a pesquisa bibliográfica e a construção da pesquisa-ação. Na primeira etapa desenvolveu-se uma pesquisa descritiva sobre empreendedorismo, a figura do microempreendedor individual e estratégias de planejamento empresarial a partir do *Design Thinking*.

Na segunda etapa o procedimento metodológico escolhido foi a realização de pesquisa-ação de natureza prática. Segundo Grundy (1983), conforme citado por Tripp (2005), nesta modalidade o pesquisador desenvolve uma prática a partir das mudanças que elege, escolhidas em função dos resultados desejados. Para tanto, a experiência de pesquisa é personalizada de acordo com sua vivência e suas ideias a respeito do grupo. Tais ações são realizadas pelo pesquisador tendo em vista contribuir para o desenvolvimento dos participantes e sua autonomia frente ao aprendizado. A opção pela pesquisa-ação surge a partir do desejo de interação com a sociedade a partir dos conhecimentos adquiridos e das questões observadas relativas ao campo do empreendedorismo cultural. O objetivo proposto foi a construção de um conhecimento onde todos os participantes são simultaneamente sujeitos e pesquisadores na produção de conhecimentos. Tais decisões surgem em todo escopo do trabalho, em especial na escolha das ferramentas utilizadas, como estacionamento de ideias (apêndice

E) para a coleta de dados e a seleção dos materiais de apoio devido a possibilidade de reconfiguração da experiência alinhada aos usuários no momento da realização da oficina.

No que diz respeito a organização, a oficina com duração de 04 horas foi dividida em blocos de informação e conteúdo, onde o momento inicial foi a análise de quem é esse empreendedor, do cenário cultural, das formas jurídicas e aspectos que envolvem a formalização do MEI. A segunda parte reuniu tópicos sobre gestão fiscal e clientes. Além disso, foi distribuído material de apoio para a etapa prática da oficina : o modelo do quadro Canvas, uma matriz SWOT, um plano de ação e um mapa da empatia para que fossem preenchidos ao longo das explicações.

Para compreensão melhor da oficina Cultura Empreendedora é importante apresentar quais as referências nortearam a confecção do material utilizado para compartilhamento com os participantes e quais conceitos orientaram a seleção do material de apoio. Para isso faremos uma breve passagem entre cultura, o cenário atual, MEI, empreendedorismo, *design thinking* e extensão universitária.

## 5.1 MATERIAL UTILIZADO

O material produzido para a oficina é composto por uma apresentação base dos conteúdos em powerpoint (ver apêndice A ), e um kit de atividades com 04 impressos: mapa da empatia (ver anexo B) , matriz SWOT /FOFA (ver anexo C) , Canvas (ver anexo D) e plano de ação (ver anexo E) junto com a cartilha do MEI doada pelo Sebrae (ver anexo A). Todos os materiais foram disponibilizados também por email, a ideia é que, caso desejem, possam utilizar por conta própria.

Além disso foram criados apresentação (ver apêndice A), cartaz de divulgação (ver apêndice B), lista de presença (ver apêndice C) , autorização de uso de imagem e voz (ver apêndice D), ficha de cadastro (ver apêndice E), avaliação (ver apêndice F). Foram incluídos no trabalho os registros de comunicação (ver apêndice G), check-list e roteiro de oficina (apêndice h), estacionamento de expectativas (apêndice I), registros fotográficos (apêndice J) e o depoimento de uma participante (apêndice K).

## 6 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 6.1 O QUE É CULTURA

A área cultural é compreendida por muitas pessoas somente em seu caráter de entretenimento e lazer, e por vezes é apresentada pela mídia de forma restrita ao mercado cultural. Há quem compreenda a necessidade de ações em defesa da garantia de direitos culturais de forma razoável, geralmente são pessoas que vivenciam ações culturais. Contudo, nem sempre alcançam o contexto sócio-histórico em que estão inseridas enquanto públicos e também fazedores de cultura, e não se veem enquanto pessoas que operam conceitos culturais em seu cotidiano. Logo, a produção de conteúdos a respeito dessas temáticas servem não só para esclarecimento a respeito dos direitos culturais e cidadãos dos espectadores, mas principalmente para ampliar o conhecimento sobre o setor cultural e visibilizar práticas de cultura comunitária existentes em seus cotidianos e territórios.

Para a elaboração de um projeto, é necessário estabelecer os conceitos que o norteiam. Sendo assim, para compreender e planejar plenamente uma ação cultural é necessário inicialmente entender: “o que é cultura?” No cotidiano, é comum dizer e ouvir: “Astolfo é culto” e “Gertrudes não tem cultura, é uma ignorante”. Notamos aqui, que o termo “cultura” é utilizado para atribuir ao indivíduo, uma determinada quantidade de conhecimento, que se faz visível através da interação social. Por culto ou portador de cultura, são adjetivadas pessoas numa amplidão de situações, desde aqueles donos de educação formal e linguagem rebuscada, até aqueles que possuem os chamados “conhecimentos gerais”, em uma ampla gama de temas que envolvem a vida em sociedade. Rincón (2018) alerta sobre a complexidade que a palavra cultura carrega e propõe a reflexão a respeito das formas estereotipadas com que a mesma é retratada. Em especial por profissionais ligados à educação e mídia, como os professores e jornalistas. Propor novas narrativas representa então uma oportunidade de recriar como falamos e pensamos cultura, propor novas formas de vivê-la.

Segundo Bosi (1987) a raiz da palavra cultura é latina, significando o trabalho com a terra (colo = solo), “um trabalho de conquista”, que está sempre por ser feito, uma dinâmica, um ciclo. Essa visão cíclica está muito ligada aspectos que fazem a cultura funcionar, com as formas pelas quais ela se desenvolve. Macionis e Plummer (2007) defendem que esse desenvolvimento da cultura envolve reconhecimento próprio e do outro; narrativas e emoções a partir das experiências vividas que atravessam o corpo e alma e ultrapassam a razão e a lógica; a repetição de experienciar o ritual do cotidiano, ver criatividade e mudanças no mesmo fazer; e finalmente na diversidade de gostos e prazeres que compõe as possibilidades de interação e integração entre o homem e seu meio.

A cultura é o que distingue o homem do animal. O ato de comer incumbido de rituais e não uma mera satisfação biológica é o que constitui costumes, e o conjunto de costumes adotados por um grupo, povo ou nação, é basicamente o que constitui sua cultura. Ou seja, sentar-se à mesa e utilizar

utensílios produzidos por aquele determinado grupo para se alimentar, é um ritual constituinte da cultura deste grupo.

Dentro do contexto da filosofia, a cultura é um conjunto de respostas para melhor satisfazer as necessidades e os desejos humanos. Cultura é informação, isto é, um conjunto de conhecimentos teóricos e práticos que se aprende e transmite aos contemporâneos e aos vindouros - cultura é criação. Santos (1987), em seu livro “O que é Cultura?”, faz alusão a duas concepções de cultura, extraídas do conjunto comum de preocupações das quais derivam as várias maneiras de entendê-la. Cascudo (1983) define cultura como “conjunto de técnicas de produção, doutrinas e atos, transmissível pela convivência e ensino, de geração em geração” .

Após esse passeio por diferentes conceitos de cultura, do entendimento de cultura como o conjunto de conhecimentos e comportamentos adquiridos, ao longo da vida, que inserem um indivíduo em seu grupo, povo ou nação, é possível notar o quão complexo e necessário olhar para esse tema. Tais perspectivas são a base para o desenvolvimento da vida humana no grupo em que está inserido, para sua comunicação e relação com outros povos, e para sua participação na sociedade como um todo. Além de ser premissa para os indivíduos pensarem sua ação política. Este trabalho parte da noção de cultura enquanto lugar da expressão da pluralidade e da diversidade humana, pois compreende que estas se propõe não só a organizar e garantir de forma equânime a expressão individual e a convivência local, mas principalmente para fundamentar políticas públicas. Rincón (2018) ressalta que o Estado deve pensar cultura de forma plural, composta por diferentes unidades, e sugere que seja utilizado o termo culturas para marcar sua pluralidade.

## 6.2 CENÁRIO CULTURAL ATUAL

Ao analisarmos as políticas culturais brasileiras nota-se uma série de discontinuidades e autoritarismos ligados a extinção e abertura tanto de programas quanto de instituições que são fechadas e recriadas para atender as diretrizes de cada novo governo. Recentemente o Brasil vivenciou, em outubro de 2018, um processo eleitoral que denunciou parte das visões, anseios e projetos de formação social para os próximos anos.

Debates levantados a partir de *fake news* (notícias falsas) apresentaram temas ligados ao fazer cultural e seus mecanismos, abordando principalmente a Lei Rouanet, um mecanismo de incentivo fiscal do Ministério da Cultura. Compreende-se o debate público enquanto espaço democrático, onde é possível aprender e informar. Porém, a cultura e suas dimensões não são assuntos debatidos de

forma sistemática e aberta com os cidadãos. Quando acontecem, tais debates se restringem a fazedores culturais. Assim, cenários como este resultam em uma enxurrada de informações deturpadas que são tomadas como verdade. A reprodução massiva de conteúdos falsos, que não estão ligados ao escopo e funções tanto da lei quanto dos incentivos realizados, é realizada constantemente.

Dessa forma há uma maior adesão, reprodução e apoio à argumentos falsos que são utilizados e disseminados de forma tendenciosa por grupos políticos e sociais que reivindicam a extinção do Ministério da Cultura, o corte de verbas para programas e projetos culturais e a descontinuidade de políticas. Fatores que podem ser notados na prática com a descontinuação de programa como Cultura Viva, por exemplo, iniciado no governo Lula e que sofre um esvaziamento nos últimos anos após a entrada de Michel Temer no poder, que assumiu a presidência em 2016. Essas práticas de desvalorização de projetos e iniciativas, compõe um conjunto de ataques midiáticos por parte de veículos tradicionais praticado ao longo dos últimos anos e direcionados a esfera estatal e ao campo das políticas públicas.

Apesar disso nota-se avanços importantes no campo jurídico que fortaleceram a institucionalidade da área e atingiram uma parcela maior da população, mas que neste momento correm risco. Do que adianta avançar no ponto de vista legal e não conseguir visibilidade pública e compreensão desses avanços? Quais as formas de fortalecer as pequenas iniciativas e os agentes culturais em meio a esse cenário?

Nesse contexto pós-eleições é possível perceber a necessidade de uma aproximação maior não só no que tange a proposição, monitoramento e avaliação de políticas públicas, mas principalmente em direção aos sujeitos, suas práticas e seus territórios. Tanto no que se trata da natureza do fazer em conjunto, fornecer ferramentas e instrumentos para melhoria e aprimoramento das iniciativas que resistem, quanto do informar e comunicar de forma clara e contínua tomando temas do campo cultural como pautas a serem apresentadas e discutidas.

