



## SALA DO EMPREENDEDOR

# PERNAMBUCO

Modelo de Instalação,  
Gestão, Comunicação e  
Inclusão de Serviços Digitais

**2022. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Pernambuco – Sebrae/PE**

Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei 9.610).

**Informações e contato**

SEBRAE PERNAMBUCO

Rua Tabaiaraes, 360 – Ilha do Retiro – 50750-230 Recife/PE Fone: (81) 2101.8400

[www.pe.sebrae.com.br](http://www.pe.sebrae.com.br)

**Conselho Deliberativo – Pernambuco 2019-2022**

Associação Nordestina da Agricultura e Pecuária – Anap

Banco do Brasil S/A – BB

Banco do Nordeste do Brasil – BNB

Caixa Econômica Federal – Caixa

Federação da Agricultura do Estado de Pernambuco – Fafepe

Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado de Pernambuco – Facep

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Pernambuco – Fecomércio/PE

Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco – Fiepe

Instituto Euvaldo Lodi – Núcleo Regional de Pernambuco – IEL/PE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Secretaria da Micro e Pequena Empresa, Trabalho e Qualificação de Pernambuco – SEMPETQ

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial do Estado de Pernambuco – Senac/PE

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do Estado de Pernambuco – Senai/PE

Serviço Nacional de Aprendizagem Rural de Pernambuco – Senar-AR/PE

Fundação Universidade de Pernambuco – UPE

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

**Ricardo Essinger**

Diretor-superintendente

**Francisco Saboya Albuquerque Neto**

Diretora técnica

**Adriana Tavares Côrte Real Kruppa**

Diretora administrativo-financeira

**Roberta de Melo Aguiar Correia**

Unidade Ambiente de Negócios e Alianças Estratégicas

**Fernando Clímaco Santiago Maciel - gerente**

Coordenação de Redes

**Fernanda Cunha Lima - coordenadora**

**Ana Lucia Nasi - analista**

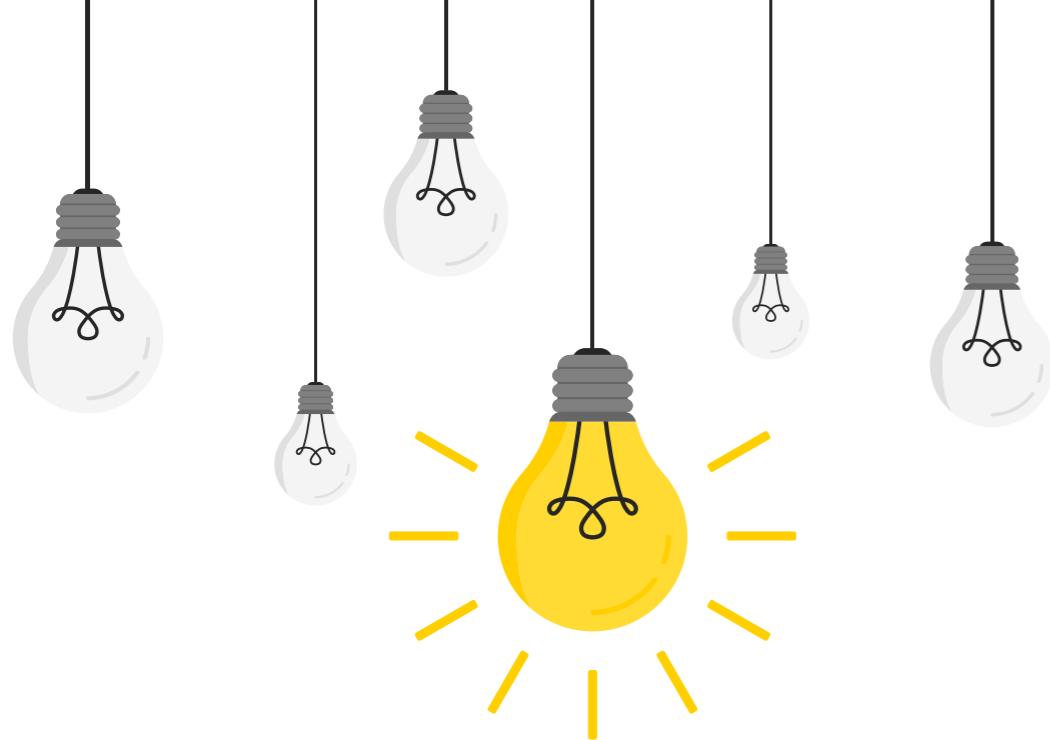
Conteudistas

**Roberto Cirico Maciel - Vila Consultoria**

**Bianca Sperandio - Vila Consultoria**

Projeto Gráfico e Diagramação

**Bianca Sperandio - Vila Consultoria**



## APRESENTAÇÃO

**A** Sala do Empreendedor é uma ferramenta de promoção de políticas públicas integradas ao cidadão empreendedor do Estado de Pernambuco. Por meio dela, processos são unificados de forma prática, serviços e setores são integrados e uma dinâmica de atendimento permite que produtos e orientações sejam disponibilizados pela gestão pública e seus parceiros garantindo que os empresários sejam assistidos da melhor forma.

A proposta é promover os pequenos negócios através de uma assistência técnica previamente organizada, garantindo que os empreendedores tenham condições de abrir, gerir e desenvolver seus negócios da melhor forma, e, assim, contribuir com a estruturação de novos negócios locais.

Para tanto, é importante que as prefeituras entendam a Sala do Empreendedor como uma política pública importante, que precisa ser gestada de forma profissional e com processos que prezem pela inovação desde a organização do fluxo dos processos, a formação da equipe de trabalho até a definição do portfólio de serviços.

A ideia é oferecer a administração pública um canal eficiente de comunicação entre o empreendedor e a prefeitura, estreitando relacionamentos e aproximando quem de fato investe no município e gera empregos e oportunidades.

Enquanto Sebrae, nosso papel é fortalecer os pequenos negócios, e dentro deste contexto oferecemos todo o subsídio para que estes espaços sejam instalados com a qualidade e a estrutura adequada para atender o empreendedor.

Nosso suporte consiste na orientação sobre a legislação vigente para garantir um tratamento diferenciado a micro e pequenas empresas, qualificação da equipe técnica para integrar processos e fluxos de trabalho, além de treinamento aos gestores públicos para disponibilizar de forma sistematizada serviços de apoio ao desenvolvimento dos negócios, a fim de que eles possam não só abrir suas portas, mas de fato alcançar os objetivos prospectados para seus estabelecimentos.

O sucesso da Sala do Empreendedor está alicerçado no empenho e na capacidade dos municípios em gerar

inovação, estruturar parceiros comprometidos e manter equipes de trabalho que de fato, entendam a importância dos pequenos negócios para a economia local.

Inovar e promover cada vez mais a inclusão de serviços conectados às novas formas de comunicação e gestão é um papel do poder público local.

Neste material apresentamos um método de trabalho para instalação e gestão de Salas, disponibilizamos um conjunto de procedimentos de organização da comunicação do espaço, além de sugerirmos diversos processos para estimular que estes espaços sejam cada vez mais digitais.

Acreditamos que a Sala do Empreendedor precisa ter uma dinâmica de trabalho associada com as novas tecnologias disponíveis, e que esta prática facilitará ainda mais a integração setor público x empreendedor.

Entendemos também, que para ser cada vez mais digital é preciso utilizar as tecnologias já disponíveis, aliás, ser digital na nossa concepção, está ligado a praticidade e a funcionalidade, desta forma, a simplicidade é uma premissa metodológica deste manual.

Esperamos com este material apoiarmos de fato as prefeituras na concepção de espaços mais eficazes no atendimento ao empreendedor, e salientarmos, que não é uma receita pronta, e sim, mais um suporte para que as lideranças ligadas a este trabalho possam ter um subsídio a mais para criar espaços cada vez mais criativos e atraentes para os negócios locais.

A qualidade dos serviços, virá da intensidade do empenho e da porção de inovação dispensada pelas equipes de trabalho.

No mais, desejamos um bom trabalho a todos e sucesso para cada Sala do Empreendedor instalada no nosso querido estado.



# SUMÁRIO

<b>4</b>	<b>Apresentação</b>	<b>38</b>	<b>A Sala do Empreendedor e o desenvolvimento local</b>
<b>8</b>	<b>A Sala do Empreendedor:</b> Qual o papel da Sala do Empreendedor no município?	<b>44</b>	<b>Painel de ideias</b>
<b>9</b>	Os serviços e as Salas do Empreendedor	<b>50</b>	<b>Proposta de valor das Salas do Empreendedor:</b> Monte seu plano de trabalho
<b>12</b>	Como definir os serviços da Sala do Empreendedor no seu município?	<b>54</b>	<b>O Manual de Comunicação da Marca da Sala</b>
<b>14</b>	Quais são os serviços essenciais para a caracterização de uma Sala do Empreendedor?	<b>68</b>	<b>A Sala do Empreendedor cada vez mais digital</b>
<b>15</b>	Organizando setores e núcleos de serviços	<b>70</b>	Ferramentas Digitais para estimular o desenvolvimento local
<b>20</b>	Qual é o melhor formato para instalação de uma sala do empreendedor?	<b>80</b>	A Sala e as Redes Sociais
<b>22</b>	<b>A Sala do Empreendedor e o atendimento empresarial:</b> A integração dos setores	<b>82</b>	A importância da REDESIM como ferramenta digital
<b>24</b>	O perfil do atendimento	<b>84</b>	A integração da Sala com os demais setores da Prefeitura
<b>32</b>	O atendimento coletivo	<b>90</b>	<b>Considerações Finais</b>
<b>34</b>	Os produtos do Sebrae	<b>92</b>	<b>Referências</b>
<b>36</b>	O registro do atendimento	<b>93</b>	<b>Glossário</b>



# A SALA DO EMPREENDEDOR

QUAL O PAPEL DA SALA DO EMPREENDEDOR NO MUNICÍPIO?

**S**egundo o Termo de Referência do Sebrae Nacional (2014), a Sala do Empreendedor tem o papel de facilitar o dia a dia do empresário, bem como proporcionar o desenvolvimento dos pequenos negócios nos municípios.

Isso remete a dois entendimentos: a Sala deve atender aos empreendedores de forma rápida e com menos burocracia através da adesão de ferramentas (sistema integrador, melhoria e organização dos fluxos de trabalho e integração dos setores e processos). Além disso, ela é um instrumento estratégico de desenvolvimento local, pois sua instalação prevê um conjunto de ações focadas no desenvolvimento de novos negócios e no fomento da economia dos municípios.

Um fato claro dentro dessa lógica de desenvolvimento é a inclusão das compras públicas e a inserção integrada do agente de desenvolvimento dentro do contexto da sala. Nesse cenário, reconhecemos dois desafios,

que são os pilares que sustentam a função da Sala do Empreendedor:

**1. Como tornar o município atrativo para os negócios existentes e atrair novos empreendimentos?**

**2. Como apoiar a economia local por meio do desenvolvimento dos pequenos negócios?**

Além do aspecto funcional, há também o aspecto legal garantido pela Lei Complementar 123/06, conhecida como a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, que prevê que o empreendedor tem direito a entrada única de documentos, que os processos para abertura de empresas necessitam ter linearidade e unicidade, que determina a integração do município com a esfera Estadual e Federal, entre outras funcionalidades.

A Sala do Empreendedor abriga um conjunto de serviços que podem ir além da inclusão de atividades ligadas aos setores de fazenda, licenciamento ambiental e sanitário e demais setores envolvidos na abertura de um empreendimento. O município também deve organizar ações e serviços de apoio ao desenvolvimento do empreendedor local dentro da Sala.

É dentro desse contexto que muitas cidades oferecem serviços ligados à orientação sobre o Serviço de Inspeção Municipal para agroindústria e produtores artesanais, orientações sobre compras públicas, atendimento empresarial e para quem quer empreender, oferta de espaços de aceleração das empresas, além de desenvolvimento de projetos setoriais que ultrapassam a simples abertura e baixa de empresas. Esses serviços, associados com um atendimento ágil das necessidades básicas do empresário, caracterizam o

nível de diversificação de uma Sala do Empreendedor.

Para se ter uma Sala do Empreendedor, é necessária uma infraestrutura com espaço e equipamentos adequados. No entanto, se as pessoas que ocupam esse local não compreendem que seu papel é reduzir burocracia, atender de forma mais ágil e eficaz o empreendedor e apoiar o desenvolvimento dos negócios locais, este espaço não poderá ser caracterizado como uma Sala do Empreendedor. Dessa forma, é muito importante que a equipe não perca o foco estabelecido inicialmente.

Diversos fatores podem contribuir para a manutenção dessa essência facilitadora que as Salas devem oferecer. Nesse material, oferecemos informações valiosas com o objetivo de inspirar o atendimento ágil e, consequentemente, melhores resultados.

## OS SERVIÇOS E AS SALAS DO EMPREENDEDOR

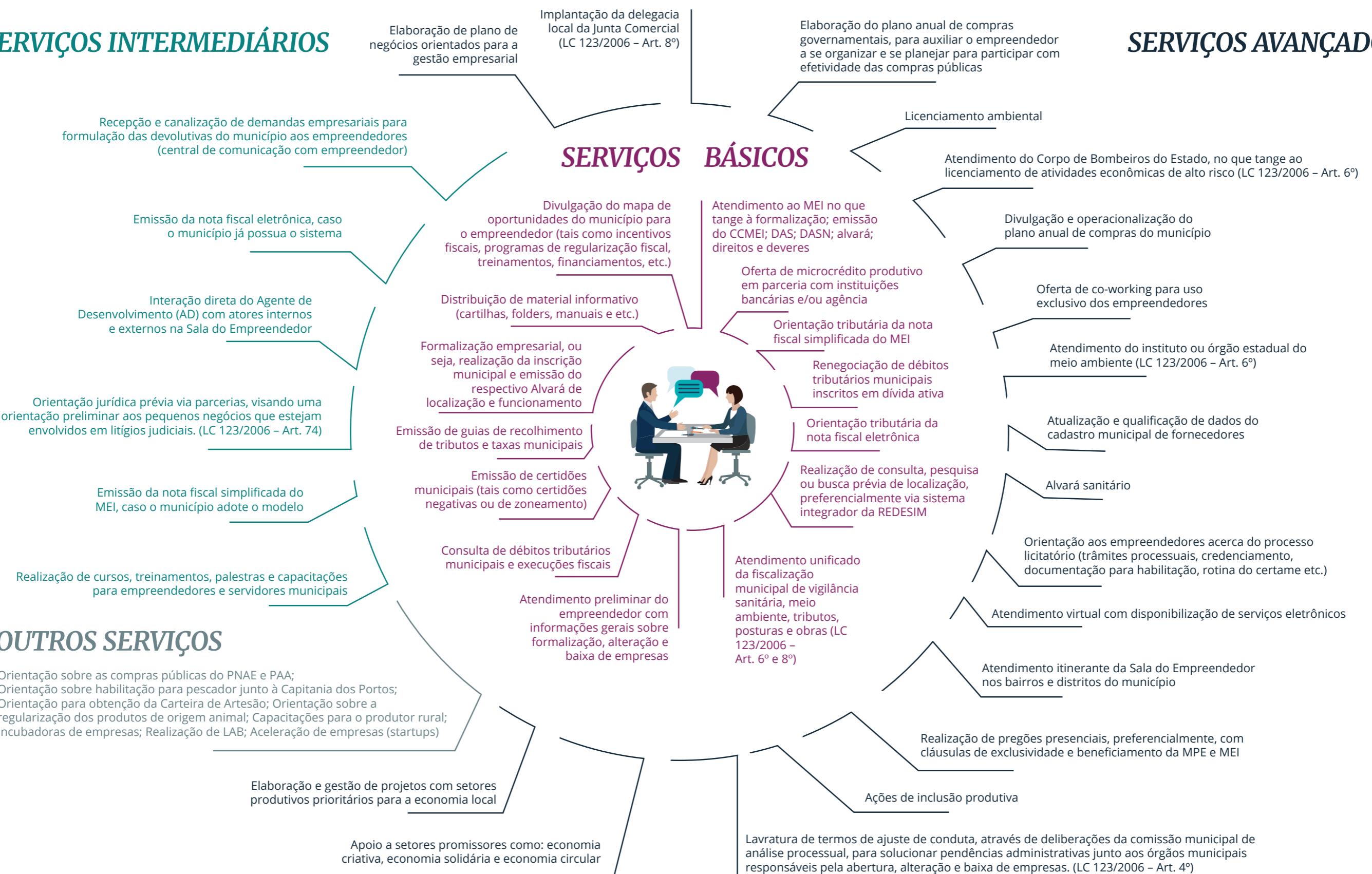
Uma pergunta muito frequente dos atendentes e gestores da Sala: qual é a melhor Sala do Empreendedor? A resposta é sempre a mesma: é a Sala que oferece uma quantidade de serviços adequada aos empreendedores e aos setores produtivos existentes dentro do município.

É a Sala que busca considerar a realidade local para inovar em parcerias e desempenhar produtos e serviços úteis aos cidadãos que empreendem no município, e, que de fato irão contribuir para o surgimento e o desenvolvimento de novos negócios.

***Não é o tamanho da Sala que determina sua eficácia, mas sim os serviços!***

O Sebrae Nacional, por meio do seu termo de referência para a implantação da Sala do Empreendedor, categorizou alguns serviços que podem ser desenvolvidos. Segue a listagem (com acréscimo de alguns serviços específicos entendidos como complementares):

## SERVIÇOS INTERMEDIÁRIOS



## SERVIÇOS AVANÇADOS

# COMO DEFINIR OS SERVIÇOS DA SALA DO EMPREENDEDOR NO SEU MUNICÍPIO?

PARA DEFINIR OS SERVIÇOS DA SALA, UTILIZAMOS O SEGUINTE MÉTODO:

## 1. Diagnóstico dos serviços

O primeiro passo para o diagnóstico é envolver uma equipe de gestores das secretarias da Prefeitura para a realização de um mapeamento das ações que já são desenvolvidas no município.

Dessa forma, deve-se realizar uma averiguação com base no termo de referência citado anteriormente, todos os serviços oferecidos pela prefeitura. Ao mesmo tempo, é importante também

reconhecer e listar outras ações que o município realiza no atendimento às necessidades de seus empreendedores com suas especificidades locais.

