

Guia do Novo Empreendedor

Cleyson Marcos
Andreza Emerick

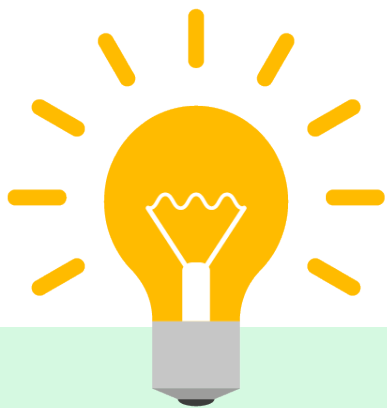
*Saiba o
caminho
certo para
tirar sua ideia
do papel!*



Grantime

DESDE 1994

gestão que valoriza você.



Empreender é um sonho para muitos brasileiros: o de ter sua própria empresa. Além de pesquisar muito o seu segmento, é preciso colocar em prática técnicas de gestão e planejamento, o que certamente suas chances de sucesso aumentam.

Então, se você pensa em abrir seu próprio negócio e não sabe por onde começar, neste guia você encontrará informações para iniciar da maneira certa. É um guia prático para auxiliar novos empreendedores na idealização e na condução do seu negócio. A ideia não é trazer uma fórmula mágica, mas apresentar ações estratégicas simples, que mostram o caminho certo para tirar sua ideia do papel e crescer de maneira sustentável.

Embora seja fundamental a elaboração de um plano de negócio, que é um documento sob medida para sua empresa, **o foco deste guia é esclarecer dúvidas específicas**, permitindo que você vá direto ao ponto, pois ele não o engessa com critérios e pré-requisitos para a análise de um determinado item em detrimento de outro.

SUMÁRIO

Avaliação Financeira	4
Clientes.....	5
Concorrentes.....	6
Controle Financeiro	7
Direitos Trabalhistas	8
Domine	9
Empréstimos.....	10
Fornecedores.....	11
Impostos	12
Investimento.....	13
Licenças de Alvará de Funcionamento	14
Marca	15
Marketing.....	16
Parcerias	17
Ponto Comercial	18
Precificação	19
Produto	20
Tecnologia.....	21
Time.....	22
Vendas.....	23
Tipo de Empresa	24
Contabilidade	26
Sobre os Autores.....	28



AVALIAÇÃO FINANCEIRA

Para atender as exigências natural do mercado, **é necessário utilizar controles e acompanhar continuamente o desempenho do seu negócio.** Essa avaliação pode ser implantada por meio de indicadores de desempenho econômico e financeiro, obtendo resultados reais, para manter os gestores informados e, orientá-los para tomar decisões mais assertivas. Portanto, é fundamental você utilizar as atuais metodologias de avaliação de desempenho econômico-financeiro, seja na construção e na implantação de indicadores, que atendam às necessidades de sua empresa e as condições do mercado. Na hora da avaliação, surge algumas dúvidas: qual o modelo de avaliação de desempenho adequado ao seu negócio? Quais dados devem ser extraídos para ter uma resposta? Qual a periodicidade você precisa analisar? Quem irá implantar e manter funcionando isso na empresa? Com sua atual estrutura, é possível extrair essas informações? Afinal, sem informação correta e contínua, não é possível tomar decisões.

Você pode contar com o acompanhamento adequado de uma Contabilidade Digital e Consultiva, o que lhe permitirá visualizar seus resultados em tempo hábil, com informações precisas, de forma simples e objetiva, e mais, receber essas informações aonde estiver. Dessa maneira, será possível você tomar decisões mais assertivas e não colocar seu negócio em risco.



CLIENTES

Conhecer bem o seu público-alvo é uma das grandes prioridades no seu negócio.