### 6.3 GESTÃO CULTURAL E EMPREENDEDORISMO

Beyonda (2018) destaca que o afastamento por parte do Estado no que tange a garantia de direitos sociais é uma maneira proposital que serve como garantia de privilégios para aqueles que estão no poder e como mecanismo de manutenção de desigualdades. Tal situação pode ser vista nas políticas culturais quando estas priorizam dimensões econômicas e financeiras da cultura, e são destinadas a linguagens que compõem um cenário mercadológico, ou seja, quando o enfoque é dado

a indústria cultural em detrimento de políticas culturais para os agentes culturais, capacitação e fomento de ações. Há recursos financeiros disponíveis de diversas fontes, porém estão concentrados nas mãos de poucos realizadores e historicamente as condições são árduas para o setor cultural. Beyonda (2018) cita alguns fatores que compõem esse cenário e que se mostram barreiras a serem superadas: orçamentos insuficientes, a carência de infra-estrutura, a escassez de legislação para o setor, inexistência de planejamento participativo e a interação reduzida com organizações comunitárias. Para tanto, se faz necessário não somente atores engajados, mas iniciativas estruturadas que auxiliem no processo de transformação.

Logo, pensar o fazer artístico e cultural como um empreendimento confere ao produtor a possibilidade de profissionalizar seu negócio e permanecer em atividade, até mesmo para captar recursos e desenvolver iniciativas em parceria com atores que não são do campo cultural. Alguns fatores inerentes ao campo cultural tais como o clientelismo, a política de balcão, e o personalismo podem ser superados a partir da adoção de novas perspectivas, em especial a de agentes culturais conscientes de suas atividades e da relevância delas no cenário empreendedor. Além disto, é possível se unirem para criação de estratégias de redução da burocracia e desenvolvimento de políticas setoriais e fiscais específicas.

A ideia é que os empreendedores se organizem de modo que seja possível planejar, olhar para o futuro, construir um cenário de crescimento para o seu negócio, com objetivos e direção. É certo que instabilidade jurídica e política bloqueiam o crescimento e a evolução do mercado, porém os empreendedores podem encontrar outros caminhos para que o potencial econômico de suas atividades se concretize.

#### 6.4 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

A Lei Complementar n.º 128/08 instituiu uma nova forma de tributação no Brasil, surge a figura do Microempreendedor Individual. Essa lei modificou a Lei Complementar n.º 123/06 (Lei Geral da Micro e Pequena Empresa), permitindo a formalização de pessoas que tenham um empreendimento onde trabalhem por conta própria e tornou-se também uma opção para profissionais autônomos e microempresários.

Criada com objetivo de regularizar as atividades de trabalhadores que estavam em uma condição de informalidade, o MEI é uma forma de legalização de pequenos negócios e serviços, e permite o pagamento em conjunto de impostos e contribuições, resultando em uma redução

significativa de custos e de obrigações para o empresário. Através desta Lei Complementar, são concedidos diversos benefícios sociais para os microempreendedores individuais. Tais benefícios abrangem a previdência social, tais como: auxílio-maternidade, auxílio por acidente de trabalho, aposentadoria, entre outras condições que combatem diretamente os efeitos da informalidade.

Assim, o governo aumenta sua arrecadação de impostos, o que beneficia a economia e gera demandas de atendimento a pleitos empresariais deste segmento, conseqüentemente há mais valores disponíveis para emprego em ações que visam reduzir as desigualdades sociais. Esse sistema tributário formulado para microempresários que possuam faturamento de, no máximo, R\$81.000 (oitenta e um mil reais) anual e possua até um funcionário, propicia o enquadramento no Simples Nacional. O custo mensal para a formalização é baixo e varia conforme a atividade profissional, tal valor é em sua maior parte destinado à Previdência Social, ao ICMS ou ao ISS, e sofre reajustes anuais de acordo com a variação do salário mínimo.

#### **6.4.1 Definição**

Segundo o Portal do Empreendedor (2018) o MEI é o pequeno empresário individual que tenha faturamento limitado a R\$ 81.000,00 por ano; não participe como sócio, administrador ou titular de outra empresa; tem no máximo um empregado e que exerce uma das atividades econômicas previstas no Anexo XI, da Resolução CGSN nº 140, de 2018, o qual relaciona todas as atividades permitidas ao MEI. Cabe a ele o pagamento mensal da contribuição mensal (DAS) referente a previdência e recolhimento de impostos, emitir relatório mensal, enviar a Declaração Anual de Faturamento (DASN), reter as notas fiscais de compra e emitir nota fiscal para pessoas jurídicas.

#### **6.4.2 Formalização**

A formalização do Empreendedor Individual é informatizada e realizada somente pela internet através de cadastro gratuito no Portal do Empreendedor. Está disponível desde 1º de julho/2009, no endereço: [www.portaldoempreendedor.gov.br](http://www.portaldoempreendedor.gov.br). O cadastro é gratuito, iniciado através da pesquisa do nome empresarial, onde o usuário é informado pelo próprio sistema se o nome poderá ou não ser registrado. Com o nome da empresa aprovado, o microempreendedor preencherá uma ficha de inscrição, onde disponibilizará seus dados pessoais e as informações básicas do seu

empreendimento, fazendo a opção automática pelo Simples Nacional (SIMEI). Uma vez concluído esse preenchimento, o microempreendedor receberá de forma automática os registros no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) e na Previdência Social.

O cadastro parece uma tarefa simples, mas envolve uma série de informações ligadas ao universo empresarial que nem sempre o empreendedor conhece ou tem acesso. O que justifica a realização de capacitações que esclareçam dúvidas e expliquem o que compõe as minúcias do universo empreendedor.

### 6.4.3 Vantagens e desvantagens

São muitas as vantagens ofertadas ao empreendedor que opta pelo MEI, entre elas é possível destacar isenção das taxas registro e para emissão de certidões e alvarás; não estar obrigado a fazer a contabilidade do microempreendimento e ter direitos previdenciários. Contudo, é uma condição que altera não só a forma de contratação do prestador de serviços, mas também a dinâmica do mercado cultural. Há alguns riscos como o desvio de finalidade, a retirada de direitos sociais através da contratação de MEIs no lugar de funcionários celetistas e uma das principais é o que chamo de “pejotização” das relações trabalhistas. Ou seja, as empresas ao contratarem outras empresas aumentam o número de exigências, fecham o mercado para prestadores autônomos e não consideram o agente cultural representado pelo CNPJ.

### 6.5 DESIGN THINKING

A palavra “*design*” significa projeto, criação, plano e pode ser traduzidas de diversas formas, de acordo com o contexto que está sendo empregada. E a palavra “*Think*” significa pensar ou achar. *Design Thinking* (DT) é uma forma de pensar e abordar problemas para encontrar soluções, onde o foco dessas soluções são as pessoas.

DT pode ser compreendido como uma abordagem cujo objetivo é encontrar a solução para algum problema, porém essa busca se dá de forma colaborativa e coletiva. Pinheiro e Alt (2011) afirmam que o ideal é que DT não seja visto como uma metodologia, pois essa visão pressupõe um passo a passo, quando sua proposta não é uma receita definida, mas uma forma de pensar que pode ser utilizada de formas diferentes maneiras para atender objetivos semelhantes.

Essa abordagem é um convite a empatia pois chama os participantes ao exercício de se colocarem no lugar de outra pessoa e depende de todos e todas envolvidos no processo na busca pela solução. Vale ressaltar que quanto mais múltiplo o perfil da equipe envolvida, maior a garantia de aspectos diferentes a serem observados durante o processo e aplicados no resultado final. A resposta obtida pode ser tanto do campo tangível (produtos) quanto intangível (projetos, causas).

*Design Thinking* pode ser empregado em diferentes contextos organizacionais – de pequenas empresas a multinacionais, até mesmo para área de cultura e terceiro setor. Pois é uma forma prática que pode ser aplicada para geração e validação de ideias de negócios, além de análise de projetos e

também por não requerer grandes investimentos de tempo e dinheiro recursos para ser posto em prática.

O processo do *Design Thinking* é pensado a partir de uma espécie de mapeamento de perspectivas ligadas a vida das pessoas com o intuito de obter uma visão ampliada para solução de problemas. Assim, é mais fácil encontrar os entraves e propor alternativas para superá-las. Logo, essa abordagem foi escolhida para ser apresentado na oficina Cultura Empreendedora pois possibilita o aprendizado de novos métodos para a criação de novos negócios, diagnóstico de oportunidades e necessidades do mercado e para solucionar problemas existentes no negócio cultural de forma simples e rápida. E além disso, esses conhecimentos podem ser colocados em prática imediatamente, seja para solucionar resolver problemas ou encontrar novas oportunidades. O DT possui diferentes ferramentas e algumas foram selecionadas pois se encaixam melhor no objetivo da oficina. São elas: mapa da empatia, canvas, matriz FOFA e plano de ação.

### **6.5.1 Mapa da empatia**

É uma ferramenta que auxilia na definição dos públicos-alvo. É preciso usar a imaginação combinada com um olhar para o mercado e até mesmo a pesquisa para pensar e projetar informações de acordo com o personagem. Esse avatar, que representa o que o seu cliente real ou ideal pensa, sente e como ele se relaciona. O exercício empático de olhar através do olhar do outro permite não somente conhecê-lo melhor, mas atender as suas necessidades e compreender melhor seus comportamentos. Esse exercício convida o empreendedor a perceber qual o grau de familiaridade que possui com seus consumidores e estimula a realização de pesquisas, seja através de conversas, e-mails ou da observação, para lidar melhor com seu público.

### **6.5.2 Canvas**

O quadro do modelo de negócios, também conhecido como Business Model Canvas é uma ferramenta de gerenciamento estratégico criada em 2000 por Alexander Osterwalder (2011). O formato de esquema visual é dividido em 09 elementos que contemplam as principais áreas do

negócio: proposta de valor, parcerias chaves, atividades chaves, recursos chaves, relacionamento com clientes, segmentos de clientes, canais de distribuição, estrutura de custos e fluxo de receitas. Os quadrantes dizem respeito a 4 áreas básicas da construção de um negócio: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira. A partir desses pontos comuns a qualquer empresa é possível criar e pensar o modelo de negócios da empresa ou mesmo da concorrência.

### **6.5.3 Matriz FOFA**

A matriz FOFA, também conhecida como Análise SWOT, é um quadro analítico onde é possível avaliar a empresa tanto pelo ambiente interno quanto pelo cenário externo. Considerada uma ferramenta clássica da administração, seu nome vem da abreviação das iniciais Força, Fraqueza, Oportunidades e Ameaças - as quatro dimensões analisadas pelo instrumento. Os pontos fortes e fracos são referentes ao ambiente e características da própria empresa, enquanto as oportunidades e as ameaças têm origem externa.

Pode ser aplicada de diversas formas, mais a principal função é analisar seu empreendimento e o contexto para que guie a definição de um plano de ação a partir dos pontos observados.