Em seguida, a proposta é que a equipe de trabalho construa um painel incluindo cada serviço em seu local adequado, de acordo com o modelo abaixo proposto. Assim construiremos um mapa de serviços da Prefeitura para o empreendedor local.



Modelo ilustrativo

Para preencher o painel, primeiramente é preciso transformar em tarjetas as atividades previstas no termo de referência, bem como as outras atividades realizadas no município. Assim, cada setor poderá facilmente incluir as ações que realizam.

O objetivo dessa primeira etapa é criar uma relação de todos os serviços que a Prefeitura trabalha com o empreendedor.

## 2. Definição dos serviços

A segunda etapa é uma filtragem das ações realizadas pela Prefeitura para a definição de quais delas estarão presentes na Sala do Empreendedor. Ou seja, quais serviços de fato serão disponibilizados para a população dentro daquele espaço físico.

Se na primeira etapa nós mapeamos os serviços das prefeituras, na segunda fase a prefeitura deve definir junto a equipe técnica quais serviços irão para a Sala, por isso, a importância da participação de todos.

É fato que nem tudo que a Prefeitura realiza estará integrado na Sala de forma imediata. No entanto, alguns serviços são substanciais

e devem ser contemplados: aqueles que envolvem a abertura e a baixa das empresas. Nesta etapa será importante inserir um cronograma para facilitar a organização dos serviços.

Os serviços que devem ser inclusos na Sala devem ser balizados no termo de referência do Sebrae Nacional, porém é importante lembrar que o município deve incluir as necessidades ligadas à sua realidade. Um município onde a principal atividade é a pesca precisa oferecer serviços para os pescadores. Em outro onde a principal atividade é a agricultura familiar precisa oferecer outros serviços específicos para este segmento. E assim por diante.



O cronograma pode ser organizado conforme o quadro ao lado, definindo as atividades realizadas pela equipe e quando deverão estar implementadas. No quadro foi utilizado um intervalo de 2 meses para o primeiro bloco de atividades, de 06 meses para o segundo bloco e estendido um prazo de mais 06 meses para um terceiro bloco de atividades. Os prazos poderão ser remodelados pela equipe local.

## QUAIS SÃO OS SERVIÇOS ESSENCIAIS PARA A CARACTERIZAÇÃO DE UMA SALA DO EMPREENDEDOR?

Muitos serviços constantes poderão não estar presentes na Sala do Empreendedor do seu município. Entretanto, como critério adotado pelo Sebrae Pernambuco, segue um infográfico básico de serviços que consideramos fundamentais para caracterização de um espaço como Sala do Empreendedor:



## ORGANIZANDO SETORES E NÚCLEOS DE SERVIÇOS

### A Equipe

O tamanho da equipe de uma Sala do Empreendedor é determinante para a organização dos seus serviços, e vice e versa – ou seja para cumprirmos a cartela de serviços, precisamos de um conjunto de pessoas equivalente. É fato que não haverá um funcionário para cada serviço. Dessa forma, é importante reorganizar os serviços com o tamanho da equipe que comporá a Sala.

É importante entender que o quantitativo de funcionários está ligado diretamente à demanda de serviços do município. Por exemplo, se em um município há menos de 20 aberturas de empresas mensais, ele deverá dimensionar a equipe para atender a essa demanda. Caso ele abra mais de 100 empresas por mês, esse quantitativo de atendentes também deverá ser compatível. Essa mesma lógica deve ser aplicada para todos as demandas

por serviços, tais como: cursos, oferta de crédito, orientação sanitária, ambiental, atendimento empresarial, entre outros.

Não há razão para termos Salas com um quantitativo de funcionários acima da demanda, da mesma forma que não podemos ter um grande conjunto de serviços sem pessoal para realização do atendimento.

A melhor estratégia é fazer uma conexão entre os trabalhadores e os serviços que serão executados e assim verificar se o quantitativo proposto está adequado.

Outro fator determinante é o perfil desses servidores. A Sala lida diretamente com o empreendedor, por isso é preciso termos profissionais que se interessem por esse tema e tenham conhecimento prévio para realizar um bom trabalho.

### O Trabalho

Definida a equipe, agora é hora de organizar internamente a lógica do trabalho. Um passo importante é identificar os setores que a Sala irá trabalhar. Para tanto, apresentamos alguns modelos de setorização dos serviços para simplificar o funcionamento da Sala. Vale ressaltar que são modelos de Salas reais, porém não são parâmetros obrigatórios. Cada município deve organizar seu próprio escopo de funcionamento.

Vale ressaltar que, mesmo com um número bem reduzido de pessoas, as salas podem organizar seus serviços por setores ou núcleos de atendimento. Numa Sala de porte reduzido, um setor pode ser administrado por uma única pessoa. A organização dentro desse modelo de bloco de serviços organiza o trabalho tanto para os atendentes, quanto para o empreendedor.

Lembre-se: os modelos apresentados são apenas para ilustrar e sugerir a organização setorial. Cada município se organizará dentro de suas possibilidades.

**Só tem perfil para atuar na Sala do Empreendedor quem realmente gosta de atender!**

## Os Modelos e os Serviços



## 1. Sala em Estruturação



### SETOR DE ATENDIMENTO E DOCUMENTAÇÃO

- Abertura, alteração e baixa do MEI;
- Renegociação de débitos do MEI;
- Emissão de CCMEI, DAS-MEI e DASN.

### SETOR DE ORIENTAÇÃO EMPRESARIAL

- Realização de cursos e palestras;
- Orientação de abertura de MPE;
- Orientação de compras públicas;
- Começa a orientar e realizar algumas ações com o Sebrae ou outros parceiros.

*Obs.: Esse modelo de Sala geralmente possui de 01 até 03 funcionários*



## 2. Sala de Pequeno Porte

### SETOR DE ATENDIMENTO AO MEI E PRODUTOR RURAL

- Abertura, alteração e baixa do MEI;
- Renegociação de débitos do MEI;
- Emissão de CCMEI, DAS-MEI e DASN.
- Capacitação do empreendedor;
- Orientação básica para desenvolvimento do negócio do microempreendedor;
- Documentação básica do produtor rural: ITR, talão do produtor, etc.

### SETOR DE ATENDIMENTO A MPE

- Abertura da MPE;
- Documentação básica da MPE;
- Baixa de empresas;
- Emissão de alvarás;
- Negociação de débitos;
- Gestão do sistema integrador – acompanhamento de processos.

### SETOR DE FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO

- Orientação sobre compras públicas;
- Oferta de microcrédito;
- Consultorias especializadas;
- Plano de ação da Sala do Empreendedor em parceria com o Agente de Desenvolvimento.

*Obs.: O quantitativo de funcionários por setor deve ser compatível com a demanda. No geral, essas salas possuem de 03 a 06 funcionários.*



### 3. Sala de Médio Porte

#### SETOR DE ATENDIMENTO EMPRESARIAL

Entendemos esse setor pelo atendimento preliminar ao empresário e identificação das demandas básicas, encaminhamentos e atendimento. As soluções dos problemas geralmente serão resolvidas dentro da Sala.

Atividades desse setor:

- Recepção;
- Encaminhamento aos demais setores;
- Orientação sobre abertura de negócios;
- Assessoria em ideias de negócios;
- Consultoria de Gestão Empresarial;
- Encaminhamento para cursos e palestras;
- Solicitação de consultorias;
- Microcrédito;
- Projetos de viabilidade;
- Gestão do sistema integrador na Sala.

#### SETOR DE DOCUMENTAÇÃO

Esse setor está ligado à abertura de empresas e à documentação básica do empreendedor. Possui grande demanda e precisa estar integrado com demais setores como licenciamento, fazenda, meio ambiente, posturas, etc.

É nesse setor que ocorrerá:

- Abertura, alteração e baixa do MEI;
- Emissão de CCMEI, DAS-MEI e DASN.
- Abertura de MPE;
- Documentação básica do empreendedor;
- 2º vias;
- Negociação de débitos;
- Toda a parte tributária;
- Emissão de notas e certidões;
- Atendimento integrado dos setores de tributação, posturas, meio ambiente e vigilância;
- Presença e atendimento da Junta Comercial.

Obs.: Esse modelo em geral possui de 06 a 15 funcionários.

#### SETOR DE PROJETOS

- Esse setor tem a função de tratar as ações ligadas ao desenvolvimento dos setores produtivos e de pensar estrategicamente o desenvolvimento do município a partir dos empreendimentos instalados.
- Gestão do plano de trabalho da Sala;
- Gestão do plano de desenvolvimento local;
- Interação dos agentes de desenvolvimento e parceiros;
- Participação do comitê gestor;
- Realização do monitoramento e efetivação das compras públicas;
- Realização de ações de incremento de arrecadação: campanhas tributárias, ações de incentivo e isenção, campanhas de fomento e emissão da nota do produtor;
- Realização de projetos setoriais: ações organizadas com o comércio, indústria e setores da agricultura;
- Avaliação dos resultados da Sala do Empreendedor.



### 4. Sala de Grande Porte

#### SETOR DE ATENDIMENTO

- Recepção;
- Encaminhamento aos demais setores;
- Orientação sobre abertura de negócios;
- Assessoria em ideias de negócios;
- Consultoria de Gestão Empresarial;
- Encaminhamento para cursos e palestras;
- Solicitação de consultorias;
- Microcrédito;
- Projetos de viabilidade;
- Gestão do sistema integrador na Sala;
- Abertura, alteração e baixa do MEI;
- Emissão de CCMEI, DAS-MEI e DASN.

Vale ressaltar que, mesmo com um número bem reduzido de pessoas, as Salas podem organizar seus serviços por setores ou núcleos de atendimento. Numa Sala de porte reduzido, um setor pode ser administrado por uma única pessoa. A organização dentro desse modelo de bloco de serviços organiza o trabalho tanto para os atendentes, quanto para o empreendedor.

Lembre-se: os modelos apresentados são apenas para ilustrar e sugerir a organização setorial. Cada município se organizará dentro de suas possibilidades.

#### SETOR DE DESENVOLVIMENTO

- Setor de projetos – em geral com todos os itens do modelo 03;
- Setor de planejamento estratégico;
- Co-working;
- Sala itinerante;
- Incubadora de empresas;
- Centro de aceleração de empresas – labs setoriais;
- Central de Compras Públicas.

# FORMATO

Qual é o melhor formato para instalação de uma sala do empreendedor?

1

**Como deve ser o espaço da Sala?**

O espaço da sala deve ser do tamanho do seu pacote de serviços. Não há necessidade de um município de baixa demanda ter uma sala com grande espaço. Todavia, se possível, é importante ter um espaço reservado para reuniões. Outra questão são as capacitações: o ideal é que todos os treinamentos possam ocorrer nas Salas, mas isso demanda um espaço específico de capacitação. Como nem sempre isso é possível, deve-se ter opções de espaço em um local próximo à Sala do Empreendedor.

2

**Como devem ser organizadas as mesas, a recepção e as divisórias?**

O primeiro passo é organizar os núcleos ou setores de serviços e, a partir daí, fazer um desenho do layout da sala. Ressaltamos que as divisórias ficam estruturalmente mais organizadas quando não vão até o teto, ou seja, é melhor ter as divisórias com meia altura para ampliar a visibilidade e integrar os espaços da Sala.

As mobílias devem ter uma lógica de atendimento. A recepção e serviços com maiores demandas devem estar localizados à frente. Serviços que dependem de maior privacidade precisam estar localizados um pouco mais distante da recepção. Em salas de maior porte, é importante que seja organizado um sistema de senhas. O setor de microcrédito precisa de privacidade, bem como a sala de reuniões e a sala de capacitação. Portanto, esses espaços podem ter paredes até o teto.

3

**É preciso comprar toda a mobília da Sala? Quais são os móveis essenciais?**

Não é necessário comprar nova mobília. Lembre-se que os funcionários já existiam e suas mesas e cadeiras também. Porém, é importante padronizar a mobília de uma única cor, então será necessário um levantamento do setor de patrimônio para verificar qual a mobília já existe.

Todavia, em alguns casos é necessário adquirir móveis para equipar por exemplo a sala de capacitação ou a sala de reunião. Não há uma regra para esta pergunta. Depende da disponibilidade de móveis, disponibilidade de recursos e interesse do gestor.

4

**Onde deve ser localizada a Sala do Empreendedor e quais características o prédio deve possuir?**

A sala deve ser sempre localizada em região de central ou de fácil acesso a população. De preferência no primeiro andar, visando facilitar o acesso das pessoas. O espaço deve ter as adequações necessárias para pessoas com necessidades especiais. Evite prédios com escadas e sem rampas de acesso. Um fator importante é a climatização. Caso não seja possível a instalação de ar condicionado, priorize um local arejado.

5

**Como deve ser a programação visual da Sala?**

A programação visual das Salas do Estado deve seguir a programação padrão construída pelo Sebrae. Todo o material (placas, uniformes, banners, etc.) já está organizado, não sendo necessário ter custo para criação de outro material. A proposta é promover uma identidade visual de estado envolvendo todos os municípios que possuem sala.

6

**A Sala precisa de um coordenador?**

Nem sempre presente na sala, mas, sem dúvidas, é preciso ter um gestor. Um responsável pelo espaço para dar todo o suporte, tanto de material e equipamentos, quanto de processos e desenvolvimento de projetos. Esse gestor pode ser o secretário responsável pela Sala e um coordenador indicado por ele mesmo. Outra possibilidade, um modelo muito eficaz, é ter uma equipe responsável formada por técnicos das secretarias responsáveis pela Sala.

7

**Qual é o passo a passo para instalação da Sala?**

A primeira coisa é ter o interesse do município e a percepção de que a Sala do Empreendedor é uma ferramenta importante para o desenvolvimento local. Sem a mobilização de um prefeito ou um secretário, dificilmente o projeto será bem sucedido.

Em seguida, deve-se solicitar uma consultoria de instalação da Sala do Empreendedor. Essa consultoria apoiará a definição dos serviços, da equipe e do espaço. Aprovados esses itens, precisamos chancelar essas definições com o prefeito.

Os atendentes serão capacitados pelo Sebrae. O município faz a verificação do funcionamento pleno do sistema integrador e da integração da equipe para realização do trabalho.

Organizamos uma reunião com a equipe que irá trabalhar na Sala e definimos os núcleos de serviços. O município realiza as adequações necessárias, solicita a instalação das placas e a colocação da mobília. Agendamos uma data, mobilizamos os empreendedores e inauguramos a Sala. O Sebrae fornece suporte técnico via consultoria e via escritório regional.

8

**Posso realizar parceria para instalar a Sala do Empreendedor no espaço de um parceiro?**

Sim. Só é importante observar os termos de parceria. A sala é do município e oferece políticas públicas e serviços municipais. Além disso, é preciso verificar o plano de serviços que foi estruturado para não haver redução de serviço por conta de espaço limitado.

Evite instalar salas em espaços de parceiros que não compreendem que o papel da Sala são serviços ligados a gestão público, pois assim, corre-se o risco de a Sala trabalhar para o parceiro e esquecer sua função central!

10

**Posso ter a Sala funcionando dentro do setor de tributos da Prefeitura?**

É preciso tomar cuidado para não tornarmos o setor fazendário do município a “nova” Sala do Empreendedor. A proposta da Sala é mais do que abrir e fechar empresas. É preciso ter um fluxo otimizado, processos melhorados, tempos reduzidos e outros serviços de apoio ao empreendedor implementados. Não se trata apenas de melhorar o trabalho de quem lida com abertura de empresa. O ideal é ter outro local para instalação.

11

**Quais serviços online do SEBRAE podem estar na Sala do Empreendedor?**

Acesse gratuitamente as plataformas, ferramentas e serviços do SEBRAE Online, de forma gratuita, e tenha acesso ao EAD SEBRAE, Fale com o Especialista, Inscrições e certificados online, Biblioteca Interativa SEBRAE, Diagnóstico SEBRAE, Ideias de Negócio, Simulador Tributário e Planilhas de Gestão. Acesse: [www.es.sebrae.com.br](http://www.es.sebrae.com.br)

# A SALA DO EMPREENDEDOR E O ATENDIMENTO EMPRESARIAL

*Um dos principais papéis da Sala do Empreendedor é atender de forma ágil com redução de burocracia, integração de processos e, tendo como resultado final, uma entrega mais eficiente.*

*Todavia, para reorganizar os processos, temos duas etapas importantes a implementar:*

## A INTEGRAÇÃO DOS SETORES

A primeira é a adesão e a utilização do sistema integrador, um sistema tecnológico que integra e organiza o fluxo eletrônico do processo de abertura de empresas, integrando o setor tributário, meio ambiente, vigilância, postura e outros parceiros no nível federal e estadual. Esse sistema por si só permite a inclusão de documentos e pareceres, fazendo com que o processo transcorra com um fluxo eletrônico estruturado, reduzindo a burocracia e a falta de padrão na organização do processo de trabalho. A Junta Comercial e o Sebrae já possuem parceria para capacitar os municípios e suas equipes a fim de garantir seu pleno funcionamento.

Todavia, não basta apenas a ferramenta tecnológica. Os recursos humanos são tão ou mais importantes nesta atividade de melhoria de processos quanto a ferramenta tecnológica.

Para que a Sala do Empreendedor funcione, é preciso que um conjunto de lideranças públicas setoriais “comprem a ideia” de sua instalação. Se os secretários estruturantes não absorverem a importância do projeto, a Sala está fadada ao marasmo e ao insucesso. Para que isso não aconteça é importante envolvê-los em todo o processo.

Mesmo após a instalação do Sistema Integrador, é preciso organizar encontros com os gestores e com a

equipe técnica que atuará na sala para tratar de como será o dia a dia do espaço.

Esses encontros devem definir:

1. *Qual é o papel de cada um na Sala do Empreendedor?*
2. *Com quem se reportar a partir de uma necessidade?*
3. *Como será o atendimento na Sala? Quais serviços serão solucionados e quem será o interlocutor de cada grupo de serviços?*
4. *Como será o fluxo do atendimento?*
5. *Como será o funcionamento da Sala no geral?*

Uma pergunta chave para checar a qualidade da Sala é: Ainda há algum serviço ao empreendedor que não é executado dentro da Sala? Ou Ainda há algum serviço para o empreendedor sendo executado em outro local? – Caso as respostas contrariem o interesse de unificação dos serviços no espaço fique atento!

Esses são checklists fáceis e simples para verificar ajustes no desenho dos serviços e no formato da Sala.