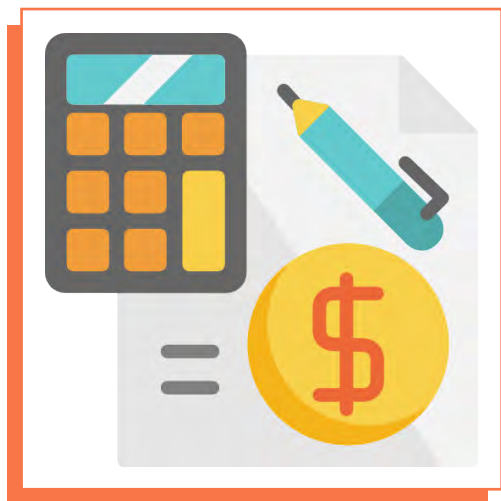
Os produtos e/ou serviços que sua empresa irá vender devem atender as necessidades de seus clientes. Você deve se atentar ao detalhamento de perfil e tipo de seus clientes, se irá atender mulheres, homens, crianças ou idosos, pensar na faixa etária também é uma forma de identificar o seu público correto. Outra estratégia é delimitar as classes econômica pretendidas, que pode ser da classe alta, média ou baixa (A, B, C, D ou E), isso facilitará a comunicação do seu produto, forma de apresentação e precificação. Talvez o seu negócio irá atender só empresas, mas qual o tipo de empresas? – pense nisso. Caso você escolha atender um segmento especial de clientes, isso pode lhe ajudar a traçar estratégias de fidelização e poderá agregar mais valor ao seu produto, devido a sua especialidade de atender determinado nicho de clientes, afinal você tem grandes chances de vender o produto certo para os clientes certos e no momento certo.



CONCORRENTES

Faz parte da rotina de qualquer gestor ficar de olho na concorrência, no entanto, é preciso ter cautela nessa estratégia para não se limitar nessa análise. Veja algumas dicas para driblar a concorrência: **pesquise seus concorrentes, eles devem estar fazendo algo diferente que você**; busque informações em mercados mais experientes; avalie seu pós-venda, você está lançando produtos mais rápido que seus concorrentes? Você realmente conhece a necessidade do mercado? – pergunte ao seu cliente. Mantenha-se atualizado, fique atento as novidades e oportunidades do seu mercado. Mantenha um Networking ativo e seja flexível às mudanças, afinal, será necessário adaptar ou inserir novas práticas de processos e, principalmente preparar sua equipe para enfrentar a concorrência. Então, fica a máxima: – não importa o quanto você combate sua concorrência, mas sim o quanto você aguenta suportá-la e continuar.

CONTROLE FINANCEIRO



O mau uso da Gestão Financeira é motivo do fechamento de muitas empresas. Se você pretende transformar seu negócio saudável financeiramente e mais competitivo, é fundamental implantar e/ou reestruturar o seu controle financeiro. Manter uma Gestão Financeira, que contemple uma série de ações e procedimentos administrativos, vão desde o planejamento, a análise e o controle de tarefas financeiras. Talvez você pense que é só vender e que elas tendem a crescer ao longo do tempo e pronto! Não é bem assim, quanto mais se vende, mais se exige controle. Talvez você já está em atividade, suas vendas vão bem, mas não sobra dinheiro. É possível que, mesmo com disponibilidade de recursos financeiros, você não consegue administrar corretamente sem implantar uma Gestão Financeira adequada. Possivelmente, você deve estar utilizando técnicas inadequadas de administração de caixa. Saiba que não é possível tomar decisões precisas sem ter um Sistema de Controle Financeiro, que identifique: *quanto seus gastos pessoais comprometem o caixa de sua empresa; *quais são as despesas fixas e variáveis; *quais são as maiores despesas; *em que período ocorre suas maiores despesas; *quanto deve ser o seu faturamento para cobrir as despesas; *qual o prazo de recebimento que concede aos seus clientes; *qual o prazo de pagamento de suas despesas e compras; *índice de inadimplência; *analisar o ciclo financeiro; *dar suporte a sua precificação. A implantação de um Sistema de Gestão Financeira, é questão de sobrevivência do seu negócio, isso pode transformar suas rotinas administrativas mais assertivas. Conte com uma Contabilidade Consultiva, que irá lhe ajudar na implantação de um controle financeiro adequado, para tornar o seu negócio mais competitivo com o mínimo de risco possível.