### **6.5.4 Plano de ação**

O plano de ação é um documento que apresenta um mapa sistemático das ações e recursos necessários para auxiliar a concretização de cada um dos entregáveis que compõe o projeto de negócio. Nesta oficina a ideia é definir uma lista de ações prioritárias a serem executadas para o alcance de determinado objetivo e auxiliar no processo de tomada de decisão sobre os principais elementos que orientarão a implementação do plano. A inserção desta ferramenta na oficina surge com o intuito de complementar as demais e trazer para a prática os conhecimentos obtidos com o Canvas e a matriz SWOT. O plano de ação serve para estimular a implementação de ações, seja para a gestão do negócio e de projetos ou para planejar os passos de novos empreendimentos.

É importante ressaltar que todas essas ferramentas e modelos apresentadas contribuem para o desenvolvimento de um planejamento estruturado e que esse esforço em definir tão bem o planejamento tem como objetivo final reduzir os riscos e incertezas do empreendedor.

## 6.6 EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

É sabido que a universidade pública é dos principais espaços de produção e disseminação de conhecimentos. Sua organização enquanto instituição é definida pelo tripé : ensino, pesquisa e extensão. Onde a extensão universitária ou extensão acadêmica é a ação da universidade junto à comunidade ao seu redor, ou seja, uma forma de interação com os demais atores sociais que compõe a sociedade. A extensão prevê e possibilita o compartilhamento e construção de conhecimentos e pesquisa junto com o público externo. O que se apresenta enquanto ferramenta de transformação social.

A Constituição afirma no artigo 207 que: "As universidades gozam de autonomia didático-científica, administrativa e de gestão financeira e patrimonial e obedecerão ao princípio da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão". Ou seja, cabe a universidade equilibrar a realização de ações entre esses três pilares.

Diversas ações compõe o escopo da extensão: cursos, palestras, oficinas, eventos, colônias de férias, hospitais universitários, apresentações musicais, teatrais e feiras, campanhas orientativas e assistenciais; assim como programas e eventos culturais e esportivos. Neste caso, a oficina Cultura Empreendedora compôs a programação do Curso de Elaboração de Projetos Culturais promovido pela Coordenação de Extensão do Campus Nilópolis e organizado pelo professor João Guerreiro.

O convite para compor a programação do curso foi aceito pela confluência entre os assuntos trabalhados e pelo alinhamento da proposta ao escopo da extensão no que tange a partilha entre academia e sociedade. A ideia de pensar um projeto cultural, a formalização de seu empreendimento e as bases necessárias para compor um negócio ou uma ação cultural na primeira aula encontra-se com a proposta do curso que é desenvolver um projeto cultural completo até sua finalização. Inicialmente a participação seria restrita aos alunos e alunas inscritos até agosto, mas devido ao intervalo de 04 meses entre a inscrição e o início do curso parte dos discentes desistiram, o que possibilitou a reabertura de inscrições e a participação de novas pessoas.

## 7 PERÍODO

A oficina do projeto Cultura Empreendedora foi realizada no dia 30 de novembro de 2018 e seu processo de produção compreendeu 06 meses no total, de julho a dezembro de 2018.

## **8 LOCAL DE REALIZAÇÃO**

A oficina foi realizada no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ), unidade de Nilópolis - sala B215, situado no endereço Rua Coronel. Délio Menezes Porto, 1045 - Centro, Nilópolis - Rio de Janeiro. A unidade de Nilópolis é o único campus do IFRJ que possui curso superior de Produção Cultural, o que explica a oferta de cursos ligados ao universo da cultura e da economia criativa.

## **9 PÚBLICO-ALVO ALCANÇADO**

Cultura Empreendedora foi destinada a agentes culturais, produtores, empreendedores individuais, gestores públicos, representantes de coletivos, movimentos e instituições culturais, pesquisadores e pessoas interessadas em cultura e empreendedorismo. A faixa etária recomendada é a partir dos 16 anos. A oficina também pretende alcançar jovens estudantes da rede pública de ensino e pessoas em situação de vulnerabilidade social.

## **10 PRODUÇÃO**

A organização e coordenação do projeto é proposta por Karen Kristien, aluna da pós-graduação em Linguagens Artísticas, Cultura e Educação do IFRJ - Nilópolis que propõe a realização de uma oficina no formato colaborativo e cooperativo onde todas as pessoas envolvidas sejam co-criadoras do processo de aprendizado.

### **10.1 KAREN KRISTIEN**

Karen Kristien é graduada em Comunicação Social pelo Centro Universitário da Cidade (2013) e cursou Estudos de Mídia na UFF (Universidade Federal Fluminense). Atualmente é

pós-graduanda em Linguagens Artísticas, Cultura e Educação pelo IFRJ (Instituto Federal do Rio de Janeiro) e pesquisadora bolsista da Fundação Casa de Rui Barbosa no setor de Políticas Culturais.

Desenvolve pesquisas no campo de políticas culturais, educação e gestão pública, com enfoque em periferias e direitos culturais. Neste momento atua como assistente pedagógica no Instituto Reação, mediadora no Instituto de Arte-Educação Tear e coordena o curso de Políticas Públicas da Casa Fluminense. Foi produtora cultural do grupo teatral Manguinhos em Cena, técnica de cultura do SESC - Nova Iguaçu e assessora técnica de articulação institucional e projetos no Programa Caminho Melhor Jovem da Secretária de Assistência Social do Estado do Rio de Janeiro (SEASDH). Debatedora do Rio de Encontros e aluna da Universidade das Quebradas, iniciativas que pensam e propõe uma nova leitura dos espaços e habitantes do Rio de Janeiro através da cultura com enfoque na periferia e estudou artes no programa de fundamentação artística da Escola de Artes Visuais do Parque Lage. Tem experiência na área de gestão e comunicação, com ênfase em produção cultural, atuando principalmente na temática de juventude e territórios.

## **11 FICHA TÉCNICA**

- Produção: Karen Kristien Silva dos Santos
- Oficineira: Karen Kristien Silva dos Santos
- Assistência de Produção: Jade Pereira do Amaral Bastos e Larissa Costa Martins.
- Apoio: Fundação Casa de Rui Barbosa, Coordenadoria de Extensão do IFRJ - Nilópolis e Sebrae - Méier.

## **12 INSTITUIÇÕES PARCEIRAS**

O estabelecimento de parcerias previu não somente o compartilhamento de espaço físico ou equipamentos para realização das atividades e produção, mas principalmente a constituição de uma rede de atores ligados ao universo das políticas públicas de cultura e de arranjos comunitários com o objetivo comum da profissionalização e ações formativas para o campo cultural. Logo pressupõe uma composição plural tanto da natureza da instituição quanto na localização geográfica de atuação. Foram pensados parceiros do campo acadêmico, governamental, do terceiro setor e dos movimentos culturais. Nessa edição o Sebrae, a Coordenadoria de Extensão (Coex) do IFRJ Nilópolis e a Fundação Casa de Rui Barbosa foram parcerias estabelecidas. Contribuíram com o apoio em

divulgação, cessão do espaço para realização da oficina, impressão do material, doação de cartilhas de apoio e livros para sorteio.

### **13 CONTRAPARTIDAS**

As contrapartidas oferecidas para os apoiadores neste projeto foram contrapartidas de imagem, menção na abertura da oficina, inserção da logomarca no material de apoio e citação na redação do projeto. E a contrapartida social através da distribuição gratuita de publicações culturais e de empreendedorismo para os participantes.

### **14 RESULTADOS ESPERADOS**

- Realização de 01 (uma) oficina de Empreendedorismo e Cultura.

## **15 ETAPAS DO PROJETO**

### **Fase 1 - Pré-produção**

- Pesquisa Inicial: Análise do campo cultural e MEI no Brasil: situação atual, apontamentos, desafios e questões;
- Pesquisa sobre temas para aulas;
- Organização da apresentação de conteúdos;
- Criação de ficha de cadastro (inscrição);

### **Fase 2 - Comunicação e parcerias**

- Criação de identidade visual;
- Definição de ações de comunicação;
- Estabelecimento de parcerias;
- Agendamento do local e dia da oficina;
- Criação de email marketing para comunicação;
- Definição de formato de avaliação final para o curso.

### **Fase 3 - Produção**

- Divulgação do curso;
- Abertura de cadastro;
- Recebimento de inscrição;
- Definição de check-list;
- Reserva de equipamentos;
- Organização de materiais impressos;
- Realização da aula;
- Publicações dos registros em redes sociais.

## Fase 4 - Avaliação

- Análise do processo;
- Elaboração de relatório final de projeto.
- Avaliação de métricas e indicadores;
- Feedback e agradecimento para alunos e voluntários/parceiros;
- Prestação de contas do projeto.

## 16 CRONOGRAMA

Cronograma de Produção									
Projeto	Cultura Empreendedora	Prod:	Karen K.						
ETAPAS	ATIVIDADES	6	7	8	9	10	11	12	
<b>Pré Produção</b>									
	Pesquisa Inicial	X							
	Organização da apresentação de conteúdos;		X						
	Criação de ficha de cadastro			X					
<b>Produção</b>									
	Criação de identidade visual				X				
	Definição de ações de comunicação				X				
	Estabelecimento de parceria				X	X			
	Agendamento do local					X			
	Definição de formato de avaliação final					X			
<b>Comunicação e parcerias</b>									
	Divulgação				X		X		
	Abertura de inscrição				X		X		
	Reserva de equipamentos					X			
	Organização de materiais					X			
	Estabelecimento de parcerias					X			
	Realização da oficina						X		
	Publicações dos registros em redes sociais						X		
<b>Avaliação</b>									
	Controle contábil	X	X	X	X	X	X	X	
	Análise do processo							X	
	Avaliação de métricas e indicadores						X	X	
	Relatório Final e Feedback						X	X	
	Prestação de Contas						X	X	

## 17 EQUIPE NECESSÁRIA

São vários os profissionais e suas responsabilidades junto ao projeto. É necessário destacar que parte das funções foi pensada prevendo uma equipe ideal para gestão do projeto a longo prazo.

- **Oficineira:** Responsável por organizar o material de apresentação, realizar a oficina com os alunos e alunas, providenciar o material de apoio e definir as estratégias de ensino-aprendizagem a serem empregadas na oficina. Cabe a ele avaliar e monitorar o processo e gerar os relatórios de andamento das atividades.
- **Contador:** Administrar os tributos; registrar atos e fatos contábeis; gerenciar custos; preparar obrigações acessórias, tais como: declarações acessórias ao fisco, órgãos competentes e contribuintes e administrar o registro dos livros nos órgãos apropriados; elaborar demonstrações contábeis do projeto.
- **Produtor:** pessoa que realiza pesquisas, elabora textos, agenda compromissos, faz a mediação entre a equipe os diferentes públicos, seleciona espaços, divulga o material institucional, organiza a equipe e controla a necessidade de verbas, equipamentos e materiais. Bem como cuida das inscrições de participantes e realiza as inscrições em editais de financiamento.
- **Assistente de produção:** profissional que auxilia o produtor na organização de atividades administrativas e técnicas.
- **Designer:** pessoa que cuida da estética do projeto. É responsável por realizar desenhos, artes, layouts e ilustrações do núcleo de forma a tornar seus produtos visuais mais atraente.