Vale ressaltar que nem sempre toda equipe necessária para solução de problemas estará dentro do espaço físico da Sala do Empreendedor, sendo importante ter uma coesão com os setores que não se encontram dentro do prédio da Sala para que o serviço flua de maneira adequada. Um exemplo básico: um fiscal de meio ambiente não está alocado na Sala, porém quando acionado para uma atividade, ele e seu secretário devem ter ciência da importância de atender com presteza a solicitação para manter os prazos e os fluxos estabelecidos. Desta forma, a Sala do Empreendedor deve ultrapassar o espaço físico do prédio onde ela está localizada e se estender como um compromisso de todos ligados a suas demandas.

É fundamental que este fluxo de trabalho esteja conectado de alguma forma, seja via sistema integrador ou por qualquer outro processo de gestão que permita que a Sala visualize o fluxo de trabalho e o trâmite dos processos, pois só assim ela poderá dar uma devolutiva eficiente ao cliente final.

A Sala funciona como uma engrenagem que depende da equipe, onde todos são responsáveis e estão conectados.

A estruturação da Sala motiva as pessoas a fazer algo relevante e a contribuir com o desenvolvimento



*A sala é um projeto de governo e não de uma secretaria específica, e talvez esse seja o grande aprendizado desse modelo de trabalho, que concentra os setores e remodela os serviços: “quebrar as caixinhas e a zona de conforto das equipes”.*

de suas cidades. Mas talvez esse seja o maior desafio para instalação de salas funcionais: trabalhar o comprometimento e o espírito de equipe das pessoas.

O que acontece na prática é que muitas vezes a vaidade, a falta de interesse ou a falta de informação são imperativos para fazer desses espaços lugares secundários na administração pública, obstruindo a porta de entrada dos empreendedores e dos novos negócios que serão instalados. Portanto, é importante que a equipe da Sala promova encontros

de gestão, realize monitoramento do que está funcionando e tome medidas de melhorias sempre que for necessário.

Outra ação importante é apresentar a cada semestre um resumo dos resultados da Sala para os secretários e para o prefeito(a). Todavia, todo esse modelo compartilhado e colaborativo de gestão só acontecerá se conseguirmos integrar as equipes que compõem a Sala. Portanto, é imprescindível a integração setorial nas duas esferas: tanto a eletrônica, quanto a institucional.

## O PERFIL DO ATENDIMENTO

### O ATENDIMENTO PERSONALIZADO

A razão da existência da Sala é o atendimento ao empreendedor. Mas quem é esse empreendedor? Qual tipo de produto deve ser considerado para que ele traga desenvolvimento e impacte seu negócio? Não adianta apenas abrir ou dar baixa em empresas. Os atendentes da Sala precisam entender do universo empresarial para oferecer serviços e produtos para cada fase de necessidade do empresário.

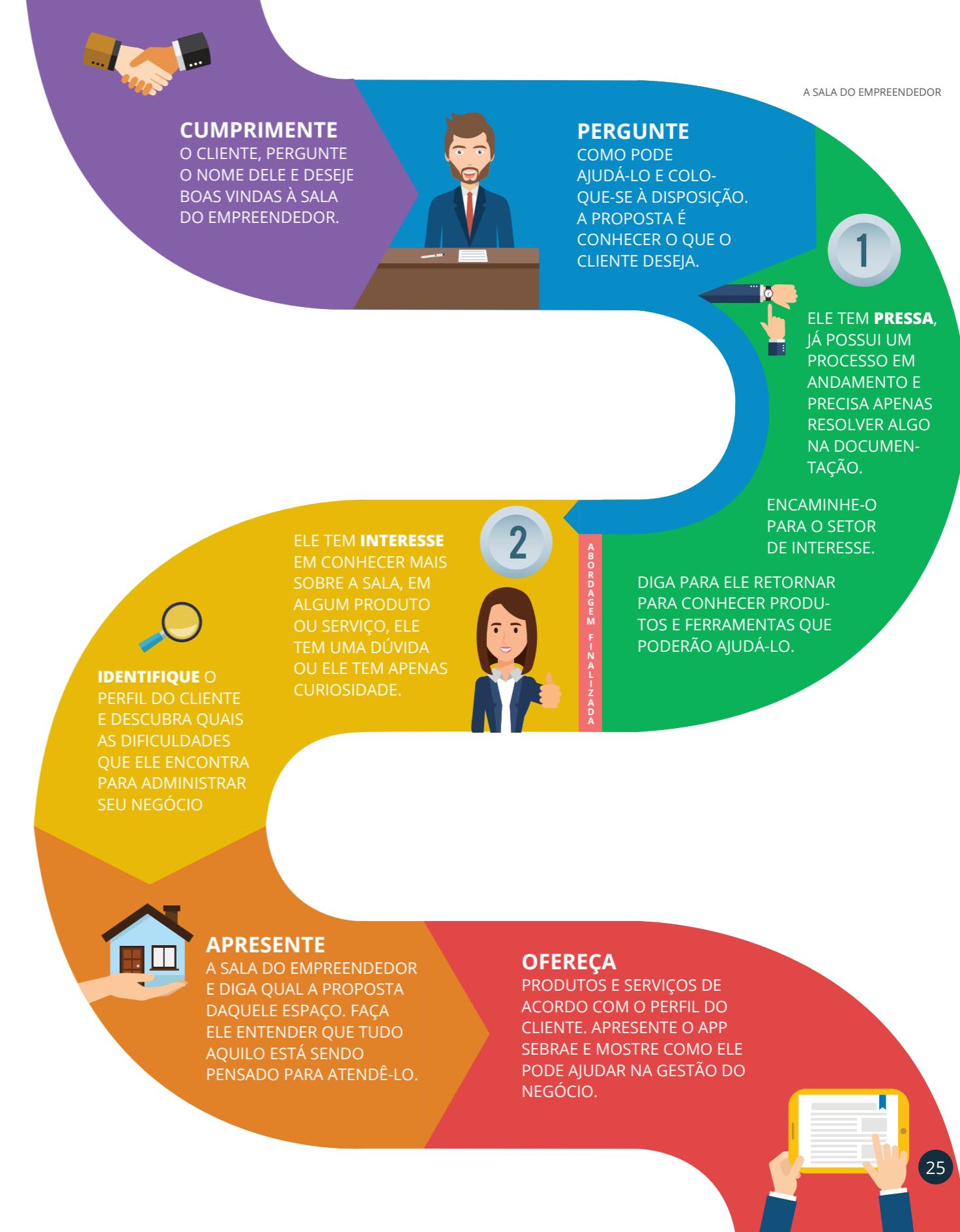
Não é objetivo da Sala do Empreendedor apenas emitir documentos. Queremos que as empresas prosperem e gerem empregos! Essa lógica é que de fato trará resultados para o negócio do cliente. Assim entendemos que é preciso uma gestão do atendimento para atender de forma adequada o cliente que nos procura.

**No momento da recepção do cliente na Sala do Empreendedor, é importante identificar o que ele está buscando: se é apenas um documento básico ou se ele visita a Sala para verificar se existe algo naquele lugar que possa melhorar o seu negócio.**

Mesmo numa visita de rotina podemos realizar abordagem com o cliente para oferta de produtos e serviços. Todo empreendedor é um cliente em potencial para conhecer os cursos, os serviços de crédito, as consultorias, os projetos, etc.

Mas é fato que, na maioria das vezes, esse cliente assume dois perfis de visita: aquele que vai atrás de um documento de rotina ou uma notícia de processo, ou aquele que vai buscar ou acessar serviços ou produtos para desenvolvimento do seu negócio. Por isso a importância da Sala ter um atendimento empresarial além do atendimento de abertura e baixa de empresas, ou de redução da burocracia apenas. Fortalecer os cursos, os serviços de consultoria, as ideias e ferramentas de balcão para ofertar novidade para esse cliente é fundamental.

A fidelização do cliente é primordial. Assim, um atendimento adequado à sua necessidade fará toda diferença. Segue abaixo um roteiro de perguntas que poderão apoiar a recepção desse cliente, bem como sugerir e exemplificar uma trajetória de produtos e serviços que podem ser oferecidos para cada perfil de empreendedor:



## PERFIS

*Conheça os perfis dos clientes, suas necessidades, estratégias de abordagem e sugestões de produtos a serem desenvolvidos.*



### POTENCIAL EMPRESÁRIO



#### ABORDAGEM

Nossa abordagem é entender o estágio do negócio e as necessidades atuais desse cliente. Em seguida, reforçar os benefícios da formalização. É importante realizar perguntas objetivas sobre o negócio, saber sobre o faturamento, número de clientes, capacidade de atendimento, volume de vendas e abrangência do negócio. É preciso entender o porquê da procura do cliente pela Sala naquele momento, estimulando-o a entrar num ciclo mais maduro do seu negócio que envolve planejamento e formalização.

Dicas de abordagem:

- Forneça uma ideia de negócio;
- Imprima um modelo de plano de negócio para o cliente entender o que ele precisa conhecer;
- Apresente pra ele os cursos oferecidos na Sala. Ele pode se identificar com algum tema;
- Elabore a ideia usando o quadro de negócio ou plano de negócio.

#### PERFIL

Esse empreendedor tem uma ideia de negócio e quer abrir sua empresa ou já possui um negócio e já obtém sua renda desta atividade, sendo ainda informal.

É possível que sua realidade seja limitada em especial com relação aos seus clientes, devido ao modelo de negócio informal.

Ele já entende do seu negócio e busca dar um "upgrade" na sua atividade.

É um cliente que já sofreu restrições de crédito, de acesso a mercado e precisa decidir os rumos de seus empreendimentos.

#### PRODUTO

Esse perfil envolve empreendedores que podem estar no mercado há algum tempo. No entanto, muitas vezes são empreendedores intuitivos que necessitam de orientação. É preciso orientação sobre abertura de empresa pelo porte do faturamento, orientação sobre planejamento e ações de fomento do negócio. Importante destacar a importância de o empreendedor trabalhar a sua presença digital nas redes sociais. Deve-se focar na formalização desse empreendedor.

O atendimento deve ser focando em atender a demanda trazida pelo cliente. O Sebrae possui produtos de gestão para este público.

Sugira: Programa Comece Bem (híbrido); Programa Começar Bem (presencial); Palestras e Oficinas sobre Marketing Digital (diversos temas); Cursos via Whatsapp Sebrae (diversos temas).

# PERFIS

A SALA DO EMPREENDEDOR

## MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL



### PERFIL

Pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Para ser um empreendedor individual, é necessário não ter participação em outra empresa como sócio ou titular e possuir no máximo um empregado.

Trata-se de uma categoria aprovada por lei que tem por objetivo maior estimular a formalização de empreendimentos por meio de benefícios previdenciários, acesso a crédito e tributação simplificada. O MEI surge com a alteração da Lei Complementar da Micro e Pequena Empresa nº 128/08. Sua contribuição tributária é compatível ao seu porte. Isso ajudou com que milhares de novos microempreendedores surgissem no Brasil nos últimos anos.

É um público com alta diversidade de nível de escolaridade e carente de informação empresarial.

### ABORDAGEM

Por se tratar de um público diverso, com necessidade de muita orientação e informação, nossa abordagem precisa ser didática. É preciso ter linguagem clara e objetiva, apoiando a construção de uma escala pedagógica para que esses clientes tenham acesso às ferramentas do Sebrae de forma gradativa e contínua. É importante verificar as dificuldades enfrentadas, as competências que precisam ser estimuladas e as noções de administração básica nos diferentes eixos de gestão. Deve-se deixar claro seus direitos e deveres. Outro fato importante é sobre realização de orientação tributária, apoio na declaração anual, negociação de débitos e emissão de documentos básicos. Alguns MEI demandam por produtos mais avançados envolvendo até consultorias especializadas. É preciso ouvir cada um cliente. Orientar sobre a importância de estar também no digital. É importante que ele saiba como trabalhar as redes sociais e ferramentas como o whatsapp para melhorar suas vendas.

### PRODUTO

No geral, o MEI necessita de bastante atendimento. Desde a impressão da DAS-MEI – documento de arrecadação, até mesmo para tirar dúvidas sobre emissão de notas e limite de faturamento. Portanto, é preciso estar preparado para o atendimento individual e presencial. Todavia, há empreendedores que demandam produtos mais complexos e precisam ser considerados.

Alguns produtos a serem oferecidos: Curso Boas Práticas nos Serviços de Alimentação (12h); Consultoria SEBRAETEC Express de Comunicação Visual; Consultoria Gerencial Express (Diversas temáticas, nas áreas de Marketing e Vendas, Finanças, entre outros temas); Curso de Compras Governamentais (15h); Palestras e Oficinas sobre Marketing Digital (diversos temas); Cursos via Whatsapp Sebrae (diversos temas); Palestras curtas ondemand (SebraePlay, na loja online).

## MICROEMPRESA



### PERFIL

Uma Microempresa (ME) é um empreendimento (de comércio, serviço ou indústria) com tratamento diferenciado e simplificado nos campos administrativo, fiscal, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento empresarial. O pagamento de imposto pode ser realizado de forma simplificada. Na Microempresa, técnicas de gestão precisam ser conhecidas e implantadas.

São empresas geradoras de emprego e precisam de gestão, investimento e tecnologia para se desenvolverem. Dentro dessa estrutura, encontramos um universo variado de empresas do setores de serviços, pequenas indústrias, empresas de varejo, entre outras estruturas. Por se tratar de instituições complexas, é preciso ter um bom repertório de ferramentas para atender este público.

Faturamento anual: até R\$ 360 mil por ano.

### ABORDAGEM

As necessidades desse público são variadas. Podem estar ligadas a necessidades de: exportação, vender para o governo, design, melhoria da marca, acesso a tecnologia, automação, marketing etc.

Um microempreendedor individual também pode ter as mesmas necessidades, porém, a microempresa possui maior perfil para acessar consultorias e cursos mais complexos, pois seu faturamento é maior e o seu sistema de gestão é mais dinâmico.

É importante ouvir bem a demanda para ter um atendimento que associe resultados objetivos. Com esse público é possível organizar a oferta de serviços junto às necessidades de forma mais participativa.

### PRODUTO

Há uma cartela muito diferenciada para este público no Sebrae. Veja alguns produtos que podem ser trabalhados:

Programa Cinco Passos na Gestão Empresarial (6 encontros + 1 consultoria de 3h); Consultoria Gerencial Express (Diversas temáticas, nas áreas de Marketing e Vendas, Finanças, entre outros temas); Consultoria Digital Fluxo de Caixa Positivo; Consultorias SEBRAETEC; Curso de Compras Governamentais (15h); Curso Bootcamp – Empreendedorismo em Ação; Curso EMPRETEC (60h); Palestras e Oficinas de Marketing Digital (diversos temas); Palestras curtas ondemand (SebraePlay, na loja online).

# PERFIS

## EMPRESA DE PEQUENO PORTE



### PERFIL

Uma Empresa de Pequeno Porte exige habilidades mais apuradas. As técnicas de gestão ficam em maior evidência e o empresário precisa acrescentar diferencial competitivo por meio de inovação e tecnologia de maneira a atingir a plenitude onde o controle e a previsibilidade estarão mais presentes.

São empresas com maior complexidade gerencial, muitas vezes com setores estruturados, equipes bem definidas e com maior quantidade de funcionários. As necessidades de atendimento dessas empresas muitas vezes estão em modelos de gestão mais avançados, novas tecnologias e outras consultorias ainda mais complexas e especializadas.

É raro a gestão de uma pequena empresa não estar minimamente antenada às tendências gerenciais.

Faturamento anual: de R\$ 360.001,00 até R\$ 4,8 milhões por ano.

### ABORDAGEM

O empresário da pequena empresa no geral busca o Sebrae com uma necessidade bem estruturada. Geralmente, ele sabe o que quer e vai direto ao assunto.

É importante oferecer produtos adequados e avançados para este público, caso contrário, corre-se o risco do produto ou serviço ofertado ser aquém da necessidade do cliente. O atendimento a um empreendedor de uma EPP deve incluir a busca de parceiros externos a Sala. É possível que a necessidade nem sempre seja resolvida com o rol de serviços disponíveis.

A discursiva desse empreendedor pode ser mais direta. Nem sempre é de seu interesse ouvir sobre temas gerenciais específicos, pois o mesmo já considera que o conhecimento adquirido é suficiente o bastante para gerenciar seu negócio.

### PRODUTO

Como todos os públicos trabalhados, o atendimento ao empreendedor não precisa ser exclusivo de produtos únicos do Sebrae. É preciso buscar parcerias para oferecer o máximo de ferramentas para os empreendedores que acessam a Sala.

Ofereça: Oficina Aprendendo a calcular o preço de vendas dos seus produtos e serviços (4h); Consultoria Gerencial Plena de Controles Financeiros (50h); Consultoria Gerencial Plena de Finanças (50h); Consultoria Gerencial Simplificada de Marketing e Vendas (10h); Consultoria Diagnóstico de Loja Sebrae – DLS (16h); Consultorias SEBRAETEC; Na Medida: Curso e consultoria gestão Financeira intermediário (20h); Curso de Compras Governamentais (15h); Curso EMPRETEC (60h); Programa SEBRAE Mais (Excelência na Gestão, Gestão da Qualidade, Gestão de Marketing, Gestão Financeira, Líder Coach e Visão de Futuro).

# PERFIS

## EMPREENDEDOR RURAL



### PERFIL

Pessoas físicas ou jurídicas que exploram atividades agrícolas e/ou pecuárias com fins econômicos ou de subsistência. Devem possuir inscrição estadual de produtor, declaração de aptidão ao PRONAF (DA), ou CNPJ. Soma-se a esse grupo os pescadores com registro no Ministério da Pesca.

O empreendedor rural nem sempre busca orientação gerencial. Seu foco é a objetividade e o retorno de resultados. Sua forma de gestão muitas vezes é intuitiva, guiada pelas oportunidades de mercado.

O produtor pode não se enxergar como uma pequena empresa. Prova disso, é a ausência de planejamento na maioria das pequenas propriedades rurais. É um cliente que precisa ver a proposta de valor no produto ou serviço oferecido. Em algumas situações, o produtor rural não tem uma adesão imediata à inovação. Porém, se convencido, é um parceiro fiel e interessado.