DIREITOS TRABALHISTAS

A complexidade da legislação trabalhista e previdenciária já é bem conhecida. **É notável a dificuldade de alguns gestores em assimilar os direitos dos trabalhadores** e, muito comum, cometerem erros de cálculo, principalmente, em não incluir esses gastos no custo de seus produtos. Para isso, você precisa conhecer todos os direitos e deveres dos seus trabalhadores e elaborar cálculos do custo do funcionário, antes mesmo da efetiva contratação. Algumas ferramentas podem te auxiliar, como: contrato de trabalho, regimento interno e plano de cargos e carreira. Existem profissionais na área de Recursos Humanos que, juntos com uma Contabilidade Consultiva especializada na área trabalhista, irão lhe dar todo o suporte necessário e elaborar esses documentos. Nas pequenas e médias empresas, é possível terceirizar algumas tarefas com uma empresa de contabilidade, tais como: admissão de funcionários, rescisão contratual, cálculo da folha de pagamento, afastamentos por doenças e acidentes, além de outras obrigações que o governo exige. Para garantir tranquilidade e agilidade, tenha ao seu lado uma equipe de especialistas na área trabalhista e previdenciária, o que lhe proporcionará segurança contra ações fiscais e tempo suficiente para você e o seu time atuar em atividades que gerem mais lucro.



DOMINE

O principal é você conhecer realmente o seu negócio.

Alguns empreendedores sonham em transformar suas paixões e hobby no seu negócio principal, não que isso seja uma má ideia, mas tenha cautela, trace um plano de negócios para você não se frustrar com algo que lhe dá prazer e não dinheiro. Procure entender o seu segmento, se está em crescimento em sua região, quem é seu público consumidor, giro do estoque, aceitação, seus principais parceiros, fornecedores e os valores envolvidos. Uma opção é você trabalhar com um Nicho específico, além de criar autoridade no seu negócio, pode ser um grande diferencial competitivo e reduzem as chances do risco do seu negócio. Procure manter-se informado das novas tendências, inovações e transformações. Será que o seu negócio será o mesmo daqui há alguns anos? Tente imaginar quais as possíveis alterações!



EMPRÉSTIMOS

Será que vale a pena pegar um empréstimo para abrir um negócio?

Embora o Governo tenha incentivado o empreendedorismo brasileiro, ainda assim, é difícil a obtenção de crédito para o novo empreendedor devido ao excesso de garantias. No Brasil, as taxas de juros para o novo empreendedor não são atrativas e compromete o seu negócio logo no início. Nesse caso, a expertise do empreendedor conta muito na hora da decisão, uma vez que o uso de técnicas de análise de Administração Financeira e a comparação entre as projeções de crescimento da empresa com a amortização da dívida, auxiliam na hora de decidir pelo empréstimo. Caso as expectativas de retorno supere o risco da dívida, que o resultado do mercado absorva esse período inicial em que deverá ser embutido os juros do empréstimo no custo operacional, pode ser um bom caminho para iniciar de forma consciente. No entanto, é preciso ter cuidados na precificação do seu produto, uma vez que impactará no seu resultado e o seu negócio tende a ser menos competitivo pela absorção deste custo financeiro, logo no início da operação.



FORNECEDORES

O seu desafio está em ter bons produtos que tenham boa aceitação de seus clientes. No entanto, esse esforço é facilitado quando se consegue bons fornecedores, com preços competitivos, entrega no prazo certo e que atendam a sua demanda. A complexidade torna-se ainda maior quando o seu produto final depende de vários fornecedores e, conciliar essa logística é um desafio de todos empreendedores. Sempre tenha um Plano B, um fornecedor substituto em seu cadastro que esteja sempre disponível para lhe atender caso o principal falhe.

Então, nunca fique na mão de um único fornecedor.

Antes mesmo de iniciar seu próprio negócio, pesquise seus possíveis fornecedores, avalie seus critérios de compra em termos de pedido mínimo, preços e prazo de entrega.