## 18 ORÇAMENTO

### 18.1 ORÇAMENTO IDEAL

ITEM	Nº	UNID	QUANT	\$ UNID	TOTAL R\$
<b>1. PRÉ PRODUÇÃO</b>					
Impressão de Material		cachê	1	125,00	125,00
<b><i>SUBTOTAL 1</i></b>					125,00
<b>2. PRODUÇÃO</b>					
Cartão de Memória		unidade	1	60,00	60,00
Transporte		verba	1	40,00	40,00
Aluguel do espaço		verba	1	200,00	200,00
Oficineiro		cachê	1	750,00	750,00
Lanche		projeto	1	125,00	125,00
Material de papelaria (caneta, folhas)		projeto	1	75,00	75,00
<b><i>SUBTOTAL 2</i></b>					1.250,00
<b>3.COMUNICAÇÃO</b>					
Registro Audiovisual		projeto	1	250,00	250,00
Cartazes de Divulgação		projeto	1	50,00	50,00
Mídias Sociais		projeto	1	200,00	200,00
Assessoria de Imprensa		projeto	1	450,00	450,00
Comunicação Visual		projeto	1	400,00	600,00
<b><i>SUBTOTAL 3</i></b>					1.550,00
<b>4.ADMINISTRATIVOS</b>					
Comunicação (telefone e internet)		verba	1	200,00	200,00
Material de Consumo		verba	1	120,00	120,00
Assessoria Contábil		meses	1	450,00	450,00

Taxas bancárias		verba	1	80,00	80,00
Prestação de Contas		verba	1	120,00	120,00
<b><i>SUBTOTAL 4</i></b>					970,00
<b>5. SUBTOTAL GERAL</b>					3.895,00
<b>6. IMPREVISTOS (5%)</b>					194,75
<b>7. ADMINISTRAÇÃO (10%)</b>					408,98
<b>8. TOTAL</b>					<b>4.498,73</b>

## 18.2 ORÇAMENTO REAL

ITEM	Nº	UNID	QUANT	\$ UNID	TOTAL RS
<b>1. PRÉ PRODUÇÃO</b>					
Impressão de Material		cachê	1	12,00	12,00
<b><i>SUBTOTAL 1</i></b>					12,00
<b>2. PRODUÇÃO</b>					
Cartão de Memória		unidade	1	0,00	0,00
Transporte		verba	1	32,00	32,00
Aluguel do espaço		verba	1	0,00	0,00
Oficineiro		cachê	1	0,00	0,00
Lanche		projeto	1	20,00	20,00
Material de papelaria (caneta, folhas)		projeto	1	15,00	15,00
<b><i>SUBTOTAL 2</i></b>					67,00
<b>3.COMUNICAÇÃO</b>					
Registro Audiovisual		projeto	1	0,00	0,00
Cartazes de Divulgação		projeto	1	0,00	0,00
Mídias Sociais		projeto	1	0,00	0,00
Assessoria de Imprensa		projeto	1	0,00	0,00
Comunicação Visual		projeto	1	0,00	0,00
<b><i>SUBTOTAL 3</i></b>					0,00
<b>4.ADMINISTRATIVOS</b>					
Comunicação (telefone e internet)		verba	1	15,00	15,00
Material de Consumo		verba	1	10,00	10,00
Assessoria Contábil		meses	1	0,00	0,00

Taxas bancárias		verba	1	0,00	0,00
Prestação de Contas		verba	1	0,00	0,00
<b><i>SUBTOTAL 4</i></b>					25,00
<b>5. SUBTOTAL GERAL</b>					104,00
<b>6. IMPREVISTOS (5%)</b>					5,20
<b>7. ADMINISTRAÇÃO (10%)</b>					10,92
<b>8. TOTAL</b>					<b>120,12</b>

## 19 COMUNICAÇÃO

Foram escolhidos alguns meios para atender os objetivos iniciais do projeto. Para a chamada de participantes foi realizada divulgação virtual a partir do perfil pessoal da palestrante e de grupos de instituições parceiras.



FIGURA 1: PRINTSCREEN DA IMAGEM POSTADA NO FACEBOOK DA PALESTRANTE

O anúncio realizado no perfil pessoal da realizadora alcançou 93 interações, 20 comentários e 24 compartilhamentos e foi replicado em diversas comunidades do Facebook, tais como IFRJ - Produção Cultural, Procult é amor, Universidade das Quebradas, IFRJ Nilópolis, ANF - Agência de

Notícias da Favela, MBA em gestão cultural, Cultura Viva - Fórum dos Pontos de Cultura, entre outros. Também foi utilizado o aplicativo WhatsApp para divulgação em grupos de troca de informações. Logo, a circulação da mensagem foi considerada positiva, o que pode ser confirmado posteriormente nas respostas dadas nas fichas de inscrição.

### 19.1 FACEBOOK - PÁGINA DE CAUSA SOCIAL

O Facebook é a rede social mais popular no mundo e também uma das principais mídias para divulgação de iniciativas. Outras possibilidades são o compartilhamento de informações, a abertura de grupos, a realização de anúncios e de ações de publicidade, a interação com outras redes e a existência do chat que permite o acesso e o diálogo com pessoas interessadas em conhecer o núcleo.

### 19.2 INSTAGRAM - PERFIL DO PROJETO

O Instagram é uma mídia baseada em imagens, muito usada pelo público mais jovem, e tem crescido bastante entre o público mais adulto. Dá a possibilidade de publicar fotos, podendo modificá-las por meio de filtros e efeitos especiais. Ideal para campanhas e que divulgação de atividades cujo foco fotográfico é mais importante. É possível realizar transmissões audiovisuais e postar vídeos curtos.

## 20 MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

As atividades de monitoramento e avaliação foram realizadas com vistas à continuidade do projeto, são elas: aferição dos objetivos propostos e a validação das metas/resultados alcançado. E estão previstas também para possibilitar a realização de para edições futuras, visando a permanência da oficina em atividades, a manutenção de parcerias e o crescimento profissional de todos os envolvidos no processo da oficina.

Realizadas através de:

- Questionário avaliativo dos participantes na ficha de inscrição;
- Levantamento de expectativas no momento inicial do encontro;
- Avaliação final entregue ao final do encontro;

- Frequência dos participantes no encontros x lista de inscritos previamente;
- Interesse e envolvimento com atividades;
- Relatório do projeto escrito para encaminhamento aos parceiros;
- Controle das atividades em andamento.

## 20.1 REDES SOCIAIS E CANAL DE EXIBIÇÃO

### **Métricas - atividades de mídia**

- número de postagens feitas;
- respostas às perguntas dos seguidores;
- respostas aos comentários nas redes sociais e blogs;

### **Métricas - engajamento**

As métricas desse tipo dizem respeito ao engajamento do público e à interação entre o projeto e os usuários das mídias:

- comentários realizados
- curtidas
- compartilhamento de conteúdos

Entende-se que se um público interage com determinado conteúdo é uma base ativa e, conseqüentemente, pode estar mais perto de efetuar ações concretas a respeito dele. Portanto, pode-se afirmar que há um grande potencial de engajamento a longo prazo dado que na realização desta primeira edição da oficina as pessoas reagiram de forma positiva interagindo com a notícia da realização indicando participantes e replicaram a informação para suas redes pessoais.

## **21 ACESSIBILIDADE**

O projeto optou por ser realizado em um local que contemplasse a acessibilidade física, através de rampas, banheiros adaptados, faixa pedestre e portas com medidas que possibilitam o trânsito livre. Em novas edições o projeto pretende incorporar aspectos como a produção de material com letras aumentadas e a presença de uma intérprete de libras.

## **22 DEMOCRATIZAÇÃO**

Realização de ação presencial e gratuita, destinada a alunos de instituições de ensino público e pessoas interessadas com o intuito formativo no campo cultural. A democratização proposta visa contemplar também diferentes regiões geográficas e pessoas em situação de vulnerabilidade social também com o papel de propor a crítica e reflexão sobre cultura e empreendedorismo por intermédio da oficina.

## **23 SUSTENTABILIDADE**

Sustentabilidade é um termo que pode ser aplicado a diferentes áreas e perspectivas, neste trabalho está ligada diretamente a recursos econômicos para assegurar a manutenção e continuidade das atividades existentes no desenho e na gestão de projetos culturais. No que se trata do Cultura Empreendedora é possível elencar algumas possibilidades:

- Editais Públicos: secretaria municipal e estadual de cultura do Rio de Janeiro. Ministério da Cultura.
- Editais Privados
- Fundos de Investimento: Fundos internacionais.
- Financiamento coletivo : recorrentes ou pontuais através de crowdfunding ou famosa vaquinha virtual. Ou financiamento misto (matchfunding) onde parte dos recursos arrecadados vem de pessoas físicas e uma outra parte vem da instituição financiadora, que aporta recursos para potencializar o investimento obtido junto da sociedade civil.
- Contribuição espontânea
- Parceiros Doadores: empresas que investem recursos diretamente em projetos.

- Leis de Incentivo Fiscal: Lei Rouanet, Lei do ICMS, Lei do ISS.

## **24 AVALIAÇÃO DA OFICINA**

### **24.1 PERFIL DOS PARTICIPANTES**

A partir dos resultados obtidos pela ficha de inscrição é possível afirmar que os participantes em sua maioria são estudantes, educadores e agentes culturais.

A maioria não participou anteriormente de oficinas de empreendedorismo, mas já participou de oficinas culturais. Estão estudando no momento e possuem nível superior, tendo como grau de instrução em maior peso estudantes universitários, um especialista, um mestre e um cursando doutorado. Chegaram até a oficina através do Facebook e do Whatsapp e houve um equilíbrio entre empreendedores formalizados (MEIs) e pessoas que não são empreendedoras. Importante ressaltar que nem todos os participantes preencheram todos os campos disponíveis, no total foram 20 participantes e 18 preencheram o cadastro de participação.

### **24.2 DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE**

Aicineira chegou no IFRJ às 12h e iniciou a organização do material em sala de aula. O momento inicial foi de acolhida dos participantes, identificação através de uma etiqueta onde era possível escrever o nome e a escrita de expectativas para o encontro. Muitos ficaram tímidos e não quiseram fazer a atividade de "Estacionamento de Expectativas", outros que chegaram atrasados e também não puderam participar dessa etapa.

O horário agendado para início foi 13h, entretanto a oficina começou às 13:30h por questões de problemas na liberação da estrutura de equipamentos por parte do IFRJ e atraso dos participantes. Foi realizada uma apresentação inicial entre os participantes e em seguida apresentado o roteiro da oficina. Ao longo da explanação os alunos e alunas participaram com comentários e dúvidas, também auxiliaram a responder dúvidas de colegas. O que é bastante positivo pois demonstra não só o interesse em aprender, mas como a troca de conhecimentos e um perfil diverso de turma pode beneficiar a todos.