### ABORDAGEM

O produtor rural é um empreendedor nato. Porém, ele precisa entender que, como qualquer empreendedor, ele necessita adquirir habilidades gerenciais. É importante realizar uma abordagem que respeite as características do produtor e do seu negócio, mas que o dê noções sobre a importância de planejar. Mostrar o quanto ele ainda precisa de informações gerenciais pode ser um bom caminho para começar a conversar sobre o negócio. Inferir sobre qual o faturamento da propriedade, qual o percentual de lucro por atividade, indagar sobre clientes atuais, novos mercados, quais capacitações poderiam ajudar o negócio dele a prosperar, entre outras coisas.

Estes questionamentos demonstrarão de uma forma simples o que a Sala poderá apoiar no modelo de gestão da propriedade rural.

### PRODUTO

Para esse empreendedor, é importante ter produtos e serviços da prefeitura local na Sala do Empreendedor.

Vale ressaltar que o Senar também necessita de ser acionado como parceiro. Portanto, os gestores devem conhecer o portfólio desta instituição.

Com relação ao Sebrae, podemos ser parceiros nos seguintes produtos: Consultorias SEBRAETEC; Curso com Consultoria Negócio Certo Rural (46h); Programa No Campo (Atender Bem, Comercializar, Controlar Meu Dinheiro, Despertando para o Associativismo, Empreender, Legalizando o Empreendimento Coletivo, Liderar, Negociar, Planejando Nossa Empreendimento Coletivo, Praticando o Associativismo e Vender para o Governo).

## O ATENDIMENTO COLETIVO

Além do atendimento individual, a Sala do Empreendedor precisa traçar suas metas para os atendimentos coletivos, tais como cursos, palestras, oficinas, orientações coletivas, workshops e eventos, através da criação de um plano anual de atendimento coletivo. Esse plano é estruturado pela observação das demandas do dia a dia da sala, ou pelo próprio perfil de oportunidades do município.

O conjunto das necessidades apresentadas no balcão da Sala do Empreendedor pode direcionar a organização de produtos coletivos de atendimento. Se num determinado período a Sala teve uma grande demanda individual por soluções focadas em melhoria de vendas, é importante trazer um curso ou uma palestra sobre o assunto vendas, no intuito de atender essa demanda. Se houve grande procura sobre abertura de empresas, a Sala pode solicitar ao Sebrae uma orientação coletiva sobre gestão empresarial, e assim por diante.

*É importante que a Sala do Empreendedor inicie o ano com um plano de atendimento coletivo, que deve ser divulgado e compartilhado com os empresários do município.*

Além da observação da demanda do dia a dia do trabalho na Sala, outro fator que deve ser considerado é o perfil econômico do município e os setores econômicos prioritários. É primordial promover conhecimento para cadeias produtivas locais, como: comércio, madeira e móveis, agronegócio, turismo, indústria, encadeamento produtivo dos pequenos negócios, entre outras oportunidades ligadas à economia local.

Segue um modelo de atendimento coletivo planejado para um ano de trabalho por uma Sala do Empreendedor:

### CALENDÁRIO DA SALA

01   JAN	02   FEV	03   MAR	04   ABR
05   MAI	06   JUN	07   JUL	08   AGO
09   SET	10   OUT	11   NOV	12   DEZ

Esse modelo de planejamento é passível de ser executado por qualquer Sala, com qualquer porte ou estrutura gerencial. O ideal é que os gestores da Sala do Empreendedor busquem outros parceiros a fim de incrementar e ampliar as capacitações locais.

# **OS PRODUTOS DO SEBRAE**

É um fato que os produtos ligados a gestão empresarial nem sempre estão no portfólio de atendimento da prefeitura, para isto, o Sebrae é um parceiro fundamental.

*É importante que a gestão da Sala do Empreendedor possua um estrito relacionamento com o Sebrae local. Para isto você precisa conhecer qual é a unidade do Sebrae mais perto de você.*

O Sebrae possui diferentes produtos de qualificação, que vão desde a atendimento empresarial, consultorias de aconselhamento, consultorias gerenciais, consultorias tecnológicas a cursos, oficinas e palestras.

O atendimento do Sebrae também se estende a setores produtivos, o que viabilizará uma conexão entre os setores econômicos locais com ações de fomento, gestão e tecnologia da instituição.

Além disso, o Sebrae apoia o surgimento de novos negócios através de planos de negócios e outras ações de planejamento que ajudarão a organizar a estruturação da empresa que está sendo instalada em sua cidade.

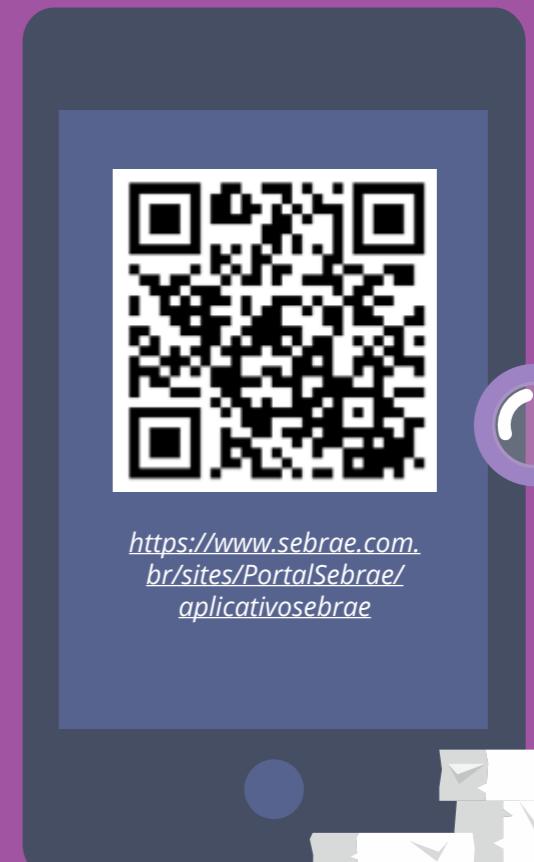
Desta forma, é preciso conectar os negócios locais ao atendimento do Sebrae Pernambuco, pois essa medida pode ampliar a competitividade dos novos negócios e dos negócios já instalados.

**Procure o Sebrae Pernambuco!**



**Acesse o site  
do Sebrae  
Pernambuco!**

[https://www.sebrae.com.br/  
sites/PortalSebrae/ufs/pe](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe)



**Baixe o app  
do Sebrae!**

[https://www.sebrae.com.  
br/sites/PortalSebrae/  
aplicativosebrae](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/aplicativosebrae)

# O REGISTRO DO ATENDIMENTO E A AVALIAÇÃO DOS INDICADORES

É perceptível o empenho das Salas no desenvolvimento de ações para a melhoria do ambiente de negócios nos municípios. Também é claro o envolvimento dos gestores para realização de ações para fomentar a economia. O contato no dia-a-dia com esses atores nos permite identificar um grande interesse também por parte do empreendedor em buscar auxílio para transformar seu negócio. No entanto, na maioria das vezes, esse esforço não é mensurado. Por consequência, a ausência de registro de atendimentos não nos permite formular indicadores do trabalho realizado.

***Sem a contabilização do atendimento é impossível a apresentação de resultados. Sem a organização de indicadores não existe maneira de demonstrar a progressão do trabalho.***

Sendo assim, esses fatores tornam-se fundamentais para a verificação do trabalho dos gestores locais com relação ao desenvolvimento das ações realizadas nas Salas do Empreendedor.

## QUAIS NÚMEROS DEVEM SER REGISTRADOS?

- Créditos fornecidos;
- Empresas abertas e fechadas;
- Empreendedores atendidos;
- Planos de negócios;
- Dívidas negociadas;
- Cursos oferecidos;
- Pessoas capacitadas;
- Alvarás emitidos;
- Consultorias realizadas;
- Informações fornecidas sobre licitações locais.

## COMO REALIZAR OS REGISTROS?

- Elaborando um cadastro específico para as atividades da Sala contendo os serviços oferecidos e os campos básicos necessários;
- Verificando se todos os atendimentos foram registrados devidamente ao final de cada dia ou semana;
- Realizando relatórios dos atendimentos mensais, semestrais e anuais.

## PORQUE REGISTRAR?

- São esses dados que:
- Medirão o quantitativo de empreendedores que estamos atingindo;
- Evidenciarão o trabalho da sua Sala;
- Possibilitarão realizar medições e comparações entre períodos;
- Poderão ser utilizados para implementação de projetos e políticas públicas.

A obtenção desses dados está relacionada com o registro do atendimento aos empreendedores. Sem lista de presença, sem cadastro de atendimento e sem banco de dados dos clientes não é possível a elaboração de relatórios mensais que apontem um quantitativo de volume de pessoas que recorreram à Sala do Empreendedor visando melhorar o seu negócio.

O Sebrae PE disponibiliza link de registro de ações empresariais junto a Sala do Empreendedor via sistema informatizado.

Ele precisa ser alimentado regularmente sob a supervisão de um gestor da instituição.

Além dos atendimentos ligados a gestão empresarial, o município possui atendimentos específicos, ligados a fluxos e processos inerentes a gestão pública que devem ser contabilizados em sistema próprio, da forma que melhor convir o município.

Sugerimos que seja organizado de forma eletrônica , via google forms, ou via sistema, ou até mesmo via registro em tabela do excel dados referentes ao empreendedor o atendimento

Segue sugestão de modelo básico para registro dos atendimentos na Sala do Empreendedor:

# A SALA DO EMPREENDEDOR E O DESENVOLVIMENTO LOCAL

## O PAPEL DAS SALAS DO EMPREENDEDOR PARA FORTALECER OS SETORES PRODUTIVOS

Além de pensar o atendimento individual e ter um plano de atendimento coletivo baseado no dia a dia da Sala do Empreendedor, é importante implementar estratégias focadas na características básicas dos municípios onde as Salas estão instaladas. Afinal, é importante promover o desenvolvimento dos setores produtivos prioritários e, a partir disso, promover o desenvolvimento local.

Desta forma, seguem algumas sugestões do foco de posicionamento da Sala do Empreendedor a partir das características do município.



## Município de grande porte com diversificação econômica

### SUGESTÕES DE ESTRATÉGIAS

Em um município de grande porte é possível que as políticas de desenvolvimento estejam focadas em setores prioritários onde se concentram as empresas de maior porte. É importante estabelecer estratégias para fornecer a devida atenção aos pequenos negócios. Por outro lado, uma cidade com dinamismo econômico fornece um cenário de oportunidades a essas empresas, porém nem sempre existem programas que conectem essas oportunidades de negócios entre os empreendimentos menores com as empresas de maior porte. É necessário, porém, implementar algumas estratégias de fomento ao desenvolvimento:

- Ter um canal de comunicação entre Prefeitura e pequeno negócio de fácil operacionalização e diferenciado para recebê-los, formalizá-los, orientá-los e capacitá-los;
- Ter pontos de atendimento ao pequeno negócio nos bairros ou modelos de atendimento itinerante que permitem cobrir toda a cidade;
- Realizar diagnósticos que permitem conhecer as oportunidades



### FOCO DO POSICIONAMENTO

1. Formalização do microempreendedor individual;
2. Fomento ao empreendedorismo;
3. Apoio aos arranjos produtivos locais;
4. Construção de políticas de encadeamento produtivo para inclusão das MPEs;
5. Ampliação das compras públicas de MPE.

## Município de base agrícola



### SUGESTÕES DE ESTRATÉGIAS

Municípios de base agrícola em geral possuem boa produção no meio rural. Todavia, após a comercialização dos bens produzidos, os recursos oriundos dessa produção são gastos em outras praças, considerando que o setor de comércio e serviços da sede não possuem diversidade, variedade e nem preço para serem competitivos e atraírem esses potenciais compradores.

O que ocorre é uma grande evasão de recursos desse município para outra cidade, geralmente de maior porte ou com um centro comercial mais atrativo.

Desta maneira é preciso focar em:

- Capacitar o comércio para promover a diversificação dos produtos, melhorar e modernizar a oferta de produtos e serviços;
- Qualificar o atendimento e organizar programas de fidelidade como estratégia de diferenciação e atração de novos clientes;
- Fomentar a busca de novos fornecedores com foco na melhoria da oferta, e em especial garantia de melhor preço;
- Fortalecer o empreendedorismo local, para que sejam implantados novos negócios no município;
- Estruturar um programa de compras públicas para fomentar os negócios locais já existentes;
- Incentivar a organização de feiras de negócios;
- Fortalecer a agricultura local por meio de programas de assistência técnica focando nas novas tecnologias rurais;
- Incentivar a implementação do tíquete-feira;
- Implementar programas de apoio e modernização das feiras livres;
- Incentivar e apoiar o acesso a comercialização dos produtos da área rural;
- Implantação da Lei Geral;

### FOCO DO POSICIONAMENTO

1. Organização do comércio e serviços locais;
2. Agregação de valor na agricultura.

## Municípios com um investimento âncora



### SUGESTÕES DE ESTRATÉGIAS

- Estruturar programas de capacitação e especialização dos pequenos negócios locais;
- Estruturação de parcerias para atração de cursos técnicos especializados para inclusão da mão de obra local na indústria;
- Estruturar programas de qualificação de fornecedores com os pequenos negócios em parceria com as grandes empresas, em especial a indústria. Essa ação tem o objetivo de ampliar a inclusão dos pequenos negócios como fornecedores das grandes empresas;
- Estruturar encontros de negócios entre as cadeias produtivas, que envolvem segmentos dos pequenos negócios locais com as empresas de maior porte, focado na promoção de mercado. Por exemplo: indústrias madeireiras e pequenas marcenarias; indústria metalmecânica e pequenas serralherias; indústria de alimentos e produtores rurais. Além de beneficiar o pequeno negócio, esta estratégia permite transações financeiras entre empresas locais, retendo recursos no território;
- Fomentar ações de crédito para instalação de novos negócios que são necessários à indústria como forma de qualificar a cadeia produtiva do território;
- Estimular que o grande investimento realize suas compras dentro do território, considerando até mesmo que este ponto já deve estar previsto em suas compensações;
- Fortalecer o empreendedorismo para que novos negócios ligados a cadeia produtiva do segmento âncora sejam empreendidos por moradores locais, não permitindo assim que um grande número de pequenas empresas de fora se instalem no município;
- Motivar a juventude a buscar qualificação técnica dentro

### FOCO DO POSICIONAMENTO

1. Estruturação de políticas para internalizar na cidade os benefícios gerados pelo investimento como gerador econômico;
2. Fortalecimento do empreendedorismo; implementação de parcerias com o setor público e privado.

## Município com potencial para o turismo ou com turismo em plena atividade



### SUGESTÕES DE ESTRATÉGIAS

- Capacitar empreendedores locais sobre a importância do turismo no território enquanto atividade econômica geradora de emprego e renda;
- Qualificar toda a cadeia ligada ao turismo, desde os empreendimentos formais com condensidade direta com a cadeia, tais como: bares, receptivos, hotéis, artesãos e restaurantes, até outros segmentos de impacto indireto: lojas de roupas, mercadinhos, peixarias e empresas de taxi;
- Elaboração de projetos para dinamização da cadeia durante todo o ano por meio de feiras de artesanato, festivais gastronômicos, mostras de cinema, festivais de música, espetáculos de teatro, etc.;
- Capacitar os segmentos da economia criativa, em especial os ligados à economia da cultura inclusos dentro do ramo das ar-
- tes e do entretenimento, visando gerar conteúdo para o turista;
- Incentivar as empresas para investir em inovação e tecnologia, como foco em ampliar a competitividade do território;
- Capacitar a mão de obra local para que esses atores sejam contratados pelas empresas locais, atendendo a necessidade dos empreendimentos instalados e oportunizando emprego para a comunidade;
- Organizar campanhas de promoção dos territórios;
- Estruturar parcerias com agências de viagens e operadoras.

O turismo, se trabalhado de forma correta é uma excelente fonte de captação de recursos de outras praças.

### FOCO DO POSICIONAMENTO

1. Desenvolver o turismo local de base sustentável;
2. Aumentar o valor agregado retido no município;
3. Fortalecer as cadeias culturais e criativas.

## Município com estrutura econômica limitada



### SUGESTÕES DE ESTRATÉGIAS

- Estruturar políticas de atração de novos negócios por meio de incentivos e ações com tratamento diferenciado para os novos negócios que desejarem se instalar no município;
- Formalização dos negócios existentes, focando no desenvolvimento desses empreendimentos por meio de capacitação, orientação e consultorias técnicas;
- Investir em ações de fomento ao empreendedorismo em diversos níveis, com o objetivo de formação de gerações empreendedoras capazes de modificar a realidade local;
- Investir em ações de elaboração de projetos e captação de recursos para promoção do investimento no município;
- Estimular a organização de eventos promocionais em datas comemorativas, de forma a atrair compradores;
- Modernização das lojas e empreendimentos para que a sensação de modernidade e novidade seja um atrativo estético para captação de clientes;
- Criar diferenciais estratégicos com o setor de comércio e serviço compatíveis com as ofertas realizadas nos municípios vizinhos;
- Fomentar para que o morador local compre nas empresas da cidade por meio de campanhas, incentivos e outras estratégias de compensação;
- Fortalecer as compras públicas;
- Implementar os benefícios do PNAE;
- Fortalecer e fomentar as ações da agricultura familiar.

### FOCO DO POSICIONAMENTO

1. Fomentar e fortalecer o surgimento de atividade econômica nova;
2. Fortalecer e formalizar a economia local;
3. Estimular políticas de fomento ao empreendedorismo.

Os perfis municipais foram trabalhados e complementados a partir do material do Curso de AD Avançado, elaborado pela Confederação Nacional dos Municípios e escrito pelo consultor Gustavo Grisa.

# PAINEL DE IDEIAS

1

## REALIZAÇÃO DA SALA ITINERANTE

A proposta da realização da Sala Itinerante é promover a interiorização dos serviços, em especial o acesso à formalização, à capacitação e o acesso ao crédito. A proposta consiste na mobilização de comunidades para receber os serviços da Sala do Empreendedor. Pode-se organizar parcerias com escolas, igrejas, ou mesmo trabalhar em tendas organizadas em local de fácil acesso para atender a população. Neste dia podemos ter: consultorias, palestras, orientação ao MEI, formalização de empresas e oferta de crédito.