IMPOSTOS

Afinal, o que é melhor? Microempreendedor Individual – MEI, Autônomo, Microempresa no Simples Nacional (SN), Lucro Presumido (LP) ou Lucro Real (LR)? Os profissionais liberais, com baixa movimentação financeira e poucos funcionários pode ser mais benéfico ser tributado pelo Carnê Leão, na própria pessoa física. Já o MEI, um profissional autônomo, passa a ter um CNPJ e alcança benefícios e obrigações de uma pessoa jurídica, como: emissão de notas, abertura de conta, obtenção de empréstimo e até registrar 01 funcionário; mas não é qualquer atividade profissional que pode ser um MEI, além disso há limite no faturamento. Já nos demais pequenos negócios, os tipos tributários mais usuais é o SN, que é um sistema unificado de impostos, onde a alíquota aplicada é sobre o faturamento, mas fique atento, uma vez que a alíquota oscila conforme o faturamento e pode ultrapassar até mesmo o LP. Neste último (LP), as alíquotas são fixas e os tributos federais são calculados com base em uma tabela de redução e, indicado para algumas atividades profissionais que impedidas ao SN ou até mesmo àquelas que ficam inviáveis no SN. Já o LR, é possível pagar os impostos com base no lucro líquido da operação, mas tome cuidado, no LP e no LR, os encargos previdenciário sobre a folha de pagamento são bem maiores do que no SN. Portanto, para decidir qual o regime tributário mais adequado ao seu negócio, **o cálculo é realizado a quatro mãos, gestor + contador especialista em seu segmento, aí sim você evita o pagamento desnecessário de impostos.**



INVESTIMENTO

Prepare-se financeiramente. Coloque no papel tudo o que você precisa para iniciar o seu negócio: taxas de legalização, móveis, equipamentos, estoque inicial, marketing, etc.

No entanto, não se trata somente do investimento inicial, é necessário se prevenir com as oscilações do fluxo de caixa, pois no início é comum as vendas serem baixas e é preciso calcular até quando você irá suportar as despesas fixas com as vendas reduzidas. Analise quantas pessoas você irá precisar em seu negócio, qual estoque mínimo e você terá o valor necessários de faturamento para pagar sua despesa fixa. Lembre-se: quanto mais se vende, mais se precisa de capital de giro e, reinvestir no seu negócio pode aumentar as chances de sucesso, portanto, cuidado ao retirar valores do seu caixa desnecessariamente. Uma Contabilidade Consultiva pode lhe ajudar a elaborar controles financeiros, que lhe dê a direção certa para evitar que você se perca nas contas.



LICENÇAS DE ALVARÁ DE FUNCIONAMENTO

Todo estabelecimento deve oficializar seu negócio na sua Prefeitura.

Trata-se de um documento que o autoriza a exercer suas atividades em determinado local, pois não é qualquer local que pode ser instalado o negócio que você pretende.

Para isso, existem alguns tipos de licenças: Vistoria do Corpo de Bombeiros, Ambiental, Sanitária, produtos químicos controlados e até de origem animal. De posse dessas licenças, a Prefeitura local concede o Alvará de Funcionamento. Naturalmente que, exigem certas exigências para cada tipo de licença e todos eles devem ser renovados anualmente. Normalmente, quando há constatação de irregularidade, é concedido um prazo para a devida regularização. Dependendo do tipo de atividade, o estabelecimento que não possui qualquer dessas licenças, corre o risco de ser fechado até que se providencie a regularização, assim como a apreensão de bens, produtos e até o cancelamento do registro profissional. O ideal é você contar com uma Contabilidade Consultiva que lhe oriente os caminhos e encontre os profissionais certos para que você conquiste suas licenças no prazo certo.



MARCA

Diferente do nome empresarial que é a identificação da empresa registrada na Junta Comercial e Receita Federal, **a marca é o que faz com que os clientes conheçam o seu negócio ou os seus produtos.**

Inclusive, uma empresa pode ter várias marcas. Ao ter uma ideia de marca, é preciso também registrá-la no Instituto Nacional da Propriedade Intelectual – INPI, o que garante o uso exclusivo em todo o território nacional e traz valor ao seu produto. Procure registrar sua marca com uma empresa que tenha credibilidade no mercado um bom histórico, a dica é você consultar alguns de seus clientes. Tome cuidado, pois é comum ações processuais junto ao INPI que impeçam o uso de sua marca escolhida, caso não tenha requerido o devido registro.