No meio da oficina foi realizado o lanche coletivo, a ideia é que além de serem alimentados e conversarem entre si, houvesse um momento entre a etapa teórica e a prática. A adesão ao lanche foi

positiva e a pausa se mostrou estratégica até mesmo para aicineira descansar a voz.

O volume de informações foi grande e com bastante detalhes, o que torna o conteúdo extenuante em alguns momentos. Algumas checagens através de perguntas foram feitos para avaliar se as explicações eram entendidas. Por conta do horário acordado, a parte prática de realização dos exercícios de *Design Thinking* a partir das ferramentas disponibilizadas foi um pouco reduzida e pôde ser iniciada em sala, mas não terminada. O que estava previsto e não trouxe prejuízos, pois a ideia era que o material também fosse explorado posteriormente pelos participantes. O momento final foi dedicado as avaliações dos alunos e alunas, a distribuição de cartilhas sobre empreendedorismo, sorteio de livros e aos registros fotográficos.

### 23.3 AVALIAÇÃO DOS PARTICIPANTES

A avaliação do encontro obteve uma pontuação satisfatória, em geral a turma apresentou estar muito satisfeita com o conteúdo, a organização das tarefas e a professora, consideraram que os objetivos da aula foram atingidos de forma satisfatória. Parte da turma teceu comentários com relação ao aumento da carga horária e a realização de encontros para prática.

## 25 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenho do MEI favoreceu empreendedores do campo cultural, entretanto o desenvolvimento do empreendedorismo, em especial o cultural, depende de políticas públicas com mecanismos continuados. Logo, é importante a consciência a respeito da força socioeconômica da cultura e de suas atividades, sua relevância no que tange a produção de riquezas e geração de empregos, além dos impactos na melhoria de qualidade de vida ligados aos gestores e consumidores desses projetos e empreendimentos. Apesar dos números expressivos de microempreendedores, algumas questões de entendimento sobre o que compõe essa opção tributária limitam seus usuários. Ainda é possível observar outras questões tais como a dificuldade no acesso ao crédito e ausência de políticas de financiamento e acesso a tecnologia que não favorecem a disseminação do empreendedorismo. Muitas vezes a falta de preparo daqueles que gerenciam seu próprio negócio compromete a saúde financeira e resulta no fechamento da empresa ainda nos primeiros anos de existência

A oficina Cultura Empreendedora aborda parte dos desafios encontrados na gestão de um microempreendimento, provoca o olhar para a inovação e lança novas perspectivas para gestão por meio das ferramentas de *design thinking*. O retorno dado pelos participantes demonstra que a oficina alcançou seus objetivos, porém nota-se que, mesmo com as informações disponibilizadas, ainda há a necessidade de dedicação de um tempo maior para a realização de atividades práticas e o acompanhamento das mesmas para que o empreendedor se sinta mais seguro na condução de seu negócio. Contudo, o exercício autônomo e a experiência cotidiana dão conta ampliar o repertório e a expertise de cada empreendedor devido a especificidade de cada setor de mercado e de cada empreendimento. Em encontros de formação é possível refletir sobre o cenário, observar o contexto social e detectar novas oportunidades, bem como visualizar os avanços que podem ser potencializados em novas iniciativas a serem desenvolvidas. Atividades importantes tanto para agentes culturais quanto para empresários.

O projeto pretende ser replicado e ampliado no que diz respeito a temas abordados e sua duração, de forma a contribuir ainda mais com seu público. Por hora, Cultura Empreendedora compreende que somente a partir das diferentes instâncias da sociedade, tais como empresas privadas, governo, terceiro setor e instituições de ensino, é possível olhar de forma direcionada para o empreendedorismo cultural com o intuito de articular iniciativas que atendam e potencializem os micro e pequenos empresários brasileiros.

## **26 DESDOBRAMENTOS**

O projeto Oficina Cultura Empreendedora prevê o desenvolvimento contínuo de atividades de extensão voltadas à difusão da economia criativa através dos conhecimentos em gestão e desenvolvimento de projetos e empreendedorismo. Assim como, a realização de novas edições da oficina para públicos voltadas para variados perfis de público abrangendo organizações sociais e coletivos artísticos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEYONDA, D. *El rol del/de la Gestor/a comunitario/a..* Clase 1. Módulo 5. Posgrado Internacional en Políticas Culturales de Base Comunitaria, FLACSO Argentina, 2018. Disponível em: [flacso.org.ar/flacso-virtual](http://flacso.org.ar/flacso-virtual)

BOSI, A. *Cultura como tradição*. In: BORNHEIM, Gerd A. et al. *Cultura brasileira: tradição/contradição*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar/Funarte, 1987. 152p

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 20 ago. 2018.

BRASIL. *Lei Complementar nº. 123 de 14 de dezembro de 2006*. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte. Disponível em : [www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/LCP/Lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LCP/Lcp123.htm). Acesso em: 28 ago. 2018.

BRASIL. *Lei Complementar nº. 128 de 19 de dezembro de 2008*. Altera a Lei Complementar nº. 123, de 14 de dezembro de 2006. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/LCP/Lcp128.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LCP/Lcp128.htm). Acesso em: 28 ago. 2018.

CASCUDO, L. C. *Civilização e Cultura*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1983. p.39 - Disponível em: <http://www.jblog.com.br/hojenahistoria.php?itemid=26861?>> Acesso em: 26 nov. 2018

ENDEAVOR, Site institucional, Endeavor. Disponível em: <https://endeavor.org.br/> . Acesso em: 08 jun. 2018.

MACIONIS, J.J-PLUMMER, K. *Sociología*. Madrid: Prentice Hall, 2007.

NAKAGAWA, Marcelo. *Pequenas Empresas Grandes Negócios – Movimento Empreenda – Ferramenta: Business Model Canvas (BMC)*. São Paulo: Editora Globo, 2012. Disponível em: [http://cms-empreenda.s3.amazonaws.com/empreenda/files\\_static/arquivos/2012/07/27/ME\\_busines-s-model-canvas.PDF](http://cms-empreenda.s3.amazonaws.com/empreenda/files_static/arquivos/2012/07/27/ME_busines-s-model-canvas.PDF)>. Acesso em: 09 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. *Pequenas Empresas Grandes Negócios – Movimento Empreenda – Ferramenta: Análise SWOT*. São Paulo: Editora Globo, 2012. Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME\\_Analise-Swot.PDF](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Analise-Swot.PDF)>. Acesso em: 09 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. *Pequenas Empresas Grandes Negócios – Movimento Empreenda – Ferramenta: 5W2H - Plano de Ação para Empreendedores*. São Paulo: Editora Globo, 2012. Disponível em: [https://cms-empreenda.s3.amazonaws.com/empreenda/files\\_static/arquivos/2014/07/01/5W2H.p df](https://cms-empreenda.s3.amazonaws.com/empreenda/files_static/arquivos/2014/07/01/5W2H.pdf)>. Acesso em: 09 jun. 2018.

\_\_\_\_\_. Pequenas Empresas Grandes Negócios – Movimento Empreenda – Ferramenta: Mapa da Empatia para Empreendedores. São Paulo: Editora Globo, 2012. Disponível em: <[http://cms-empreenda.s3.amazonaws.com/empreenda/files\\_static/arquivos/2015/01/20/ME\\_Mapad\\_e\\_empatia\\_para\\_empreendedores.pdf](http://cms-empreenda.s3.amazonaws.com/empreenda/files_static/arquivos/2015/01/20/ME_Mapad_e_empatia_para_empreendedores.pdf)>. Acesso em: 09 jun. 2018.

OSTERWALDER, Alexander. *Business Model Generation – Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

PINHEIRO, T. ALT, L. *Design Thinking Brasil: empatia, colaboração, experimentação, para pessoas, negócios, sociedade*. Rio de Janeiro: Elsevier. 2011

RINCÓN, O. *Acerca de la(s) cultura(s): artes, identidades y entretenimiento*. Clase 1. Módulo 1. Posgrado Internacional en Políticas Culturales de Base Comunitaria, FLACSO Argentina, 2018. disponible en [flacso.org.ar/flacso-virtual](http://flacso.org.ar/flacso-virtual)

PORTAL DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br>> Acesso em: 07 set. 2018.

SANTOS, J. L. *O que é cultura*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983, 5. ed.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Cartilha – O Quadro de Modelo de Negócios: um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios*. 2013.

SEBRAE BA. *Cartilha Microempreendedor individual 2018*. Disponível em: <[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/CARTILHA%20MEI%202018%2015x21cm%20SEBRAE%20\(12\).PDF](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/CARTILHA%20MEI%202018%2015x21cm%20SEBRAE%20(12).PDF)>. Acesso em: 07 set. 2018.

SEBRAE SP. *Manual Oficina Planeje sua Empresa*. São Paulo: Sebrae SP, 2007

TRIPP, David. *Pesquisa-ação: uma introdução metodológica*. Educação e Pesquisa, São Paulo, v. 31, n. 3, set./dez. 2005, p. 443-466. Tradução de Lólio Lourenço de Oliveira. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ep/v31n3/a09v31n3.pdf>>. Acesso em: 07 set. 2018.



**REQUISITOS E MEDIÇÕES**

- \* Não é permitido ter participação em outra empresa (sócio ou thilor);
- \* Não possui sócio;
- \* Não ter filial;
- \* Exercer atividade permitida para MEIS;
- \* É possível contratar somente 01 empregado da carteira assinada.
- \* Não pode contratar o próprio cônjuge como empregado.

**DISTINGUÍDAS**

Deixa de incluir-se contribuição no formato de MEI para cargo de diretor e presença física reduzida de personalidade, subordinação e fiscalização.

- "Prestador" das atividades de trabalho;
- Retirada e limitação de direitos sociais;
- Comprometimento de bens do empreendedor individual;
- Não pode pagar imposto sobre empresa de qualquer espécie, seja fixa, seja variável, e não pode ser beneficiário de incentivos fiscais, de isenções, de créditos e de outros benefícios fiscais, por não atender as exigências comuns dos efeitos ou bens, em relação ao ar da respectiva empresa, o limite de faturamento do MEI.
- Ter múltiplas tributadas, muitas formações não vendem para MEI. Ou, quando vendem, praticam uma tabela de preços menor, sem desconto.

**LEGISLAÇÃO**

- \* [Consulta Previa junto à prefeitura](#)
- \* [Formalização - Portal do Empreendedor](#)
- \* [Avaliá junto à prefeitura](#)
- \* [Nota Fiscal Eletrônica](#)

**FORMALIZAÇÃO - MEI DA CULTURA**

- \* Ocupação Principal e Atividade Principal (Específicas)
- \* Razão da existência da empresa
- \* Atividade mais exercida/relevante
- \* Atentar as solicitações de Nota Fiscal e contribuições.

[Consulta - Tabela MEI da Cultura](#)

**VANTAGENS - SETOR CULTURAL**

- Contratação SIESCS - contra jurídica
- Contratação próprios culturais
- Recolhimento de prêmios culturais
- inscrição em editais
- Gestão profissionalizada de recursos
- Pagamento de tributos em uma única guia mensal
- Controle financeiro simplificado
- Apoio técnico do Setor

**RESPONSABILIDADES**

O MEI deve:

- \* Realizar pagamento da contribuição mensal em dia (até dia 20);
- \* Enviar a Declaração Anual Simplificada (DASN);
- \* Emitir relatório mensal;
- \* Reter Notas Fiscais de compra;
- \* Emitir Nota Fiscal para Pessoa Jurídica.