2

## MUTIRÃO DE COMPRAS PÚBLICAS

A proposta é apresentar as oportunidades de compras do poder público para os pequenos negócios locais, com a possibilidade de criar:

1. *Rodada de oportunidades de comercialização – apresentação das compras futuras da Prefeitura por gênero e por período;*
2. *Apresentação dos valores que a Prefeitura vem adquirindo fora do município e que poderiam ser adquiridos localmente;*
3. *Realização de cadastros de fornecedores;*
4. *Orientações sobre a participação nas aquisições do município – documentação básica, regularidade fiscal e montagem da proposta do certame;*
5. *Realização de cursos e palestras.*

3

## ORGANIZANDO FEIRAS SETORIAIS COM O COMÉRCIO

Uma proposta de sucesso já vivenciada na região do Caparaó é a realização de feiras de negócios. A proposta é a organização de um evento com estrutura de feira, aberto ao público, que inclua as empresas locais das mais diferentes áreas de atuação. Cada empresa aluga seu stand e promove seu produto durante um final de semana.

O grande benefício é que as feiras se tornam um evento com praça de alimentação, atrações culturais, sorteios e concursos. Este tipo de evento atrai o público local que busca diversão e aquisição de bens e serviços, visto que, durante o evento, todas as empresas estão realizando ações promocionais nos seus estandes. Essa é uma solução eficiente para épocas do ano em que o volume de vendas no comércio são reduzidas como: março, abril, setembro e novembro.

4

## CONSTRUÇÃO DE CAMPANHAS PARA AUMENTO DA ARRECADAÇÃO TRIBUTÁRIA

A Sala do Empreendedor precisa ter ações para aumentar a arrecadação do município, e por consequência ampliar o potencial de investimento dos governos na economia local.

Essa ação consiste na organização de projetos que foquem no aumento da receita, podendo ser:

1. *Campagna para recolhimento da nota fiscal com bonificação para o cidadão e para o empresário;*
2. *Campagna para emissão da nota fiscal no ambiente rural com bonificação para o produtor;*
3. *Mudança na legislação vigente que vise estimular o faturamento, sem geração onerosa de impostos, como por exemplo incentivos fiscais para atração de investimentos permanentes;*
4. *Renegociação de débitos;*
5. *Utilização da conciliação e mediação para a solução de débitos tributários;*
6. *Campanhias para valorização do pagamento em dia dos tributos e diminuição da inadimplência;*
7. *Educação tributária nas escolas.*

É claro que muitas outras iniciativas inovadoras podem ser desenvolvidas pelo município. Este material apenas traz algumas sugestões para estimular os gestores da Sala do Empreendedor a desenvolver projetos focados no tema.

5

## PROMOÇÃO DE SEMINÁRIOS PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL

Um ponto importante para o processo de desenvolvimento é o acesso a informação. A promoção de seminários de desenvolvimento com as lideranças dos setores produtivos é uma iniciativa de relevância para o município.

Poderão ser tratados temas que levem o cidadão e o empresário a pensar sobre o futuro da cidade, ou temas para discutir os problemas atuais e as possíveis soluções adotadas por outros territórios. O importante é selecionar bem os temas, os profissionais e mobilizar as lideranças para participar do evento.

# IDEIAS

6

## AÇÕES DE FOMENTO ÀS FEIRAS DO PRODUTOR

As feiras do produtor rural são um instrumento importante de acesso ao mercado para esse empreendedor. É preciso organizar ações de fomento para que esse benefício seja algo que traga resultado para a economia rural do município.

Seguem algumas ações para fomentar as feiras:

1. Realização de ações de cooperativismo e associativismo – criação da associação da feira, capacitação dos feirantes, realização de encontros de discussão, etc.;
2. Padronização e modernização dos espaços, promovendo uma integração visual e, por consequência, tornando o espaço mais atrativo e comercial;
3. Criação do tíquete feira – ajuda de custo fornecida aos servidores municipais que só podem ser utilizadas diretamente para aquisição de produtos da agricultura familiar;
4. Criação de um calendário de eventos nas feiras – sorteios, bingos, shows, apresentações culturais, etc.;
5. Consultoria in loco para os feirantes com foco na melhoria da apresentação dos produtos que são comercializados nas feiras livres;
6. Plano de comunicação para divulgação da feira livre junto aos moradores locais;

7

## REALIZAÇÃO DE DIAGNÓSTICOS

O diagnóstico é fundamental para realização de qualquer projeto de desenvolvimento local, pois precisamos conhecer números e indicadores para organizar ações de impacto. Seguem algumas sugestões de diagnósticos que poderão apoiar seu trabalho na Sala do Empreendedor:

1. Diagnóstico do MEI – identificação do perfil do MEI, principais setores, onde os mesmos estão localizados, taxa de inadimplência, principais necessidades de capacitação, etc.;
2. Diagnóstico econômico do município – número de empresas instaladas, composição da economia por atividade econômica, nível de dependência do setor público, potencial de investimentos, massa salarial proveniente das diversas atividades econômicas, entre outros;
3. Diagnóstico do setor rural – identificação dos gargalos da produção, das dificuldades para acessar novos mercados, das deficiências de manejo e tecnologia, etc.;
4. Diagnóstico empresarial – perfil do empresário local, nível de satisfação dos mesmos em investir no município, principais entraves, sugestões de melhorias, ações de apoio na formação de mão de obra;
5. Diagnóstico industrial – pesquisa das necessidades da indústria para aquisição de bens e serviços locais, principais demandas de mão de obra, setores de oportunidade para efetivação de encadeamento produtivo, etc.

As informações compiladas e organizadas demonstrarão o nível de comprometimento e amadurecimento da Sala do Empreendedor para efetivação de suas políticas. Os números produzidos apoiarão a construção de projetos mais realistas e com melhores resultados.

8

## CONSTRUÇÃO DE WORKSHOPS COM OS SETORES ECONÔMICOS PRIORITÁRIOS

Um workshop é um seminário ou curso intensivo de curta duração no qual técnicas, habilidades e saberes são demonstrados e aplicados. A proposta do workshop é ser intenso, específico e prático. No intuito de fortalecer alguns setores de oportunidade do município possui grande aplicabilidade.

Alguns exemplos de workshops: Planejamento Financeiro para a Pequena Propriedade Rural; Gestão da Qualidade dos Serviços de Alimentação; Design para Móveis Autorais; Elaboração de Projetos para Ementas Parlamentares; Organização de Visual de Loja; Legislação para o Setor da Pesca.

É importante focar nos setores prioritários para a economia local.

9

## ORGANIZAÇÃO DE MARATONAS DE NEGÓCIOS

A ideia da maratona de negócios é estimular os pequenos negócios locais. A proposta inicial é que haja a inscrição de empresas de um segmento, que serão selecionadas com foco no produto e no interesse do mercado para participarem do evento.

Durante um período essas empresas serão capacitadas, focando na melhoria da competitividade de seus produtos e serviços. Os empreendedores serão treinados para defender seu produto ou serviço perante uma banca especializada. Os projetos mais estruturados para o mercado são os vencedores da maratona e, como premiação, ganham consultorias, cursos, acesso a rodada de negócios ou participação em eventos.

10

## ESTRUTURAÇÃO DA SEMANA DO MEI

Todo ano é comemorado a Semana do MEI pelo Sebrae, quando são organizadas programações especiais, incluindo cursos, palestras e consultorias para esses microempreendedores. A proposta é que a Sala do Empreendedor concentre essa programação e inclua também serviços municipais dentro do evento. A ideia é integrar esforços para organizar um grande movimento de apoio, fomento, e fortalecimento da atividade empresarial dessa categoria.

Podem ser organizados: seminários, palestras, eventos para valorização das mulheres microempreendedoras, concurso jovem empreendedor, festivais gastronômicos, feira de negócios, entre outras ações. O importante é que a Sala seja a protagonista deste acontecimento no município e mobilize os microempreendedores a acessar os serviços do evento.

11

## ESTÍMULO A CAMPANHAS PROMOCIONAIS COM O SETOR DE COMÉRCIO

Se, por um lado, as feiras de negócios são uma excelente opção para ampliação das vendas, por outro, as campanhas promocionais são uma estratégia mais barata e de fácil execução com o comércio. A proposta é interagir com a Associação Comercial do município para promover ações de vendas e atração de público nas principais datas comemorativas tais como: natal, dia das mães, dia das crianças e dia dos namorados.

As promoções são organizadas a partir de um tema, e os lojistas promovem esse tema por meio da ornamentação das vitrines. Os descontos dos produtos e serviços devem ser atrativos para que o consumidor compareça e realmente efetive suas compras nos empreendimentos participantes.

Outro incremento possível é a contratação de atrações culturais ou realização de sorteios. Essas ações têm como objetivo o aquecimento do comércio local.

12

## MUTIRÃO DE FORMALIZAÇÃO E REGULARIZAÇÃO DE EMPRESAS

Tem o objetivo de promover a formalização e regularização dos pequenos negócios, em especial, dos Microempreendedores Individuais (MEI), integrando os vários setores do poder público municipal, como a vigilância sanitária, meio ambiente, tributos e outros parceiros, como Corpo de Bombeiros, SEFA, JUCEES, CRC/ES, entre outros, garantindo o acesso desburocratizado e consequentemente acesso a mercado para os pequenos negócios.

Os seguintes serviços deverão ser disponibilizados: emissão de alvará provisório de funcionamento e alvará definitivo de funcionamento e localização; emissão do DAS, entrada no processo do alvará de sanitário, licenciamento ambiental, microcrédito, orientação de contadores, consultorias, palestras, abertura de empresas, parcelamento de dívidas do MEI, declaração do MEI, acesso a nota fiscal eletrônica, entre outros.

# IDEIAS

# 13

## MUTIRÃO DE CONCILIAÇÃO

A conciliação é uma forma de solução extrajudicial, no qual as partes são orientadas na construção de um acordo. A proposta do mutirão é utilizar as conciliações como ferramenta para contribuir com a recuperação dos créditos com maior agilidade, permitindo que possa ter mais recursos para fazer frente às suas despesas do dia a dia, reforçando o seu caixa, atuando como alternativa para a sua sobrevivência.

Durante o Mutirão, podem ser inscritos problemas referentes à rescisão contratual, cobrança de inadimplência, além de quaisquer outros conflitos empresariais. Os mutirões podem também atender às demandas da recuperação de passivos do poder público, como o IPTU, ISS, entre outros, facilitando a regularização dos contribuintes, em especial dos pequenos negócios.

14

## LAB – SETOR DE SERVIÇOS

Um lab é abreviação de laboratório. Para este caso específico, trata-se da organização de um edital para selecionar empresas de serviço para participar de uma semana de aceleração. A proposta é oferecer consultorias individualizadas e coletivas para que essas empresas tenham um upgrade em áreas como: inovação, tecnologia, gestão da comunicação, finanças, marketing e vendas.

É uma ação inovadora que se encaixa perfeitamente com o perfil do setor. Pode trabalhar segmentos fortes existentes no município ligados ao setor de serviços, como: madeira e móveis, design, economia criativa, clínicas médicas, salões de beleza, etc.

15

## ENCONTROS DE NEGÓCIOS

O objetivo é integrar a cadeia produtiva do setor, buscando apurar a percepção da demanda de mercado, as dificuldades e as oportunidades de negócios. Nos Encontros há a participação de empresas ofertantes (empresários que apresentem seus produtos/serviços e que estão dispostos a receber feedback do mercado comprador) e demandantes (empresários que têm interesse em comprar os produtos/serviços ofertados). Dessa forma, os empresários demandantes sugerem melhorias aos produtos e serviços apresentados, tais como: mudanças de design, forma, embalagem quantidade, qualidade e tendências.

O objetivo desses encontros é analisar o produto/serviço para saber se o mercado quer comprar (visão do comprador ao ofertante), dar retorno sobre o produto/serviço apresentado com sugestões de melhorias e ampliar a relação com compradores e demais fornecedores.

Destina-se a micro e pequenas empresas atendidas pelos projetos da Sala do Empreendedor nas áreas da indústria, agronegócios, comércio e serviços.

# CONSTRUA SUAS IDEIAS

Defina três estratégias que precisam ser implementados para fomentar os pequenos negócios locais, considerando a realidade da Sala do seu município:

1

2

3

Considerando os perfis das cidades, indique qual perfil mais se encaixa com o seu município e acrescente outras características locais:

Considerando o foco estratégico, o perfil do município e a equipe da Sala do Empreendedor defina três ações prioritárias para serem desenvolvidas:

1

2

3

AÇÃO 1

PERÍODO

Descrição

PARCEIROS

**AÇÃO 2****PERÍODO****DESCRIÇÃO****PARCEIROS**

Para apoiar o desenvolvimento das ações prioritárias, reforçando suas prioridades estratégicas, organize o Plano de Capacitação Anual:

**CURSOS****PALESTRAS****OFICINAS****WORKSHOPS****AÇÃO 3****PERÍODO****DESCRIÇÃO****PARCEIROS**

Crie um Calendário de Ações da Sala do Empreendedor:

**JANEIRO****FEVEREIRO****MARÇO****ABRIL****MAIO****JUNHO****JULHO****AGOSTO****SETEMBRO****OUTUBRO****NOVEMBRO****DEZEMBRO**

# O Manual de Comunicação da Marca da Sala e a Sinalização dos Espaços



Mais que criar espaços físicos de atendimento ao empreendedor, a Sala do Empreendedor faz parte de uma política pública de fortalecimento dos pequenos negócios. E como tal, é necessário a disseminação dessa estratégia de forma adequada, considerando os ciclos de implementação de uma política pública estadual.

Pensando nisso, o Sebrae Pernambuco, pensou numa estratégia de comunicação da marca, organizada sob três perspectivas:

- *Criar uma programação visual equânime para todas as salas do Estado, incluindo a organização do manual de aplicação*
- *Estruturar um pacote mínimo gratuito para apoiar esta sinalização dos espaços*
- *Padronizar a identidade visual das salas no intuito de organizar a marca e a programação visual das Salas do Empreendedor no Estado de Pernambuco.*

Este material está organizado para que todas as salas possam usufruir dos benefícios de terem um espaço público com uma comunicação profissional e institucionalizada, atribuindo ainda mais credibilidade e unicidade a estes espaços no Estado de Pernambuco.



A SALA DO EMPREENDEDOR

Para a utilização desta estrutura, é necessário que as prefeituras façam os seguintes procedimentos:

- *Passem por uma consultoria técnica do Sebrae PE para abertura do espaço e cumpra os requisitos mínimos necessários para o funcionamento de uma Sala do Empreendedor*
- *Solicitem ao Sebrae uma reunião entre a equipe técnica do Sebrae e a prefeitura para planejamento da estrutura de comunicação, isso incluirá a disponibilização das informações sobre a organização do layout do espaço e as metragens da estrutura.*
- *Adequação das peças e aprovação do projeto pelo setor de comunicação do Sebrae e da Prefeitura e implantação do projeto.*

Há uma limitação de peças, portanto, é necessário que a organização da produção seja um consenso organizado em reunião entre o Sebrae e a Prefeitura.

As peças produzidas incluem a identificação do espaço e a sinalização dos serviços.

Veja as diferenças entre esses elementos:

**Identificação do Espaço** – a identificação do espaço, está relacionada especificamente com o reconhecimento da função do lugar, é a identidade da Sala do Empreendedor e para isso é necessário a escolha de locais de ampla visão e estão relacionadas ao acesso físico e visual do cliente da sala.

**Sinalização dos serviços** – está ligado a indicação do aspecto funcional da Sala. Para que esta sinalização seja feita de forma adequada, o layout do espaço precisa estar definido, e a partir daí organizar as indicações sobre o que e onde acontecerão os atendimentos.

A sinalização dos serviços pode ser muito útil para apresentar o fluxo de atendimento do espaço.

Vejamos agora alguns elementos técnicos sobre a comunicação utilizada para as Salas do Empreendedor de Pernambuco:

# MANUAL DA MARCA

## MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

Sala do Empreendedor

A Sala do Empreendedor tem o tamanho do Brasil. Então sua identidade visual é totalmente flexível e adaptável a cada tom, seja de cor, de voz ou de sotaque.

O nome pode ser ajustado de acordo como a Sala é chamada na região, mantendo a fonte original **Uni Sans Heavy CAPS**.

A tipografia utilizada nas aplicações é a acessível **Arial** e sua variação em pesos, mas a identidade também permite que se escolha outra.

Para uma comunicação efetiva é importante manter uma coerência (tipográfica, visual, no discurso), então é interessante essa consistência nas escolhas feitas.



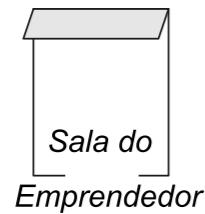
O logotipo tem variações e possibilidades de aplicações em proporções diferentes, justamente para se adaptar a aplicações extremamente largas como fachadas, banners de cabeçalho de páginas e banners estreitos.



Também existem aplicações do logotipo nas cores negativas para situações mais específicas, mas é indicado que sejam usadas mais como exceções. É sempre preferível priorizar a aplicação positiva.



#### EVITE:



É preciso evitar rotações, distorções, alterações em cores, distanciamento, fonte... basta preservar sua estrutura.

No caso de mais de um apoiador, o Sebrae deve sempre se manter à direita. Os realizadores mantém a hierarquia do mais importante também à direita.

Apoio:

Apoiador



Realização:



A organização pode ser em dois níveis, sempre com os apoiadores vindo antes dos realizadores.

Apoio:

Apoiador



Realização:



Em caso de aplicação vertical, o Sebrae aparece sempre na parte de baixo, assim como o realizador mais importante.

Apoio:

Apoiador



Realização:



# MANUAL DA SINALIZAÇÃO



#### Padrão cromático

Conforme orientação do MIVSE-Sebrae (página 5):

Tanto o logotipo quanto seus elementos podem seguir uma paleta de cores que seja interessante para o contexto da região da Sala do Empreendedor (página 5).

Foram escolhidas quatro cores para a marca, que remetem a elementos da nossa região: azul (mar/céu), verde (vegetação), amarelo (sol/madeira/palha) e vermelho (terra/árido/céu). Elas podem ser usadas em tonalidade mais sóbria/escura (preferencial) ou alegre/clara (opcional, como na página a seguir).

- C60 M45 Y0 K0  
R36 G125 B192  
# 257c0
- C60 M20 Y90 K5  
R18 G195 B23  
# 39fb3f
- C10 M25 Y100 K0  
R235 G171 B0  
# e7ab00
- C20 M05 Y100 K10  
R188 G82 B23  
# bc5117



#### Padrão cromático - Versão clara

- C5 M20 Y5 K0  
R18 G195 B212  
# 169ed3
- C5 M10 Y100 K0  
R186 G195 B9  
# bacc109
- C0 M15 Y90 K0  
R235 G224 B24  
# f5f518
- C0 M80 Y95 K0  
R133 G18 B27  
# e84efb



#### Versão negativa

Quando a leitura do logotipo for prejudicada, utiliza-se a versão negativa da marca.