MARKETING

O papel do marketing não é vender, pelo menos diretamente, mas irá conhecer e entender o seu cliente, para que seu produto seja bem comunicado e tão conhecido, desde a sua idealização até o momento de venda. Para isso, **é preciso definir um marketing estratégico, que irá realmente entender por quais canais seu produto chegará ao mercado e de que maneira ele será promovido.**

Independente do segmento, atualmente, o Marketing Digital está sendo muito utilizado, seja para posicionamento de marca, autoridade em um segmento e até mesmo utilizar os canais das redes sociais para efetivar a venda. Portanto, mantenha seu marketing ativo, para que seu produto seja um dos primeiros a ser lembrado pelo seu público-alvo, quando ele precisar. As ações estratégicas e operacionais de marketing pode ser desenvolvidas por equipe interna ou terceirizada, uma vez que é preciso calcular o custo de folha de pagamento da equipe de marketing em relação aos benefícios de exclusividade total ao seu negócio. No início, é comum terceirizar a criação da identidade visual e o planejamento do marketing estratégico, no entanto, a medida que o seu negócio for crescendo volta aquela premissa da análise do custo-benefício da equipe interna.



PARCERIAS

Se você pretende alcançar objetivos do seu negócio de uma maneira mais rápida é fundamental que você defina alianças estratégicas, em que ambos os lados tenham benefícios, sejam eles pela otimização e economia de escala em que se tenha bons fornecedores para atendimento da demanda e que ambos cresçam. Outra maneira em que acontece a parceria é quando empresas se unem para desenvolver um produto, reduzindo assim os riscos e as incertezas se o projeto fosse realizado por somente uma delas. No seu negócio você pode terceirizar algumas etapas do processo produtivo ou até mesmo alguns serviços relevantes, o que afasta os terceirizados de serem concorrentes, tornando-os parceiros estratégicos por terem mais experiência, reduzir custos de sua estrutura e te permitir crescimento. Para isso, é preciso estabelecer critérios para ter bons parceiros ao seu lado.



PONTO COMERCIAL

Para o varejo e serviços que dependem da circulação de pessoas, o local precisa ser bem avaliado, uma dica é pesquisar quais tipos de segmentos já passaram por ali. Uma opção é se estabelecer em um shopping ou uma galeria comercial, que a movimentação de pessoas é garantida, no entanto, existem gastos que precisam ser calculados.

Tome cuidado na escolha do local e avalie se realmente a visibilidade física irá lhe trazer retorno, é comum as pessoas passarem por frente de lojas e nem olhar para as vitrines, preferem as redes sociais ou buscas pela internet.

Então, o local para o seu segmento pode ser em um bairro ou até mesmo ser desenvolvido em casa, a exemplo do e-commerce, que depende muito do investimento em Marketing Digital, para alcançar o público certo.



PRECIFICAÇÃO

Você precisa entender que a precificação **é um papel fundamental na empresa e deve ser exercido continuamente**, por alguém que tenha conhecimento do seu mercado, por quem conhece o processo produtivo ou do caminho que percorre o produto desde o seu fornecedor até chegá-lo no cliente, pois a cada etapa envolve custos e deve ser considerado na precificação para que o seu negócio se mantenha competitivo. O preço do seu produto deve cobrir seus custos, para que ele realmente seja lucrativo. Manter o equilíbrio entre um preço abaixo do mercado e um preço muito elevado, tem sido um desafio dos gestores, uma vez que existem estratégias na gestão da empresa, que fogem um pouco de qualquer método de precificação, seja no lançamento de um produto, em que o preço normalmente é reduzido ou quando há escassez, em que é vendido por um preço maior. Independente disso, o importante é você encontrar um método, seja ele pela margem de contribuição, mark-up, pesquisa de preços ou uma fórmula baseada no lucro desejado. Se você não tem essa experiência tenha ao seu lado alguém com expertise ou terceirize essa tarefa. Uma Contabilidade Consultiva especializada em seu mercado irá lhe ajudar com os atuais métodos de precificação.



PRODUTO

A escolha de produtos é fundamental e pode ser o resultado do sucesso do seu negócio ou o fracasso.