**FORMALIZAÇÃO - DOCUMENTOS**

Accesse o [Portal do Empreendedor](#) com os seguintes documentos em mãos:

- \* RG (Identidade)
- \* CPF (consultar no Receita Federal)
- \* Comprovante de Residência/ITU
- \* Título de Eleitor (consultar no TRE)
- \* Declaração do Imposto de Renda (IRPF)

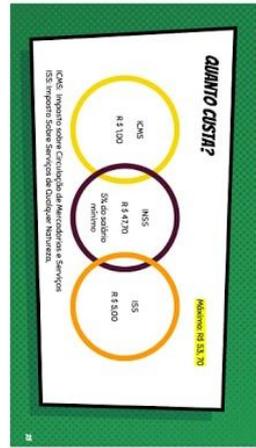
**FORMALIZAÇÃO - MEI DA CULTURA**

- \* Além da atividade principal, o MEI pode registrar até 15 (quinze) ocupações para suas atividades secundárias, as quais, serão Específicas - CAIE SP de Classificação Nacional de Atividades
- \* [Consulta - Atividades permitidas](#)

**VANTAGENS**

Formalização simplificada, rápida e gratuita.

- Direito ao CAIE (Formulário autorizado no nome do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica, Certificado de Microempreendedor Individual, inscrição em [Cadastro Profissional](#) obrigatória por todos, oportunidade por incluir: qualis-obra; adição-orientadora; período por morte; e qualis-veículo; Consultar site/informações para cada benefício (mesa de informações disponíveis em [www.mei.gov.br](#)).
- Direitos de extinção fiscal e contábil;
- Não emitir notas fiscais (obrigado apenas quando for vender para outra empresa), com maiores chances de ser contratado por outras empresas e prestador de serviços para outras empresas;
- Mesmo quando emitir para outra empresa, o MEI pode ser dispensado do envio de nota fiscal se a empresa emitir [notas de entrada](#).



**FORMALIZAÇÃO - CADASTRO**

- \* Nome empresarial
- \* Nome do empresário
- \* Nome fantasia
- \* Capital Social
- \* CNPJ
- \* NIRE - Número de Identificação do Registro do Empresa
- \* Endereço Comercial

**FORMALIZAÇÃO - CNIE**

- \* As CNIEs são os códigos que determinam quais são as atividades podem ser MEI, por exemplo:
- \* [Consulta - Atividades permitidas](#)
- \* [CAIE R - ARTES, CULTURA, ESPORTE E RECREAÇÃO](#)
- \* [Consulta geral de Códigos e Atividades](#)

**VANTAGENS**

- Possibilidade de regular o comércio de 01 funcionário, eliminando os riscos de problemas trabalhistas;
- Reduzir o agravo jurídico e menos problemas com a fiscalização;
- Obter as vitórias prévias para atividades de baixa risco;
- Não emitir notas fiscais (obrigado apenas quando for vender para outra empresa), com maiores chances de ser contratado por outras empresas e prestador de serviços para outras empresas;
- Mesmo quando emitir para outra empresa, o MEI pode ser dispensado do envio de nota fiscal se a empresa emitir [notas de entrada](#).

**2. TOP! ONDE ME INSCREVO?**

posto - 0 - posto

**FORMALIZAÇÃO - ATIVIDADE**

- \* Ocupação Principal
- \* Atividade Principal
- \* Ocupações Secundárias
- \* Atividades Secundárias
- \* CAIE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas
- \* Alvará Provisório

**3. SOU MEI, E AÍ? COMO?**

Oh, não nos detalhes



## CONSULTA PRÉVIA – ALUNIA

O participante deve receber o serviço de consultoria prévio de exigência para o empreendedor verificar se o local escolhido para estabelecer a sua empresa está de acordo com essas normas.

No caso do Rio de Janeiro, acessar o portal Cidade Digital a http://www.cidade.digital.br/ ou acessar o site “Rio de Janeiro – Guia – Acesso à Informação” através do link “Rio de Janeiro – Guia – Acesso à Informação”.

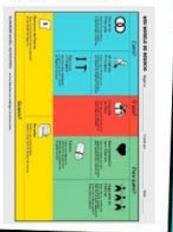
Todas as informações no “guia”

“Tudo o que você precisa saber para abrir uma empresa em Rio de Janeiro” (Cidade Digital) e a consulta online são gratuitas, porém a emissão do certificado de atendimento deve ser selecionar “ACESSAR”.

## CANVAS

O Business Model Canvas, mais conhecido como Canvas, é uma ferramenta estratégica que permite desenvolver e explicar modelos de negócios inovadores de maneira ágil e estruturada.

É um quadro que serve para analisar, desenvolver e explicar modelos de negócios inovadores, com foco nos representantes nos nove blocos representados no diagrama.



## 4. CUIDÊ OS CLIENTES?

Um que de estratégia!

Uma breve análise sobre as tendências de preferência do MERCADO.



## TELEFONES ÚTEIS

RESERVAÇÃO SOCIAL: 155  
RECIBO FEDERAL: 146  
PREFEITURA RIO DE JANEIRO: 1746



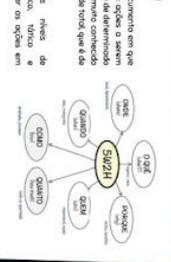
## AVALIÇÃO



## ENTÃO VOCÊ ACHOU QUE

ERA SÓ ABERTO O ESCRITÓRIO E FICAR TRABALHANDO?

O plano de ação é um documento em que sistematizamos a lista de ações a serem executadas para a obtenção de determinados resultados. É um instrumento de planejamento nos programas de qualidade total, que é de fácil entendimento.



**UTILIDADES**

- freepik.com
- CS SCAN SCANNER
- Google Meu Negócio
- WuolliCamp
- Cartão
- qipu
- Trello

## OBRIGADA!

Ficou com alguma dúvida?  
Me manda um e-mail: [karenkristina@gmail.com](mailto:karenkristina@gmail.com)



## FLUXO DE AÇÕES



## ÍGOR! MÃO NA MASSA!

Hora de planejar sua empresa



**PARTECIPAÇÃO**

- Smallbiz
- PIRÔ CRIFA TV
- ATADOS
- Indicativa JOVEM

## FONTES:

- × Template do site SlidesCarnival
- × Fotografias do Startups do kphotos
- × Portal do Empreendedor
- × Slides – Serviço de Apoio à Micro e Pequenas Empresas

## APÊNDICE B - CARTAZ DE DIVULGAÇÃO



INSTITUTO FEDERAL  
Rio de Janeiro  
Campus Nilópolis

APRESENTA

# CULTURA EMPREENDEDORA

OFICINA DE EMPREENDEDORISMO  
com KAREN KRISTIEN

30 de NOVEMBRO DE 2018  
IFRJ - NILÓPOLIS 13h às 17h

**GRATUITA**

para Agentes Culturais e  
Microempreendedores (MEI)

- Formalização
- Nota Fiscal
- Impostos e Tributações
- Vantagens e Desvantagens
- Design Thinking
- Plano de Ação

**20 VAGAS**

**Inscrições:**

karenkristien@gmail

INSCRIÇÕES LIMITADAS

## APÊNDICE C - LISTA DE PRESENÇA

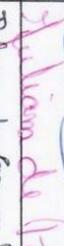
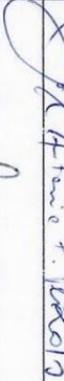
Oficina - Cultura Empreendedora

Karen Kristen Silva dos Santos

Local: IFRJ - Nilópolis

### Lista de Presença

30 de novembro de 2018.

NOME COMPLETO	CPF	EMAIL	WhatsApp	Assinatura
Luiza Helena dos Santos	154.286.197-75	luiza.kaduuc@braga@gmail.com	(21) 976146969	
DEQUIMBE B.S. DA COSTA	09957748775	dqui-brg@alchinhada.com	(19) 93310222	
MSSOS Nayra Santos	405.478.787-68	mssos.lbr265@gmail.com	(11) 969523060	
Soyce Apolinario de Freitas	19372837799	soycepapolinariofreitas@gmail.com	(21) 934340058	
Priscilla Alves de Moura Silva	906.523.042-49	brucealves@gmail.com	(21) 98080115	
Juliana da Paula F. dos Santos	154.883.087-92	Sueli194@gmail.com	-	
Rebeca da Gama Silva Felipe	117.023.997-16	rebeca.dagama@gmail.com	99274-3158	
Andressa Vallée Ferreira	156.757.797-44	andressavalle@gmail.com	99274-2711	
Fayalmaris EL de Araújo	093.859.144-03	soyce@gmail.com	(21) 935011708	
Priscilla Alves de Moura	10581191722	priscilla.alves@progr.com	(21) 98688524	
ANA CARLA FERREIRA DOS SANTOS	018822207-02	ANACARLAF@GMAIL.COM	999423639	
JORGES ANTONIO T. PEREIRA	08024366462	JORGESATPEREIRA@GMAIL.COM	(21) 9184-8551	
Deise Vieira Lyrio dos Santos				
Duane Luciano V. Reis	494.983.987-04	hustadino2014@gmail.com	(21) 992026784	



APÊNDICE D - AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ

**Autorização - Uso de Imagem e Voz**

Oficina - Cultura Empreendedora

Karen Kristien Silva dos Santos

Local: IFRJ - Niterói

Niterói, 30 de novembro de 2018.

Autorizo o uso de minha imagem e/ou voz e/ou depoimentos e/ou dados biográficos em todo e qualquer material entre fotos, documentos e outros meios de comunicação para ser utilizado. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima citada em todo território nacional em todas as suas modalidades e sem limite de tempo ou número de utilizações. Por esta ser a expressão de minha vontade declaro que autorizo uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos a minha imagem ou a qualquer outro eu assino a presente autorização.

NOME COMPLETO	CPF	RG	Assinatura
Messias Bora Guatós	905.475.78768	06673.400-5	
DAQUIVIR B. S. DA COSTA	07954448775	109666772-7	
Soyuz Apolinario de Freitas	54972837799	26573323-8	Soyuz Apolinario de Freitas
Luígia Aparecida Dias Braga	15428619775		Luígia Aparecida Dias Braga
Diana Cindy da Silva Brito	906.523.042-49	32.083.625-7	
Juliana da Paiva F. dos Passos	154.883.087-92	24.090.423-5	Juliana da Paiva F. dos Passos
Fayulmaria Lencinas Lepore Anuf	93.851.144-03	33.030.074-1	Fayulmaria Lencinas Lepore Anuf
Roberta da Graça Silva Felipe	147.023.497-16	26.416.276-6	Roberta da Graça Silva Felipe
Andréia Mônica Ferreira	156.157.457-14		
Franiele Alves de Moura	10577174722	207704109	Franiele Alves de Moura
ANDREA SOUZA VALE	93788983787	06687431-2	Andréia Souza Vale
Guiliana da Silva	087.565.057-8	33892580-9	Guiliana da Silva

## APÊNDICE E - FICHA DE CADASTRO

# Cadastro de Participação



Olá! Estou feliz por ter vindo ! Me conta um pouco mais sobre você?