#### Padrão cromático - Paleta de cores para as peças em geral

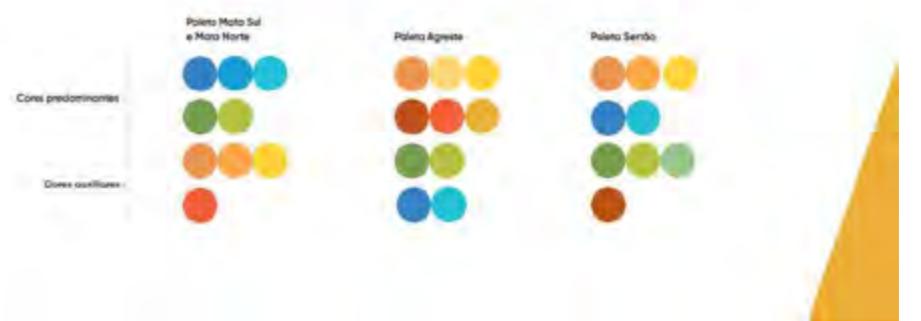
Além das cores da marca, outras também são usadas nas peças.

Para o material produzido na Região Metropolitana, pode-se utilizar a combinação de todas as cores da paleta geral.

Quanto às demais regiões, buscando-se criar uma identidade para cada uma delas, recomenda-se a utilização das cores de suas paletas. Isto pode ser conseguido aplicando-se sempre as cores predominantes nas áreas maiores e as auxiliares nas menores (conforme exemplos nas páginas 7 a 9).

##### Paleta geral

- |  |   |   |  |
|--|---|---|--|
| C60 M45 Y0 K0<br>R36 G125 B192<br># 257c0    | C70 M20 Y5 K0<br>R28 G158 B212<br># 169ed3    | C70 M0 Y15 K0<br>R35 G195 B224<br># 23fbff  | C60 M0 Y15 K0<br>R97 G195 B217<br># 6c3cf9   |
| C0 M15 Y95 K0<br>R235 G146 B44<br># f5f518   | C0 M15 Y95 K0<br>R237 G198 B51<br># 9cb333    | C0 M15 Y95 K0<br>R235 G228 B71<br># f5f5ff  | CD M15 Y95 K0<br>R235 G224 B24<br># 169518   |
| C40 M20 Y90 K5<br>R18 G195 B63<br># 39fb3f   | C35 M10 Y100 K5<br>R118 G155 B63<br># bacc109 | C45 M5 Y90 K5<br>R189 G195 B59<br># 26fb3f  | C45 M5 Y100 K5<br>R170 G199 B59<br># 2d5000  |
| C20 M75 Y100 K10<br>R235 G171 B0<br># e7ab00 | C20 M75 Y100 K10<br>R188 G82 B23<br># bc5117  | C50 M80 Y95 K0<br>R235 G218 B27<br># f5f518 | C50 M20 Y100 K5<br>R118 G165 B63<br># 36fb3f |



#### REGRAS PARA O PROJETO DE SINALIZAÇÃO

##### É DE RESPONSABILIDADE DA PREFEITURA

- Fornecer:
- Planta baixa com cotas atualizadas com levantamento dos locais onde a sinalização deverá ser fixada, indicando paredes, portas, janelas e mobiliário (com suas medidas). Se não tiver planta baixa enviar croqui.
  - Elevação da fachada, com as cotas atualizadas
  - Fotos do local
  - Fotografias publicitárias em alta definição no tamanho a ser utilizado na sinalização (300 dpi) com a autorização de uso de imagem do fotógrafo e das pessoas a serem fotografadas.
  - Texto com o conteúdo das placas informativas
  - Marcos em alta resolução em vetor (pdf)
  - Caso seja avaliado que alguma parede deverá ser adesivada, a mesma deve ter um tratamento prévio de emassamento e acabamento com pintura a óleo para que o adesivo seja fixado de forma correta. Este serviço é de responsabilidade da Prefeitura.
  - Aprovar o projeto apresentado pelo Sebrae
  - Acompanhar a instalação da sinalização.

##### É DE RESPONSABILIDADE DO SEBRAE:

- Criação do projeto de sinalização de acordo com projeto arquitetônico enviado, cabendo ao Sebrae produzir apenas o kit básico caso não receba o projeto arquitetônico conforme especificações
- Revisão dos textos da sinalização antes de seguirem para produção.
- Finalização e envio para produção
- Produção das placas
- Instalação das placas.
- Quando não for enviado o projeto arquitetônico do local. O Sebrae entregará apenas as peças do Kit Básico de Sinalização que são: PLACA PORTA 0,40 X 0,30m  
PAINEL 1,50 X 0,70m  
PLACA SERVIÇOS 0,40 x 0,30m  
BANNER 0,80 x 1,20m

Além de criação de templates para redes sociais

#### Aplicações - Painel 150cm x 70cm

No exemplo de painel ao lado, vemos como a grade foi utilizada para demarcar quatro campos para imagem, informações e cores. Essa composição através de linhas diagonais define os campos e é o que determina a identidade visual da Sala do Empreendedor.

Algumas características que serão adotadas:

- procurar sempre utilizar a cor azul em alguma parte da peça, mesmo que de maneira discreta;
- marcas devem aparecer sobre campos que não prejudiquem sua visibilidade ou nas versões negativas (caso sejam colocados sobre fotos ou campos de cores escuros). Não se deve usar tampa branca sobre imagens ou campos de cor para colocar marcas;
- podem ser utilizadas fotos genéricas, relacionadas com as atividades empreendedoras, ou temáticas, relacionadas com a região onde está a sala.

As regras para assinatura de marcas em conjunto são as mesmas da Sebrae Nacional.



#### Aplicações - Placa de serviços

3cm0 x 40cm e placa de porta  
40cm x 30cm

A placa de serviços e a placa de porta devem ser usadas quando não houver espaço disponível para painéis e/ou sinalização em grandes formatos (se não seja permitido).

O destaque na composição deve ocorrer nas informações, que possuirão os maiores campos.

Observa-se que a grade tipo 1 pode ser usada na posição vertical ou espelhada.



#### Aplicações - Adesivação de paredes Ambientação/ sinalização

Quando for possível, a sinalização em grandes formatos deve aproveitar o máximo do espaço disponível. Deve-se adaptar a grade às dimensões da parede.

Observa-se que a grade não foi usada totalmente e foram criados poucos campos (para diminuir a poluição visual e valorizar as fotos). Aqui as marcas entram num campo mais claro e o limite para posicionamento não deve ser inferior a 40cm do piso.

A paleta de cores da região (no exemplo, Petrolina) também foi utilizada.



Caso seja avaliado que alguma parede deverá ser adesivada, a mesma deve ter um tratamento prévio de emassamento e acabamento com pintura a óleo para que o adesivo seja fixado de forma correta. Este serviço é de responsabilidade da Prefeitura.



#### Aplicações - Adesivação de portas Ambientação/ sinalização

Quando for possível sinalizar apenas as portas, deve-se usar o mesmo princípio: poucos campos para valorizar a informação.

No primeiro exemplo, a grade tipo 2 foi usada parcialmente e tem-se o recurso de colocar outra peça, a placa de porta, para sinalizar. No segundo, a mesma grade foi usada de forma diferente (parcialmente e repetida/espelhada), permitindo a criação do campo para as marcas e permanecendo na mesma linguagem visual do projeto – observa-se, por exemplo, o detalhe da foto passando por cima da faixa.



#### Aplicações - Banners 80cm x 120cm

Dois exemplos de aplicação em banners: um institucional e outro informativo. Observa-se, assim como nas outras peças, que a aplicação das marcas não precisou de nenhuma tampa sobre fotos ou campos.



**Aplicações - Card de 1080 x 1920 pixels para WhatsApp**  
Dois exemplos de cards para WhatsApp, usando a mesma grade de forma diferente.



**Aplicações - Post de 1080 x 1080 pixels para Instagram e Facebook**

Nesses exemplos de posts para redes sociais, as grades foram utilizadas parcialmente. Além de fotos, podem ser aplicados ilustrações, sempre obedecendo ao princípio de menor poluição visual: apesar de ser possível aplicar fotos, cores, ilustrações e texturas nos campos, evitar usar todos os recursos ao mesmo tempo em uma peça, pois a própria linguagem visual da Sala do Empreendedor (uso de diagonais) já propicia elementos visuais suficientes.



#### Usos incorretos

Aqui vemos exemplos do que não deve ser feito no projeto da Sala do Empreendedor do Sebrae Pernambuco.



#### Aplicar torjo, sobre foto, pais casinhas



*Acesse os manuais através dos QR Codes!*





## SALA DO EMPREENDEDOR CADA VEZ MAIS DIGITAL

A Sala do Empreendedor é uma ferramenta de atendimento e desenvolvimento que a gestão pública coloca à disposição do empresário local.

Todavia, é preciso entender quais as necessidades desse empreendedor enquanto usuário do serviço. Compreender sua limitação de tempo, a necessidade de acesso rápido a serviços básicos e complexos, e sua relação com outras atividades do cotidiano que acontecem em ambientes cada vez mais digitais.

Acessar informações, reservar hotéis, alugar um carro, comprar produtos, fazer um pedido de comida, resolver questões bancárias e tantas outras coisas corriqueiras são tarefas facilitadas pelo acesso cada vez mais digital. Essa tendência é uma variável que é aplicada em muitos setores do dia a dia da sociedade, porém, percebemos

uma grande dificuldade de os governos adaptarem seus serviços para este universo, ou se engajarem de fato na tradução desse ambiente público tão burocrático, para um mundo cada vez mais digital.

A proposta de transformar a Sala do Empreendedor em um ambiente mais moderno, vai ao encontro da necessidade do empresário, no que diz respeito a agilidade de processos e de serviços, que atualmente não necessitam mais da presença física deste usuário para que a solução seja entregue de forma eficaz.

As necessidades vivenciadas nos dias de hoje tornam cada vez mais importante a adaptação do modelo: "faça você mesmo", tanto, com relação da atuação com a Sala do Empreendedor e o empresário, quanto do próprio empreendedor (em especial os pequenos negócios) com o seu cliente final.

A atividade presencial da Sala não perde sua relevância, porém a disponibilização de serviços cada vez mais digitais, encontra-se como centro de sua sobrevivência, tanto como processo facilitador do fluxo de desburocratização, quanto para organização de uma comunicação mais ágil e um atendimento cada vez mais acessível ao cliente.

Neste capítulo iremos apresentar algumas sugestões de atividades que podem ser desenvolvidas na Sala do Empreendedor considerando em especial as ferramentas digitais disponíveis, e tendo como premissa a experimentação imediata, tanto pela gratuidade da ferramenta, quanto pela facilidade de manuseio desses recursos que estão cada vez mais, facilitando a nossa rotina de trabalho.

Além de sugestões de ferramentas práticas, iremos abordar o papel e a utilização de algumas redes sociais de forma estratégica e orientar sobre a organização de um website para o seu espaço.

Vale ressaltar que este material em nenhum momento propõe uma receita pronta sobre como o município deve explorar o ambiente digital, e sim tenta ser um recurso de apoio para que sua criatividade lhe conduza a novos caminhos onde a inovação e a tecnologia, podem e devem ser aliadas dos atores públicos que tratam diretamente com a Sala do Empreendedor.

### 10 benefícios da inclusão de ferramentas digitais na Sala do Empreendedor:

**01** Comunicação direta com os clientes e de forma rápida, podendo utilizar recursos complexos para tratar de temas específicos da Sala

**02** Possibilidade de criação de redes sociais de interesse e por área de atuação organizando desta forma a comunicação e a gestão da informação.

**03** Criar conteúdos que estarão disponíveis 24h por dia, 07 dias da semana, e o empreendedor poderá acessar quando lhe convier.

**04** Seguindo a mesma lógica dos conteúdos, os "serviços" também poderão ser adaptados para serem acessados de acordo com o tempo e a disponibilidade do usuário

**05** Aumento exponencial da área de abrangência de cobertura de informação junto ao empreendedor

**06** Melhora a organização da informação e gestão dos dados, possibilitando assim, a produção de indicadores de desempenho para tomada de decisões

**07** Promove maior transparência por meio da disponibilidade contínua da informação

**08** Cria canais de relacionamentos diretos e mais próximos do empreendedor sem a necessidade de deslocamentos desnecessários

**09** "Desafoga" o atendimento do balcão da Sala, visto que, muitos atendimentos são repetitivos e que poderiam ser resolvidos apenas com o acesso a informação no ambiente virtual

**10** Agiliza e simplifica fluxos e processos de trabalho!

# COMO UTILIZAR AS FERRAMENTAS DIGITAIS PARA ESTIMULAR O DESENVOLVIMENTO LOCAL?

Ferramentas digitais são formas de tornar um trabalho mais simples e ágil. Elas possibilitam o trabalho remoto, aumentam a produtividade e a transparência de uma equipe. Na Sala do Empreendedor, elas potencializam a realização de atendimentos individuais e coletivos, além de promoverem estratégias focadas nos setores prioritários locais.

É importante que toda a equipe esteja alinhada sobre quais ferramentas serão eleitas e inseridas nos fluxos dos serviços oferecidos. Em um primeiro momento, é preciso adequar o funcionamento da Sala para o atendimento digital. Portanto, é necessária a realização de um planejamento das novas rotinas, a criação de um calendário de atividades online e a gestão das tarefas da Sala.

Gráças às tecnologias disponíveis, literalmente, na palma de nossas mãos, podemos garantir que a Sala do Empreendedor do nosso município seja cada vez mais um espaço de referência para os pequenos negócios. E mais: podemos melhorar processos, aumentar o alcance e atingir resultados ainda melhores nessa atuação.

Essa mudança estrutural para o mundo digital gera um novo papel para cada um de nós. Um papel ainda mais desafiador e fundamental encurtar a distância entre a Sala e os empreendedores.

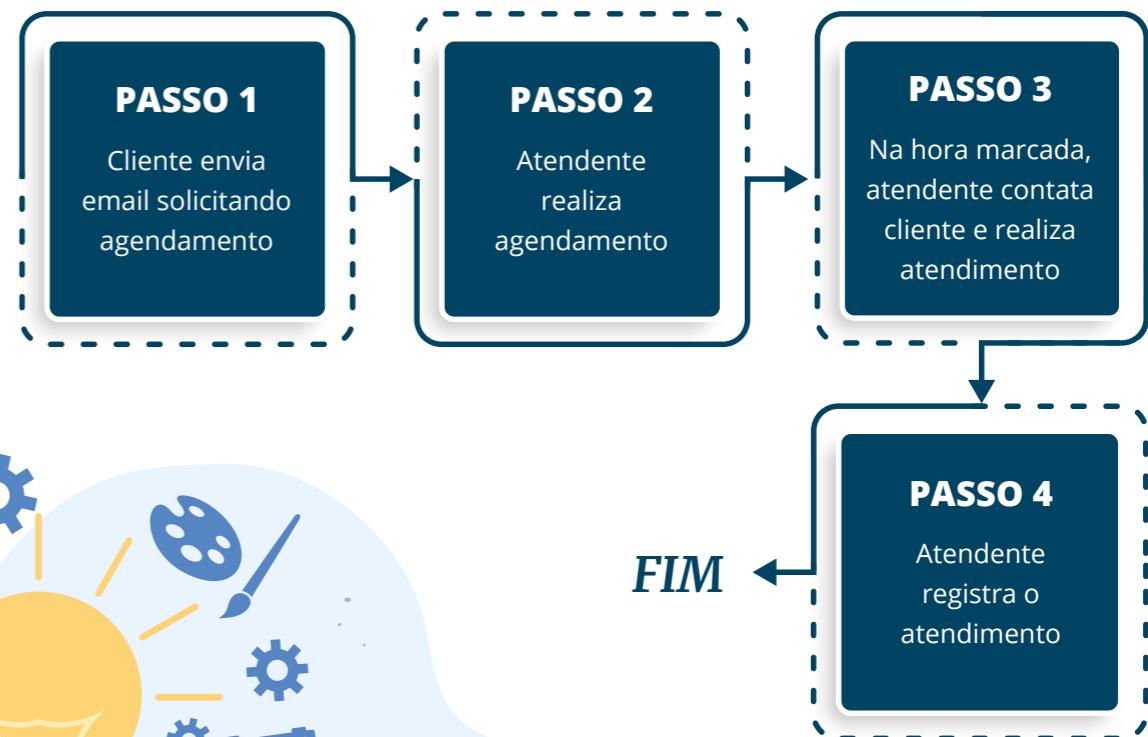
*Se, antes, a transformação digital era uma vantagem, hoje ela é essencial.*

- Serviços essenciais na atuação digital da Sala do Empreendedor:
- *informativos sobre novas medidas governamentais;*
  - *orientações sobre gestão de negócio;*
  - *estratégias de marketing digital;*
  - *orientação de compras públicas;*
  - *orientações sobre linhas de crédito;*
  - *rodadas online de negócios;*
  - *promoção de seminários online;*
  - *realização de workshops com setores prioritários.*

## OS FLUXOS DIGITAIS

Aqui deixamos algumas sugestões de possíveis fluxos de serviços para alguns formatos de atendimentos individuais e coletivos:

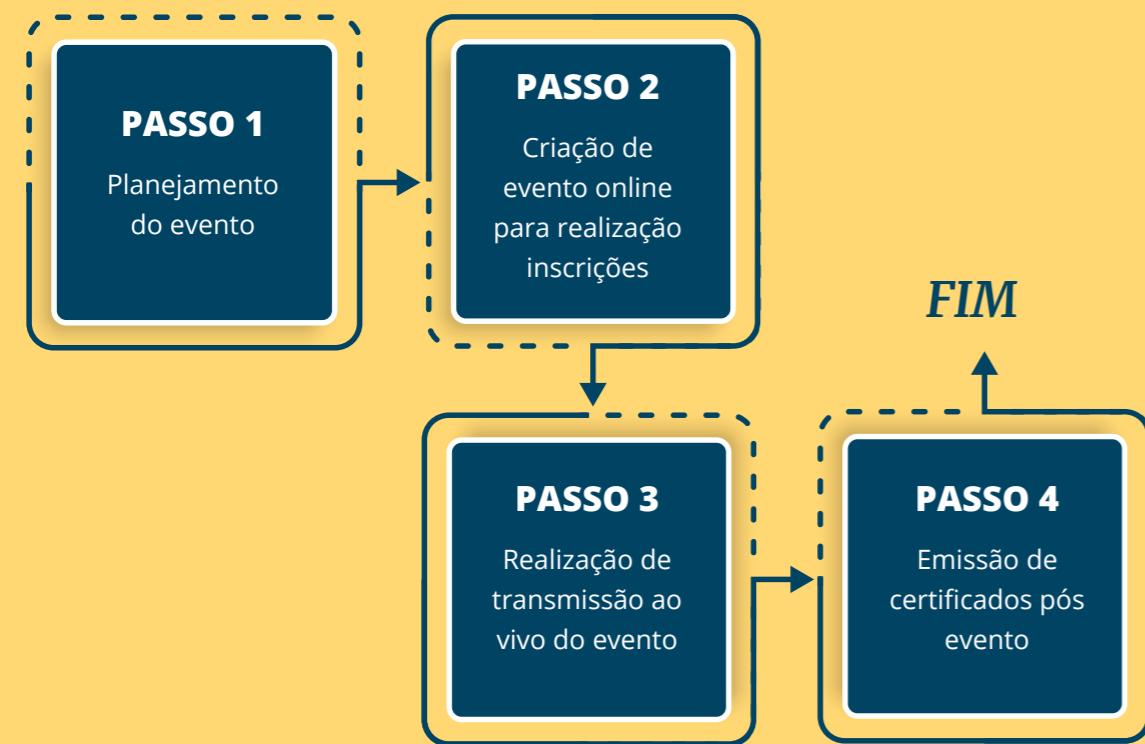
### Fluxo 1: Atendimentos individuais



### Ferramentas recomendadas:

- para agendamento: **GOOGLE CALENDAR | SIMPLY BOOK**
- para a realização do atendimento: **WHATSAPP BUSINESS**

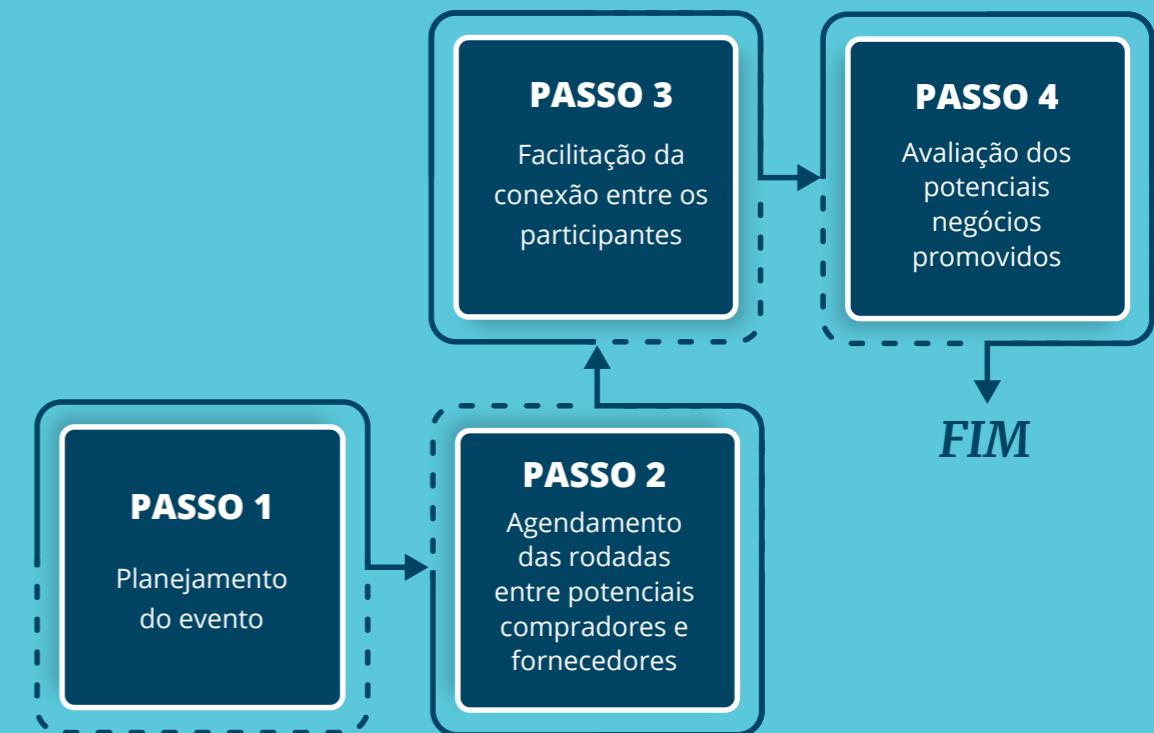
## *Fluxo 2: Seminários, Palestras e Workshops*



### *Ferramentas recomendadas:*

- para agendamento: [GOOGLE CALENDAR](#) | [SIMPLY BOOK](#)
- para planejamento do evento: [TRELLO](#) | [EVERNOTE](#)
- para criação de evento online: [SYMPLEX](#)
- para transmissão ao vivo: [YOUTUBE](#) | [ZOOM](#) | [MICROSOFT TEAMS](#) | [GOOGLE MEET](#)  
[INSTAGRAM](#) | [FACEBOOK](#)

## *Fluxo 3: Rodadas de Negócios*



### *Ferramentas recomendadas:*

- para planejamento do evento: [TRELLO](#) | [EVERNOTE](#)
- para agendamento das rodadas: [GOOGLE CALENDAR](#) | [SIMPLY BOOK](#)
- para realização das rodadas: [ZOOM](#) | [GOOGLE MEET](#) | [WHATSAPP](#) | [SKYPE](#)



## A COMUNICAÇÃO DIGITAL COM OS PEQUENOS NEGÓCIOS

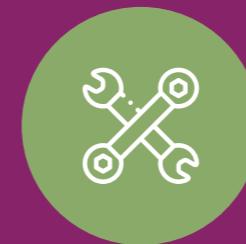
### O QUE O EMPREENDEDOR PRECISA ENCONTRAR NOS MEIOS DIGITAIS DA SALA?



A Sala do Empreendedor deve comunicar para os pequenos negócios seus canais atualizados de contato, bem como seu horário e modo de funcionamento online. Também recomendamos informar sobre os serviços disponíveis atualmente na Sala. Para isso, sugerimos o envio dessas informações básicas para todo o banco de dados de empreendedores cadastrados através de um email marketing e um card para ser enviado no whatsapp e postado nas mídias sociais que a Sala estiver presente.

Uma vez que o empreendedor já compreendeu a forma como a Sala está funcionando, vamos convidá-lo para participar do nosso calendário de atividades planejado. Essa agenda deve ser enviada mensalmente ou semanalmente através de todos os canais de comunicação citados anteriormente. Na data de cada evento, também é válido lembrar ao seu público que o grande dia chegou e que conta com a sua participação.

Aproveite também para construir um relacionamento com os empreendedores de sua cidade, dando dicas relevantes para o seu dia a dia, como a divulgação de novas medidas governamentais pra combate à pandemia, linhas de crédito disponíveis, orientações de gestão financeira, estratégias de marketing digital e vendas online, informações sobre licitações municipais lançadas, entre outros.



**Saiba mais sobre algumas ferramentas que podem ser implantadas na Sala do Empreendedor:**

#### WHATSAPP BUSINESS

É uma conta comercial com localização do negócio. Uma das principais vantagens é a possibilidade de criar um perfil profissional, adicionando, além da foto de perfil, informações como endereço completo, horário de funcionamento, o segmento comercial, além de site e e-mail para contato.

Atualmente é uma das ferramentas mais completas de atendimento no mercado e totalmente gratuita:

- *Perfil comercial.*
- *Canal exclusivo para comunicação.*
- *Mensagem de ausência e saudação.*
- *Facilidade de exibir serviços.*
- *Análise de estatísticas.*
- *Etiquetas que organizam as conversas.*
- *Um único lugar que reúne informações precisas.*

Com o whatsapp business você centraliza todo atendimento da sala em um único lugar.

O whatsapp business já possui o recurso de múltiplos usuários, possibilitando o atendimento por várias pessoas do setor simultaneamente.

#### Desafios com o uso do WB:

- *Ter uma equipe dedicada que cuida desse canal, pois a comunicação com os clientes é direta e são necessárias respostas rápidas;*
- *Ter uma estratégia precisa sobre como usar o e qual linguagem usar com os clientes.*

Com o WB você disponibiliza para o cidadão empreendedor todos os serviços que já existem digitalmente, como: portal do empreendedor, sites da prefeitura com serviços municipais, entre outros, através do catálogo existente no aplicativo.

#### Etiquetas:

Com o WB você pode criar várias etiquetas para identificação de cada atendimento. Em qual estágio está cada serviço atendido, na própria ferramenta.

#### *Lista de transmissão e status no WB:*

A utilização dessa ferramenta traz proximidade com os empreendedores. Através dela você envia informativos em geral, programas municipais, link de serviços, cursos, e demais direcionados para cada grupo. É possível criar várias listas com determinado tipo de grupo, facilitando o contato. A grande vantagem da lista de transmissão é que só o emissor administra o que é enviado.

#### Exemplo:

- *Envio para empresas informando as licitações vigentes*
- *Links dos cursos disponíveis no mercado*

O whatsapp também pode ser conectado diretamente no instagram e facebook, facilitando o acesso.

Tutorial por Marina de Paula: <https://www.youtube.com/watch?v=-PpQ3Cvlvls>

## CHATBOT

Chatbot é a união das palavras “chat” (bate-papo) e “bot” (robô) que, literalmente, significa “robôs de conversa”. Esses robôs de conversa podem atuar como assistentes virtuais, que permitem que as salas conversem com seus clientes 24 horas por dia, 7 dias por semana. Existem várias ferramentas que utilizam o Chatbot. Este programa de computador tenta simular um ser humano na conversação com as pessoas. O objetivo é responder as perguntas de tal forma que as pessoas tenham a impressão de estar conversando com outra pessoa e não com um programa de computador.

## FAQS

FAQ é um acrônimo da expressão inglesa Frequently Asked Questions Em português seria algo como “Perguntas frequentes”. Pode ser utilizado um FAQ compilando as perguntas mais frequentes acerca da Sala do Empreendedor e seus serviços. Pode ser utilizado inclusive dentro do whatsapp business com resposta já organizada ou pelo google drive através de um link compartilhado.



## PADLET

O Padlet é uma ferramenta que permite criar um mural ou quadro virtual para organizar a rotina da sala do empreendedor de uma forma interativa e dinâmica, partilhando conteúdo multimídia.

Ele pode funcionar como uma biblioteca digital onde todo o conteúdo pode ser incluso neste repositório e compartilhado automaticamente via link direto ao empreendedor.

O Padlet pode ser utilizado nos navegadores do computador (Chrome, Firefox, Edge e demais). No termo mais funcional, o padlet funciona também como uma folha de papel, onde pode ser inserido qualquer tipo de conteúdo (texto, imagens, vídeo, hiperlinks) compartilhado entre várias pessoas.

Tutorial: <https://www.youtube.com/watch?v=-5uUe9Tzyyo>

Nele você pode criar cronogramas (em modelos com mural, tela, lista, grade, conversa, mapa e linha do tempo) para que os empreendedores tenham facilidade em visualizar as atividades.

## E-MAIL

Apesar de muitas ferramentas terem surgido facilitando a comunicação, o e-mail ainda é um dos grandes pilares da comunicação. Vivemos na era onde as coisas acontecem online, e o e-mail faz parte dessa cultura de comunicação, e é importante no sentido que ele organiza e formaliza as comunicações.

Essa ferramenta pode ser usada com lista de transmissão de documentos mais formais como: editais, contratos e demais documentos que necessitam de um registro e formalidade.

Com as comunicações cada vez mais informais, o e-mail continua sendo o lado burocrático da tecnologia. A sala com um e-mail institucional também traz credibilidade e facilita a comunicação com o empreendedor.

## GOOGLE CALENDAR

Uma ferramenta pouco divulgada, mas de grande importância para organização e agendamento das atividades da sala. O Goolge calendar, também conhecido como Agenda do Google, pode ser compartilhado em diversas plataformas (whatsapp, instagram, e-mail, e etc.). Inclusive ao receber o link, o cidadão colocar automaticamente na sua agenda pessoal o evento agendado.

Tutorial por Roberta Frossard: <https://www.youtube.com/watch?v=bAQd1RsnRw8>

## GOOGLE DRIVE

É um serviço de armazenamento e sincronização de arquivos. O Google Drive abriga o Google Docs, um leque de aplicações de produtividade, que oferece a edição de documentos, planilhas, apresentações, formulários e muito mais.

Com o google drive você transfere seus documentos para “nuvem” (na internet), sendo os arquivos compartilhados ou não, com a possibilidade de acesso de qualquer lugar, desde que o dispositivo esteja ligado à internet. Você pode criar formulários para levantamento de dados com os empreendedores, podendo exportar as informações diretamente para planilhas e ter este conteúdo disponibilizado gráficos de forma simples e prática.

E outra grande vantagem relevante, é que o google drive não necessita de qualquer instalação.

Tutorial por Felipe Molinar: <https://www.youtube.com/watch?v=oeAYce7Qgq4>

## SIMPLYBOOK

SimplyBook é um sistema de reservas on-line. A ferramenta oferece um site de reservas agradável (ou se você já tiver um site, é possível adicionar a solução de reservas como um widget) para que os clientes possam reservar, modificar ou eliminar uma consulta on-line. O SimplyBook também possui uma ampla gama de modelos de websites de reservas que você pode escolher e depois personalizar. Os clientes que reservam através da plataforma receberão lembretes de reserva por e-mail ou SMS, o que reduzirá as não-comparências. Com o sistema, os usuários também podem se conectar com o Facebook, Instagram ou Google. Assim, você pode adicionar um botão "Reserve Agora" para que seus clientes possam marcar uma consulta através destes canais ou até mesmo oferecer-lhes a possibilidade de reservar através do seu próprio aplicativo móvel.

## CANVA

O Canva é uma ferramenta online de criação de peças gráficas para diversas mídias. Com o Canva, você pode criar artes para redes sociais (Instagram, Youtube, Facebook, entre outras), panfletos, cartazes, currículos, capas de livro, mural de fotos, infográficos, convites, cartão de visitas, entre muitos outros. A ideia é que qualquer um possa criar as suas próprias peças sem precisar de conhecimentos rebuscados em design. Para isso, são oferecidos templates que funcionam como base para a sua criação.

O Canva Online pode ser uma alternativa para quem não domina o Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, conhecimentos de Design, mas que deseja começar a criar por si só as suas peças gráficas.

Com uma interface bem simples de utilizar e sendo acessado diretamente pelo navegador, ou seja, não precisa de instalação de nada, a proposta é pluralizar e tornar mais acessível o acesso a ferramentas gráficas de edição.

## TRELLO

O Trello é gerenciador online de projetos e tarefas. Através de listas, quadros e cartões, ele possibilita a organização e priorização dos projetos de uma maneira simples. Ele é inspirado no Kanban, um sistema de gerenciamento de projetos elaborado pela montadora japonesa Toyota na década de 1960. Ele pode ser adaptado da maneira que você e sua equipe acharem mais funcional. Essa ferramenta lembra muito um quadro com vários post-its, que pode ser moldado conforme a sua necessidade. Ele é gratuito e ainda possui um aplicativo que pode ser acessado pelo smartphone a qualquer momento.

## MONDAY

A Monday é um sistema operacional de trabalho que permite gerenciar projetos e tarefas com auxílio, colaboração e prazos da equipe. A ferramenta é útil especialmente para organizações, que podem criar aplicativos personalizados de fluxo de trabalho para executar planos ou afazeres do dia a dia. A plataforma inclui mais de cem receitas de automação e integrações com outros aplicativos de trabalho. Além disso, é customizável e pode ser útil para empresas de diferentes tamanhos. Embora seja pago, o produto oferece funcionalidades interessantes para o ambiente corporativo, como rastreamento de tempo das tarefas e automatizações de mensagens. Ele é capaz de atender diversas operações comerciais, como campanhas de marketing, vendas, TI, roteiros de produtos, pesquisa e desenvolvimento, suporte ao cliente, planejamento e processos de negócio, recursos humanos, gestão de eventos e até produção de mídia. A Monday também pode ser utilizada como um CRM, para automatizar o contato com o cliente, gerenciar campanhas de publicidade e organizar produções de vídeos, entre outras funções.

## HUBSPOT CRM

Essa ferramenta da Hubspot é 100% gratuita, nela você pode rastrear todos os empreendedores que você tem contato, rastrear todos os e-mails enviados, organizar a jornada do cliente, agendar e gerenciar tarefas, criando lembretes e relacionando-os com seus contatos, empresas e oportunidades de serviços. Com ela, você gerencia todas as comunicações com clientes em uma caixa de entrada universal. Assim a equipe inteira pode, em um só lugar, visualizar, gerenciar, atribuir e responder a cada conversa de cliente, não importa de qual canal de mensagens ela veio.

O registro de contato de cada cliente é facilmente acessível de dentro da caixa de entrada, assim você tem uma visão totalmente clara de cada interação e do contexto necessário para elaborar a resposta mais útil.

## ZOOM

A Zoom é uma plataforma fácil e confiável para vídeo, voz, compartilhamento de conteúdo e bate-papo. Pode ser utilizada para reuniões entre parceiros de negócios, webinars, treinamentos da equipe, reuniões de feedback e outros formatos, por equipes de suporte, etc. Sendo possível executar transmissões em dispositivos móveis, desktops, telefones e sistemas de salas. Permite interações com filtros, reações, enquetes, mão levantada e compartilhamento de música e vídeo, tornando as reuniões mais divertidas e envolventes.



# A SALA E AS REDES SOCIAIS

As redes sociais devem ser utilizadas, porque além de serem gratuitas, possuem diversas aplicações para a Sala do Empreendedor. Ao abrir um conta nas redes sociais você consegue atribuir todos os serviços em um só local, divulgar o dia a dia das ações, e colocar as atividades e projetos executados por cada sala. Se torna o maior "divulgador" público da Sala do Empreendedor, e traz interação direta com os empresários locais.