Cuidado com produtos que não demandam giro de consumo, eles podem ser um erro. Alguns produtos demandam mais consumo em estações específicas, dê preferência àqueles que se mantêm em qualquer época do ano, aqueles que realmente giram, mas é preciso calcular, pois o grande giro em períodos específicos pode ser muito compensador. As inovações estão em alta, você até pode trabalhar com um produto que seja uma novidade, mas tenha sempre um Plano B, pois logo esse produto pode diminuir a demanda ou cair em desuso. Procure entender se realmente o mais atrativo de seu negócio é o produto, pois outros fatores podem influenciar na atração do cliente, como: localização, preço, atendimento, etc. Então, pesquise: pergunte aos seus clientes. Muito embora, alguns modelos de negócios são baseados no serviço de entrega ou acesso facilitado, a atenção aos seus produtos jamais devem ser dispensada.



TECNOLOGIA

O uso de ferramentas digitais tem sido fundamental para o crescimento das empresas. Um dos benefícios é agilizar as rotinas administrativas, etapas produtivas, logística, vendas, entre outros processos, que melhoram a produtividade da empresa.

A ideia é tornar a empresa mais eficiente e competitiva, com a redução de desperdício de tempo, materiais envolvidos e até mesmo a eliminação de retrabalhos e erros.

Uma empresa que faz o uso contínuo da tecnologia retém talentos e promove uma boa interação com os clientes, uma vez que a diversidade e facilidade de acesso aos softwares e aplicativos, tem atraído uma nova geração que se relaciona muito mais fácil com as ferramentas digitais, seja para realizar reuniões, treinamentos, compras, vendas, suportes, entre outras interações.



TIME

Todo dono de empresa se esforça para ter um time engajado e fiel ao seu negócio.

Para isso, é preciso que o gestor entenda que isso é fundamental e pode gerar muitos benefícios para o seu negócio. Então, realize ações que melhore o clima organizacional; desenvolva um programa de integração, desde o início da entrada do novo colaborador na organização. Que tal deixar claro que ele pode crescer na empresa, então, já pense na elaboração de um Plano de Carreira. Dê feedback do desenvolvimento do colaborador, para isso, é fundamental criar um programa de avaliação de desempenho. Valorize-os também com treinamentos e comemore as conquistas em conjunto. O empoderamento é importante, então dê liberdade para dar ideias, evite atividades repetitivas e lance desafios, com isso você irá fidelizar seus talentos e melhorar o resultado do seu time e, conseqüentemente, da sua empresa.



VENDAS

Um resultado favorável nas ações comerciais é imprescindível para levar uma empresa ao sucesso. Afinal, sem vendas qualquer negócio deixa de existir.

Não adianta ter uma boa ideia, um bom produto e não conseguir transformar esse produto em recursos financeiros.

Isso só acontece se você ter um bom planejamento de vendas, definir os canais de distribuição dos seus produtos e, principalmente, capacitar seu time para que tenham habilidades suficientes, que vistam a camisa em prol dos objetivos e atinjam as metas estabelecidas pela empresa. Para isso, é fundamental estruturar um processo de vendas, o que reduzirá desperdício de tempo dos envolvidos e dá mais velocidade no volume de vendas. Além do aumento do volume de vendas, o planejamento de vendas, pode estabelecer ações como: inserção de novos produtos, aumentar a margem de lucro, aumento do Market Share, que é grau de participação da sua empresa no seu mercado e o próprio aumento no número de clientes.

TIPO DE EMPRESA

Além da atividade de Microempreendedor, citado no tópico de IMPOSTOS, neste guia são apresentados os principais tipos jurídicos mais utilizados nas pequenas empresas, que poderá ser:

» Empresário Individual (EI)

É o tipo jurídico em que o próprio empreendedor tornar-se uma pessoa jurídica (PJ). Nesse modelo, não há distinção entre os bens que pertencem ao empreendedor e os bens da PJ, todos fazem parte do mesmo patrimônio, assim como as responsabilidades sobre as dívidas que também se comunicam.

» Empresário Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI)

Nesse tipo jurídico, há necessidade de comprovação de 100 salários mínimos para o capital social inicial, o que servirá de garantia aos credores da empresa, pois os bens do empreendedor que tem uma EIRELI, não são garantia sobre as dívidas e vice-versa, pois não se comunicam.