Seu nome completo:

Sexo:

Raça:

Idade:

Bairro:

Município:

Email:

Telefone:

Whatsapp:

Grau de instrução:

Qual sua profissão?

Você estuda atualmente?

O quê? Onde?

Você é um MEI (Microempreendedor Individual)? Pretende ser?

Possui CNPJ?

Como você soube da oficina? ( )Facebook ( )WhatsApp ( ) Amigos ( )Coex

Já participou de alguma oficina de empreendedorismo ? Qual? Onde?

Já participou de alguma oficina de cultura ? Qual? Onde?

Qual sua maior dificuldade/ desafio ligado ao tema da oficina?

O que te motivou a participar desse encontro?

## APÊNDICE F- AVALIAÇÃO DO ENCONTRO

# Avaliação do Encontro



Chegou a hora de analisarmos nossa experiência para saber o que deu certo e o que é necessário modificar em novas oficinas. Você pode atribuir um número, desenhar a carinha ou escrever seu grau de satisfação abaixo:

- A professora é uma palestrante eficiente -----
- A professora estimula o interesse dos alunos -----
- A professora usou bem o tempo durante a oficina -----
- A equipe organizadora é acessível e prestativa -----
- Os objetivos da aula foram atingidos -----
- O conteúdo do curso foi organizado e bem planejado -----
- A apresentação foi clara e organizada -----
- A carga horária do curso foi apropriada -----
- A oficina permitiu a participação dos alunos -----
- As tarefas propostas são adequadas aos temas -----



Quais aspectos do curso foram mais úteis ou valiosos?

Gostaria de destacar algo que gostou ou que não funcionou?

Que temas novos e atividades complementares você sugeriria para uma próxima edição?

Você aplicou ou pretende aplicar algum conhecimento adquirido nas aulas do curso na sua atuação? Qual? Como? Onde?

Deixe aqui seus comentários gerais sobre o conteúdo e os métodos utilizados pelos professores.

Fale Conosco: Elogios e Reclamações

## APÊNDICE G - REGISTROS DE COMUNICAÇÃO

### Email Inicial

Olá!

Me chamo Karen Kristien e sou a realizadora da oficina **Cultura Empreendedora**.

#### **Você está inscrita!**

Nosso encontro iniciará as 13h no IFRJ - Nilópolis - Sala B 215  
Iremos até as 17h.

Endereço: R. Cel. Délio Menezes Porto, 1045 - Centro, Nilópolis - RJ, 26530-060.

A oficina é gratuita, mas peço que se puder leve algo de comer ou beber para fazermos um lanche coletivo. Peço também que leve seu copo ou sua garrafinha, assim evitamos usar descartáveis.

Meu número é 21 98220-9943, também WhatsApp, pode fazer contato comigo por lá!

Daqui a pouco enviarei um formulário com algumas perguntas, servirá para que eu organize as informações das inscrições.

Agradeço seu interesse, será muito bom compartilhar esse momento contigo.

Qualquer dúvida é só me escrever aqui ou no zap.

Um abraço,

Karen Kristien.

-----  
**Sobre o local:**

É possível chegar de trem ou de ônibus.

De trem pegue o vagão sentido Japeri e desça na estação de Nilópolis.

Você vai descer para o lado direito e caminhar em frente durante dez minutos, no final dela você verá uma padaria de esquina, então vire a direita. Pode perguntar na padaria que vão te informar certinho.

Você estará a 5 minutos do IFRJ.

## Email pós-aula

Olá! Agradeço sua participação na oficina.

Encaminho em anexo a apresentação utilizada.

Peço que não compartilhe, use somente para você !

O curso de elaboração de projetos continuará amanhã com a condução do prof Luiz Guerreiro.

Na mesma sala : B215. Serão tratados alguns tópicos como:

- O que é um projeto cultural?
- Objetivos
- Justificativa
- Orçamento
- Cronograma

entre outras questões.

Na próxima semana encaminharei as outras ferramentas utilizadas com links de auxílio.

Dica: Sugiro que você revise os documentos e anotações, leve suas dúvidas para a aula de amanhã.

Também me coloco a disposição para ajudar no que for necessário.

Um abraço forte,

Karen Kristien :)

## APÊNDICE H - CHECK-LIST E ROTEIRO DE OFICINA

### Check- List

Divulgação das inscrições

E-mail de confirmação para inscritos

E-mail de pesquisa

E-mail de lembrete

Impressão da lista de presença

Impressão da lista de direitos de voz e imagem

Impressão do cartaz de divulgação

Impressão do material de aula

Compra post-it

Reserva de canetas e papéis branco/ coloridos

Etiquetas para nomes

Pendrive com apresentação

Livros para sorteio

Toalha de mesa

Durex

Artigos de decoração

Odorizador de ambientes

Descartáveis

Reserva dos equipamentos de exibição

Reserva do cartão de memória

Organização de Câmera Fotográfica

Compra de itens para lanche coletivo

Busca de material de apoio no Sebrae

Busca do material de sorteio na Fundação Casa de Rui Barbosa

Levar notebook

## Roteiro de Oficina

### **Pré-produção**

Chegada no local

Sinalização da sala

Organização do espaço

Checagem de equipamentos

Organização do Café

### **Produção**

Recepção dos participantes e acolhida

Assinatura de lista de presença e termo de uso de imagem

Indicação de confecção de etiqueta

Estacionamento de expectativas

Etapa 1 - até o bloco: SOU MEI e AGORA? (Início - 13-13:30)

Intervalo para lanche (15:20)

Etapa 2 (Retomada : 15:30)

Avaliação da oficina (16:50)

Encerramento (17:00)

Sorteio de livros

Fotografia com o grupo

### **Pós-produção**

Digitalização da lista de presença

Email de agradecimento e material de apresentação

Confecção das declarações

Envio da declaração de participação

Postagem das fotografias nas redes sociais

Incorporação do conteúdo ao Trabalho de Conclusão de Curso

## APÊNDICE I - ESTACIONAMENTO DE EXPECTATIVAS

Aprender sobre empreendedorismo  
sobre outros pontos da lista.

Expectativa

Orientações básicas de como  
melhorar minha atividade como  
MEI, especificamente na minha  
área de atuação que é a  
literatura.

Messias Bory

30.11.18

Espero aprender a organizar  
financeiramente alguns eventos  
infantis que pretendo realizar,  
bem como alguns oficinas  
de contação de história. E  
também organizar o público e  
a propaganda que posso usar.

Dagmar B.

Aprender mais,  
ampliar meus  
horizontes

APRENDER MAIS SOBRE OS SISTEMAS  
DE EMPREENDEDORISMO E DAS  
FERRAMENTAS DE PESQUISA  
DE NEGÓCIOS.

Sanar minhas dúvidas  
quanto ao MEI

Emprender na área de  
perfumaria e estética,  
obter mais conhecimento  
na área empreendedor

Ter uma tarde de  
aprendizado, conhecimen-  
to, trocas, harmonia,  
paz e alteridade.

Luiza UFRJ

Adicionar mais cursos e melhores  
conhecimentos, e auxiliar na  
desenvolvimento de minha empresa.

Bruno

Gostaria de sair motivo  
da e com os instrumentos  
e informações necessárias pa-  
ra por em prática meu  
projeto de oficina pedagógica.

ME EQUIPAR PARA  
PRODUZIR DA MELHOR  
FORMA PROJETOS  
CULTURAIS

Melhorar e aprender no  
campo de trabalho e na  
faculdade.

## APÊNDICE J - REGISTROS FOTOGRÁFICOS







## APÊNDICE K - DEPOIMENTO DE PARTICIPANTE



**Bruna Cibely**

para eu ▾

12 de dez de 2018 11:04 (Há 2 dias)



Karen, bom dia!

Muito obrigada por ter compartilhado tanta experiência e saberes com a turma. Sua atividade superou minhas expectativas com relação ao tema e a forma de apresentação do conteúdo.

Agradeço o arquivo anexo.

Espero que você continue atuando com palestras, oficinas e cursos, pois são de suma importância os pontos que você tocou, e a sua forma de abordagem é muito boa.

Obrigada mais uma vez e parabéns!

Abraços

Bruna Brito



Obrigada!

Muito obrigada!

Bom dia!

## ANEXO A - CARTILHA DO MEI



### Conhecimento para crescer

Sebrae/RJ oferece oficinas para o MEI, por meio dos programas SEI e Pratique.

**sei** / SEBRAE

As soluções SEI do Sebrae sinam os principais pontos para estão de um negócio eficiente e rativo para o MEI. São oficinas gratuitas nos temas:

- SEI Administrar
- SEI Clicar
- SEI Comprar
- SEI Contratar
- SEI Controlar meu dinheiro
- SEI Crescer
- SEI Empreender
- SEI Formar preço
- SEI Planejar
- SEI Unir forças para melhorar
- SEI Vender

**pratique**

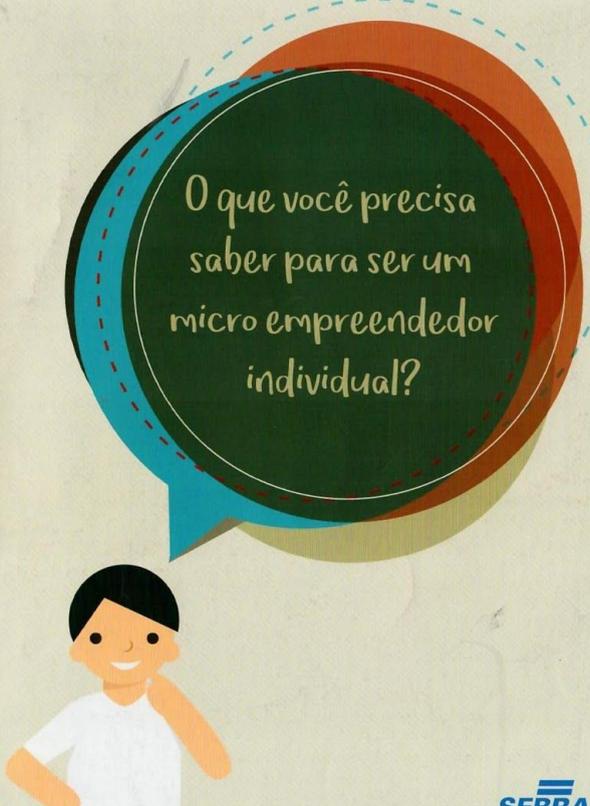
Oficinas práticas de curta duração para quem não tem tempo a perder e que vão te apresentar ferramentas para o desenvolvimento do seu negócio, nos assuntos:

- Atendimento
- Atitude empreendedora
- Controles financeiros
- Design thinking
- Exportação
- Gestão de equipes
- Gestão de tempo
- Importação
- Mapeamento de processos
- Novas ideias
- Preço de venda

**Se interessou? Fale com a gente**

para 0800 570 0800 e fique por dentro da nossa agenda de treinamentos.