## FACEBOOK

É uma das mídias sociais mais utilizadas no Brasil. Oferece as mais completas ferramentas para serviços publicitários: permite segmentar seu público com muita eficiência e assim maximizar o alcance do seu conteúdo. Apesar disso, os índices de engajamento e o alcance orgânico diminuindo têm sido barreiras enfrentadas no relacionamento entre consumidores e marcas.



## YOUTUBE

Hoje ocupa o primeiro lugar no ranking das mídias sociais no Brasil. Um dos motivos é que o vídeo é o tipo de conteúdo preferido da maioria dos usuários. O YouTube é o melhor lugar para conteúdo educacional e inspiracional. Ainda oferece acesso a dados demográficos relacionados ao perfil das pessoas que visualizaram seus vídeos.



## INSTAGRAM

Plataforma ideal para negócios baseados na produção de conteúdo visual, como moda, culinária, arte e turismo. É a rede mais usada pelos influenciadores digitais. Desperta um senso de imediatismo e de comunidade, permitindo interações diretas, rápidas e criativas. Possui o maior índice de engajamento entre as mídias digitais. Faz parte do grupo do Facebook. Permite a criação de call-to-action e acesso a análise de dados da rede.



## WHATSAPP

É a rede social de mensagens instantâneas mais popular entre os brasileiros. Para muitos, o WhatsApp é "a internet". Suas principais funções são: canal de suporte ao cliente; divulgar novos produtos e serviços; contato com os fornecedores; realizar transações comerciais, entre outros. Prefira a criação de listas de transmissão ao invés de grupos, quando for enviar uma comunicação para múltiplos clientes. Recomendamos também o uso do Whatsapp Business, que permite ainda perfil do negócio, localização, catálogo de produtos, automatização de respostas, organização de conversas por grupos e estatísticas.



## LINKEDIN

É a maior mídia social voltada para o universo profissional. Pode ser utilizada para promover produtos e serviços, recrutar funcionários, compartilhar atualizações importantes e úteis sobre o seu negócio, além de permitir a construção e manutenção de grupos e comunidades segmentados.



## EMAIL MARKETING

Empreendedores devem sempre coletar os e-mails de seus clientes para que possam promover seu produto ou serviço, dar descontos, realizar lançamentos, enviar conteúdo relevante e construir sua marca se conectando melhor com o cliente. Suas principais vantagens são o baixo custo na segmentação e personalização e a possibilidade de mensuração de seu resultado. Recomendamos o uso do MailChimp por ser gratuito e de fácil utilização.



## TWITTER

Canal com alta taxa de interatividade. Cerca de 350 mil tweets são publicados por minuto a partir de diferentes lugares do mundo. O Twitter é muito eficiente para melhorar a sua presença de marca e aumentar o tráfego na web. Possui uma alta velocidade de resposta e dá oportunidades para interação com referências do mercado.

# A IMPORTÂNCIA DA REDESIM COMO FERRAMENTA DIGITAL

O empresário não precisa ir a Sala do Empreendedor para realizar serviços, tais como: abertura de empresa, fechamento, alteração, análise de viabilidade, alvará e outros.

O sistema integrador, principal recurso tecnológico da REDESIM é uma ferramenta totalmente online que permite a abertura, fechamento, alteração e legalização de empresas em todas as juntas comerciais do Brasil de forma simplificada e menos burocrática.

Ele também agiliza os procedimentos de emissão do alvará de funcionamento integrando os órgãos fiscalizadores como: Fiscalização de Posturas, Setor de Tributos, Meio Ambiente e Vigilância Sanitária.

A proposta é que o fluxo processual ligados a atividade mercantil na gestão pública esteja 100% integrados, possibilitando uma comunicação ágil entre município, estado e demais órgãos responsáveis pelos procedimentos de regularização dos negócios.

Os órgãos e entidades que compõem o Sistema integrador deverão adotar as seguintes premissas:

- *Compatibilização e Integração de Procedimentos;*
- *Evitar a Duplicidade de Exigências;*
- *Garantir a Linearidade do Processo, da perspectiva do usuário;*
- *Entrada Única de Dados Cadastrais e de Documentos;*
- *Independência das Bases de Dados;*
- *Informação Compartilhada.*

## O que é o REGIN?

O Sistema de Registro Integrado - REGIN é um sistema informatizado com objetivo de desburocratizar os processos de abertura e alteração de empresas, integrando os órgãos públicos envolvidos no Registro de Pessoas Jurídicas (Junta Comercial, Registro Civil das Pessoas Jurídicas, Receita Federal, Secretaria de Fazenda Estadual, Prefeituras).

Saiba mais: <https://portal.jucepe.pe.gov.br/arquivos/integradorestadual>





## A integração da Sala com os demais setores da Prefeitura

### Ações Digitais Internas da Prefeitura para a Sala do Empreendedor

#### PROTOCOLO DIGITAL

Uma ação importante é que a Sala do Empreendedor possua um protocolo digital é que todo o processo seja aberto no espaço.

A ideia é que o empresário não precise ir ao outro lugar para dar entrada na sua documentação interna da prefeitura.

Esta ferramenta deve conter os seguintes elementos:

- Procedimento de abertura de processo administrativo
- Acompanhamento do trâmite
- Envio de dúvidas para o responsável e possibilidade de anexar documentos com prazo de respostas para as demandas

#### SITE DA SALA DO EMPREENDEDOR:

Assim como a tecnologia evolui nos últimos anos, o mesmo pode ser dito em relação às expectativas das pessoas sobre os serviços públicos.

Hoje em dia, é imprescindível prefeitura tenha um portal online que concentra facilidades voltadas aos cidadãos.

No caso do cidadão empreendedor, este fato tem a mesma relevância e necessidade.

O site deve ser criado para simplificar os processos e eliminar obstáculos que dificultam o acesso do empreendedor aos serviços públicos. Os links deverão ser de fácil compreensão e com uma proposta indutiva e educativa para facilitar o acesso.

Considerando o grande uso do celular, o site deve ser acessível de qualquer equipamento. Um design responsivo e que todas as funções funcionem corretamente.

Com a constante mudança das leis, dos procedimentos e demais situações, o site deve ter manutenção/atualização periodicamente e caso haja interação com o empreendedor, a prefeitura deve ter profissionais para alimentar essa interface.



Para aguçar o interesse e já sugerir algumas funcionalidades, seguem algumas sugestões de interface para uma plataforma municipal:



## PRINCIPAIS SERVIÇOS

QUERO EMPREENDER

COMO VENDER PARA  
A PREFEITURA?

CURSOS, TUTORIAIS  
E CONSULTORIAS

PROGRAMAS E  
PROJETOS

ACESSO AO CRÉDITO

EMISSÃO DE NOTA  
FISCAL

PREVIDÊNCIA SOCIAL

IMPOSTOS

PERGUNTAS  
FREQUENTES

É importante que a página inicial dê uma visão global sobre quais são os serviços que o município propõe ofertar.

## PROGRAMAS E PROJETOS



### ACELERA MEI

Texto de descrição do programa ou projeto



### TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Texto de descrição do programa ou projeto



### APOIO A STARTUPS

Texto de descrição do programa ou projeto

## RESPONDA À ENQUETE!

*Sobre qual assunto você gostaria de saber mais?*

- Controle de estoque
- Acesso a crédito
- Marketing Digital

## FALE CONOSCO:

(99) 9999-9999  
[email@sala.com.br](mailto:email@sala.com.br)



**PROGRAMAS E PROJETOS**  
Ter um espaço para inclusão dos programas e projetos que a Sala está implementando uma oportunidade tanto de informar ao empreendedor sobre o que o setor público está desenvolvendo para o empresário naquele momento, quanto também é um espaço de divulgação dos resultados da ação da prefeitura junto aos empresários locais.

## ENQUETES VIRTUAIS

Outra função que pode ser criada no site são as enquetes. Elas têm uma função específica de interagir com o empresário e saber em tempo real a opinião do nosso público-alvo. Podem ser questões relativas à qualidade do serviço ou decisões rápidas que podem ser tomadas a partir da consulta aos empreendedores.

## CONTATOS

É importante que o site informe todos os canais de comunicação, além de um link direto com as redes sociais da Sala.

## TUTORIAIS

Os tutoriais são vídeos e apresentações feitos pela própria prefeitura para apoiar o empreendedor a compreender melhor algum tema. Eles podem ser produzidos periodicamente e podem ser uma excelente fonte de consulta.



## REUNIÕES E PALESTRAS ONLINE

Ter um canal no Youtube ou utilizar o próprio site para fazer transmissão ao vivo com interação dos empreendedores é uma ação muito interessante e promove uma dinâmica interativa junto ao empreendedor.



Os cursos podem ser ministrados pelos técnicos da prefeitura ou convidados e devem sempre abordar um assunto de interesse do empreendedor local.



Vale ressaltar, a Sala do Empreendedor possui um desafio importante. Integrar os elementos digitais já disponíveis, tais como: O sistema integrador estadual, o sistema municipal e os processos gerais de documentos para resposta ou inclusão de processos, como o protocolo, fluxos internos, taxas entre outros elementos.

O Site da Sala é uma proposta que congrega informações para o empresário, serviços para o desenvolvimento dos seus negócios e integra num único local todos os procedimentos necessários para a boa interface entre a gestão pública e o empreendedor.

Não existe um modelo único de proposta. O Município precisa começar com os recursos existentes e ir incluindo novos elementos à medida que o governo for criando serviços e soluções digitais para atendimento às necessidades empresariais.

Uma boa estratégia é fazer parcerias e incluir links de instituições técnicas que poderão incrementar os serviços prestados, tais como cursos de outras instituições, tutoriais de organizações técnicas, como por exemplo a Junta Comercial, informações importantes sobre gestão empresarial, informações sobre compras públicas e até mesmo links e textos interessantes para o empreendedor.

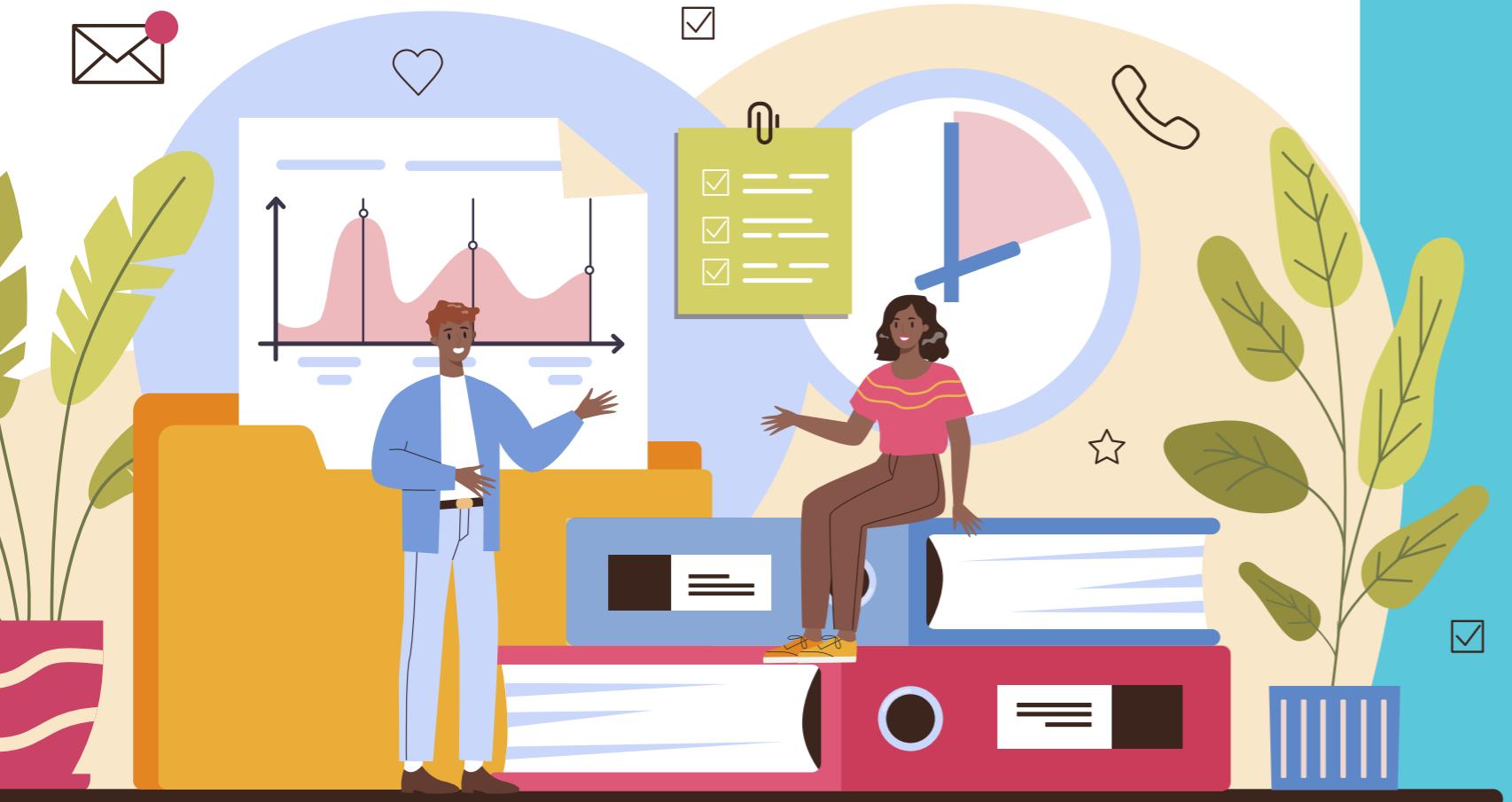
Um outro recurso que pode ser utilizado é a divulgação de notícias e de toda a programação da Sala do Empreendedor.

Sabemos que gerir todas as ferramentas digitais é algo complexo. Demanda pessoas, tecnologia e mão de obra. Todavia, nossa proposta é iniciar um processo de digitalização da Sala do Empreendedor, e para isso é importante que inicie o trabalho com os recursos que estiverem disponíveis em seu município.

Implemente algumas ferramentas, e de acordo com as necessidades do seu espaço vai implementando as demais.

O Município vai perceber que as ferramentas digitais são primordiais para desenvolvimento do espaço e para a melhoria do relacionamento com o cliente, facilitando o dia a dia do empresário, bem como, ajuda a proporcionar o desenvolvimento dos pequenos negócios nos municípios.





## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Sala do Empreendedor vem se consolidando como uma importante estratégia de convergência das políticas públicas. Sua implementação necessita de tempo, interesse das pessoas e, acima de tudo, compreensão de que é necessário uma reestruturação no modo de pensar e agir frente ao serviço oferecido para o empreendedor dentro do município.

Compreender que os pequenos negócios são responsáveis pela maioria dos empregos de carteira assinada, que mais de 99% das empresas urbanas desse país são MPEs, e que, 80% dos empreendimentos rurais são pequenos negócios nos sinaliza a importância de que a promoção desses pequenos negócios também tem uma conexão direta com o desenvolvimento das cidades em que vivemos.

O material aqui apresentado sugere a análise de um conjunto de situações referentes à atuação dos técnicos dentro da Sala do Empreendedor, porém, a experiência nos demonstra que os municípios podem e devem ir mais além nos processos de implementação de suas atividades, associando criatividade, inovação e realidade local.

Espera-se que esse manual seja apenas um fator de motivação e inspiração e que novos modelos de atuação surjam a partir do “fazer” local.

*Uma certeza que compartilhamos com todos os usuários desta ferramenta é a importância do papel da Sala do Empreendedor enquanto processo de modernização no atendimento ao empreendedor local.*

*É imprescindível integrar os setores, envolver as lideranças e criar ações que no dia a dia irão transformar a realidade local.*

Desejamos que todos tenham um bom aproveitamento deste material e estamos cientes de que a oficina que acompanha sua implementação irá contribuir para clarear conceitos e descobrir caminhos para facilitar o trabalho dos técnicos que se dedicam a melhorar o ambiente de negócios nos municípios.

No mais, desejamos uma boa leitura, e confirmamos nossa parceria enquanto especialistas em pequenos negócios.

*Sucesso a todos!*

**Equipe Sebrae Pernambuco**

# REFERÊNCIAS

1. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. *Minuta do Termo de Referência da Sala do Empreendedor.* Brasília: Sebrae, 2014.
2. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. *Manual de Atendimento SEBRAE.* Brasília, SEBRAE, 2015.
3. CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS (CNM) E SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). *Curso avançado de Agente de Desenvolvimento.* Brasília, 2013.
4. BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. *Institui o Estatuto Nacional da Microempresa da Empresa de Pequena Porte.* Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/lcp/lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/lcp/lcp123.htm)> Acessado em 11 de junho de 2018.
5. BRASIL. Lei nº 11.598, de 3 de dezembro de 2007. *Estabelece diretrizes e procedimentos para a simplificação e integração do processo de registro e legalização de empresários e de pessoas jurídicas, cria a Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios – REDESIM.* Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/lei/l11598.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/lei/l11598.htm)> Acessado em 11 de junho de 2018.

# GLOSSÁRIO

<i>MEI – Microempreendedor individual</i>	<i>SEFAZ – Secretaria de Estado da Fazenda do Pernambuco</i>
<i>ME – Microempresa</i>	<i>CRC - Conselho Regional de Contabilidade</i>
<i>EPP – Empresa de Pequeno Porte</i>	<i>ITR – Imposto sobre a propriedade territorial rural</i>
<i>MPE – Micro e pequena empresa</i>	<i>PNAE - Programa Nacional de Alimentação Escolar</i>
<i>DAS – Documento de arrecadação do Simples Nacional</i>	<i>PAA – programa de aquisição de alimentos</i>
<i>DASN – Declaração anual do Simples Nacional do MEI</i>	<i>LC – Lei Complementar</i>
<i>CCMEI – certificado de condição de Microempreendedor Individual</i>	<i>LAB - é um espaço de estímulo à criatividade, à inovação, ao consumo de informações, à geração e novos conhecimentos, ao aprendizado contínuo e às múltiplas conexões nos negócios.</i>
<i>CGSIM – Comitê para gestão da Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios</i>	<i>CO-WORKING – Compartilhamento de espaço e recursos entre empreendedores</i>
<i>REDESIM - Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios</i>	<i>SAS – Sistema de atendimento do SEBRAE</i>
<i>JUCEES – Junta Comercial do Estado do Pernambuco</i>	

## ANOTAÇÕES

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



SEU  
MUNICÍPIO  
+Inovador