» Sociedade Limitada (LTDA)

Esse tipo jurídico é utilizado quando a abertura de uma empresa possui dois ou mais sócios. Nesse modelo, não há necessidade de capital mínimo inicial e, cada sócio responsabiliza-se pelas dívidas conforme a proporção de sua participação societária, limitado ao capital.

» Sociedade Limitada Unipessoal

Criada pela MP 881/2019 da Liberdade Econômica, esse novo tipo jurídico facilita o empreendedor que deseja abrir uma empresa sozinho, preservando os seus bens particulares e sem a necessidade de ter a comprovação de capital mínimo.

Uma Contabilidade Digital e Consultiva, que seja especializada em Legalização de Empresas, irá analisar seu caso e lhe propor a opção mais adequada ao seu negócio.



CONTABILIDADE DIGITAL E CONSULTIVA



Ao registrar uma empresa você precisa cumprir algumas exigências da legislação fiscal, previdenciária e trabalhista, seja no pagamento

de impostos e também outras obrigações acessórias exigidas pelo fisco, que normalmente tem prazos para o cumprimento sob pena de multas punitivas. Nas pequenas e médias empresas, fica inviável manter uma estrutura própria para atender toda essa complexidade, que é o sistema tributário brasileiro. Portanto, é muito comum ser terceirizado essa atividade de análise, orientação e controle de todas as exigências fiscais, previdenciárias e trabalhistas, uma vez que **ao contratar uma Contabilidade Digital e Consultiva, que tenha especialidade necessária ao seu negócio, além de te ajudar no seu crescimento, por estar atualizada e familiarizada com as novas tecnologias, te auxilia para evitar a atuação do fisco e te monitora na prevenção de erros.**

No Brasil, é muito comum as pessoas identificarem oportunidades e transformá-las em negócios, no entanto, infelizmente, é muito mais comum as empresas **falirem logo nos primeiros anos**, por falta de gestão. Nesse material você encontrou sugestões do que fazer para tornar a sua ideia em um **negócio de sucesso**. Portanto, **tenha atitude**, não basta saber, é preciso fazer. Seus produtos não tem boca e nem andam, eles precisam de você para serem transformados em dinheiro. Saiba que você trabalhará mais de quando era empregado. Tenha presença constante em seu negócio. No início, ser dono é cansativo e você deve se preparar para o incerto. **Evite tomar a decisão errada**, pois além de você precisar conhecer de gestão, é fundamental ser acompanhado de pessoas que saibam colocar em prática as melhores técnicas e ferramentas para gerir o seu negócio. É um privilégio você poder contar com uma **Contabilidade Digital e Consultiva**, que lhe ajude a crescer e acompanhe seus resultados em tempo hábil, com informações precisas, de forma simples e objetiva e recebê-las aonde você estiver, isso aumenta as chances do seu **crescimento e reduzem o risco** em seu negócio.



SOBRE OS AUTORES



Cleyson Marcos

Mestrado em Ciências Contábeis; MBA em Gerência Contábil, Perícia, Auditoria e Controladoria; MBA em Executivo em Liderança e Gestão Empresarial; Bacharel em Ciências Contábeis; Técnico em Contabilidade. Empresário Contábil há 25 anos, com habilitação plena de Contador. Palestrante e Professor Universitário no Curso de Ciências Contábeis e Administração. Atua como Consultor Empresarial, com ênfase em Gestão de Negócios, Gestão Financeira e Gestão Tributária.



Andreza Emerick

MBA em Executivo em Liderança e Gestão Empresarial; Especialização em Direito Previdenciário e Trabalhista; Bacharel em Ciências Contábeis; Técnico em Contabilidade. Empresária Contábil há 25 anos. Atua como Consultora Empresarial, com ênfase em Gestão Financeira, Gestão de Pessoas e Gestão de Processos.



contato@grantime.com.br



(48) 98453-1227



[@grantimeoficial](https://www.instagram.com/grantimeoficial)

www.grantime.com.br

The logo for Grantime, featuring the word "Grantime" in a large, bold, sans-serif font. The "Grant" part is green, and the "ime" part is black. A green clock face is superimposed over the "ime" part, with two hands pointing to approximately 1:50.

Grantime

DESDE 1994

gestão que valoriza você.