0800 570 0800 / www.sebraerj.com.br



O que você precisa saber para ser um micro empreendedor individual?



**O que é**

Figura jurídica criada pela Complementar 128/08 e na Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar 123/06). Ela **condições especiais para a formalização de empreendedores** que alham por conta própria.

**Quem pode**

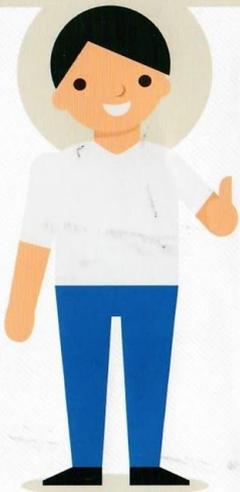
Empreendedores com **atramento anual de até R\$81 mil**. não podem participar de a empresa, nem ter filial. Consulte as atividades mitidas ao MEI no Portal do Empreendedor.

**Empregado**

MEI pode ter ou contratar **mpregado** que receba até salário mínimo ou o piso da categoria.

**Obrigações**

A **contribuição deve ser paga mensalmente**, até o dia 20 (após esta data são cobrados juros e multa). A guia de pagamento - DAS – deverá ser impressa diretamente no Portal do Empreendedor. Todo mês, também até o dia 20, o MEI deve preencher (pode ser manualmente), o relatório mensal das receitas brutas que obteve no mês anterior. Deve anexar ao relatório as notas fiscais de compras de produtos e de serviços, bem como das notas fiscais que emitir. **É preciso fazer a declaração de faturamento uma vez por ano** para a Receita Federal, por meio da DASN-SIMEI. Quem tem empregado deve cumprir as obrigações trabalhistas.



**Bons negócios**

Entre os benefícios, estão o **CNPJ** e a **emissão de nota fiscal**, que possibilita a venda para grandes empresas e para governos.

**Quanto custa**

O MEI paga **uma taxa fixa mensal** de até R\$53,70. Neste valor está inclusa a contribuição de 5% do salário mínimo-base (R\$954) de INSS, na quantia de R\$47,70. Se o negócio for dos setores da indústria ou do comércio soma-se R\$1 de ICMS (R\$48,70) e/ou R\$5 de ISS para o setor de serviços (totalizando ou R\$52,70 ou R\$53,70). Outras taxas podem ser cobradas dependendo do estado/município e da atividade exercida. Lembre-se: a contribuição pode aumentar conforme a variação do salário mínimo.

**Previdência**

O MEI tem direito a **aposentadoria por idade e por invalidez, auxílio-doença e salário-maternidade**. A família tem direito a pensão por morte do segurado e auxílio-reclusão. O acesso aos benefícios previdenciários tem início a partir do efetivo pagamento da primeira contribuição em dia. **Mais informações: 135**

**Documentação**

- CPF
- Número do recibo do Imposto de Renda de Pessoa Física
- Comprovante de Residência
- Comprovante do Local do Negócio
- IPTU, se houver
- Título de eleitor

**Como se formalizar**

O registro é feito pelo Portal do Empreendedor [www.portaldoeempreendedor.gov.br](http://www.portaldoeempreendedor.gov.br)

**Atenção**

O MEI deve pagar mensalmente apenas o DAS impresso no Portal do Empreendedor. Qualquer outra cobrança, feita por instituições privadas de apoio ao empreendedor, será de pagamento opcional. Dúvidas sobre o MEI ou preenchimento de formulários: **ligue 0800 570 0800**. Dúvidas sobre os benefícios previdenciários: **ligue 135**

# MAPA DE EMPATIA

Feito para:

Feito por:

Data:

Versão:

## 1 Com quem estamos criando empatia?

Quem é a pessoa que queremos entender?  
Em que situação elas estão?  
Qual o papel delas nessa situação?

## OBJETIVO

## 2 O que elas precisam fazer?

O que elas precisam fazer de diferente?  
Que tarefas elas precisam cumprir?  
Que decisões elas precisam tomar?  
Como nós saberemos que elas foram bem sucedidas?

## 7 O que elas PENSAM e SENTEM?

### DORES

Quais são os seus medos,  
frustrações e ansiedades?

### GANHOS

Quais são os seus desejos,  
necessidades, esperanças  
e sonhos?

## 3 O que elas veem?

O que elas veem no mercado?  
O que elas veem em seu ambiente imediato?  
O que elas veem outros falando e fazendo?  
O que elas estão assistindo e lendo?

## 6 O que elas escutam?

O que elas escutam dos outros?  
O que elas escutam dos amigos?  
O que elas escutam dos colegas?  
O que elas escutam de "ouvi dizer"?

## 4 O que elas dizem?

O que nós escutamos elas dizendo?  
O que imaginamos que elas dizem?

Quais outros pensamentos e sentimentos podem motivar  
o comportamento dessas pessoas?

## 5 O que elas fazem?

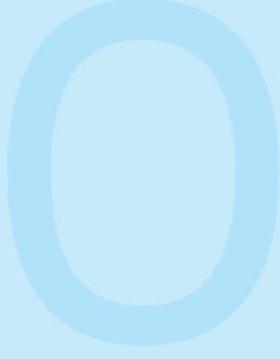
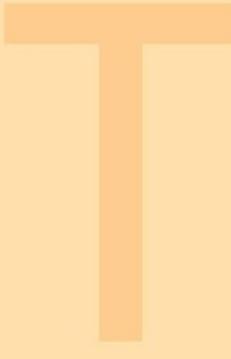
O que elas fazem atualmente?  
Quais comportamentos nós observamos?  
O que nós imaginamos elas fazendo?

## ANEXO C - MATRIZ FOFA



### FERRAMENTA: **ANÁLISE SWOT (CLÁSSICO)**

ESTRATÉGIA E GESTÃO

	Contribui para estratégia da sua empresa	Dificulta a estratégia da sua empresa
Aspectos internos	<p><b>S:</b> Quais são os pontos fortes do seu negócio?</p> 	<p><b>W:</b> Quais são os pontos fracos do seu negócio?</p> 
Aspectos externos	<p><b>O:</b> Quais são as oportunidades para o seu negócio?</p> 	<p><b>T:</b> Quais são as ameaças para o seu negócio?</p> 

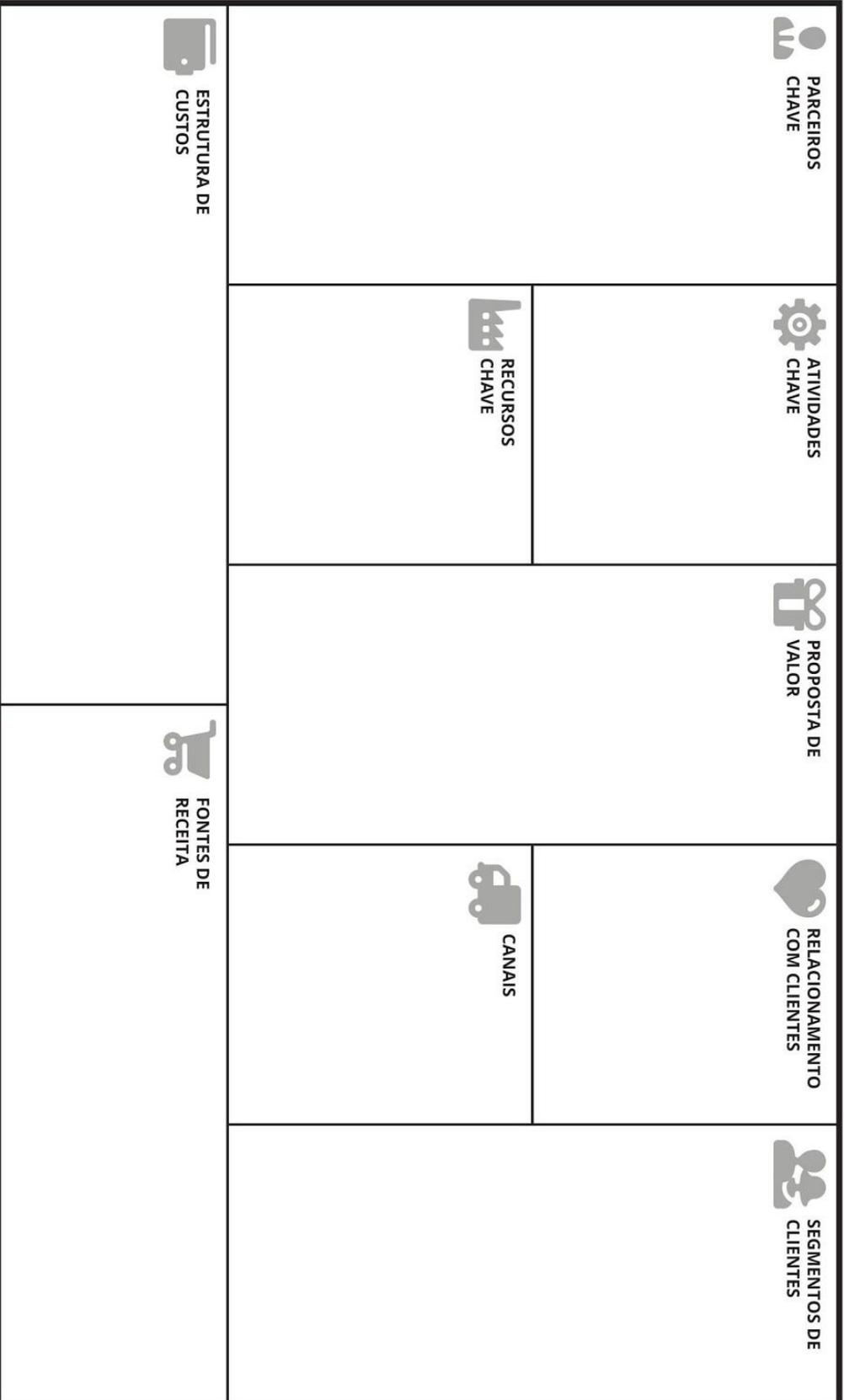
## ANEXO D - CANVAS

# BUSINESS MODEL

Projeto por:

Projeto para:

Data/versão:



Icons by WPZOOM  
Art by Ramon Kayo

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.



## ANEXO E - PLANO DE AÇÃO



### FERRAMENTA: **5W2H – PLANO DE AÇÃO** ESTRATÉGIA E GESTÃO **PARA EMPREENDEDORES**

		5W			2H						
What	Why	Who	Where	When	How	How much					
O que	Por que	Quem	Onde	Quando	Como	Quanto					
Ação, problema, desafio	Justificativa, explicação, motivo	Responsável	Local	Prazo, cronograma	Procedimentos, etapas	Custo, desembolsos					