

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS
MESTRADO EM INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS

ERITON TOLEDO ARCAIN

**DESENVOLVIMENTO E IMPLEMENTAÇÃO DE UMA PLATAFORMA
DE SIMULAÇÃO TRIBUTÁRIA E APLICATIVO PARA
MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS**

CAMPO MOURÃO

2020

ERITON TOLEDO ARCAIN

**DESENVOLVIMENTO E IMPLEMENTAÇÃO DE UMA PLATAFORMA
DE SIMULAÇÃO TRIBUTÁRIA E APLICATIVO PARA
MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS**

**Development and implementation of a tax simulation platform and
application for individual micro entrepreneurs**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre em Inovações Tecnológicas da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Orientador: Genilson Valotto Patuzzo.

CAMPO MOURÃO

2020



[4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Esta licença permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho para fins não comerciais, desde que atribuam o devido crédito e que licenciem as novas criações sob termos idênticos. Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.



**Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Câmpus Campo Mourão**



ERITON TOLEDO ARCAIN

DESENVOLVIMENTO E IMPLEMENTAÇÃO DE UMA PLATAFORMA DE SIMULAÇÃO TRIBUTÁRIA E APLICATIVO PARA MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS.

Trabalho de pesquisa de mestrado apresentado como requisito para obtenção do título de Mestre Em Inovações Tecnológicas da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Área de concentração: Inovações Tecnológicas.

Data de aprovação: 30 de Novembro de 2020

Prof Genilson Valotto Patuzzo, Doutorado - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof.a Flavia Aparecida Reitz Cardoso, Doutorado - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof Marcos Junio Ferreira De Jesus, Doutorado - Universidade Estadual do Paraná (Unespar)

Documento gerado pelo Sistema Acadêmico da UTFPR a partir dos dados da Ata de Defesa em 14/12/2020.

AGRADECIMENTOS

Ao GRANDE ARQUITETO DO UNIVERSO que é DEUS pelo dom da vida e motivo maior de minha existência, sem seu amor eu não seria nada.

A meus pais Arcain e Cleire, pela criação digna e honrosa, ensinamentos, conselhos, correções e direcionamento.

A minha esposa e amada Adriana, maior incentivadora deste projeto de vida, por seu amor, carinho, respeito, compreensão, paciência, atitude e por estar sempre ao meu lado em todos os momentos, por acreditar como ninguém em meu potencial e fazer-me sentir-me capaz.

Aos meus filhos João Vitor e Ana Luiza, presentes de DEUS e meus motivos de exemplo e luta.

Obrigado a meu Cunhado Eduardo pela ajuda e a minha Irmã Evelin, pela orientação, direcionamentos e paciência. Principalmente por ter me ajudado no meu trabalho. Agradeço meu Irmão Erico pelo seu apoio, nessa jornada acadêmica.

Ao meu professor orientador Dr. Genilson Valotto Patuzzo, um dos seres humanos mais dignos que conheci, pela dedicação, respeito e profissionalismo na ajuda da elaboração e conclusão deste trabalho.

Agradeço imensamente aos professores Dr. Wyrllen Everson de Sousa, Dra. Flávia Aparecida Reitz Cardoso e Dr. Roberto Ribeiro Neli.

Agradeço à UTFPR Campo Mourão e toda coordenação do Programa de Pós-Graduação em Inovações Tecnológicas.

Aos professores membros da banca que com seus grandes conhecimentos contribuíram positivamente para a aprovação deste trabalho.

E a todos os meus familiares e amigos que de alguma forma contribuíram para esta vitória.

Escolha uma ideia. Faça dessa ideia a sua vida. Pense nela, sonhe com ela, viva pensando nela. Deixe cérebro, músculos, nervos, todas as partes do seu corpo serem preenchidas com essa ideia. Esse é o caminho para o sucesso.

(Swami Vivekananda)

RESUMO

A inovação tem representado um importante papel na continuação de esforços das empresas para tornarem os seus processos mais ágeis e produtivos, sendo um recurso valioso que precisa ser gerenciado pela organização para obtenção de benefícios operacionais e estratégicos. Por sua vez, o empreendedorismo no Brasil vem se tornando uma ferramenta fundamental para o crescimento do país, seja criando novas possibilidades, seja aperfeiçoando as já existentes. A necessidade em conhecimento tributário tornou-se um recurso valioso pelas empresas brasileiras, pois trata-se de um sistema complexo, que apresenta basicamente três formas de enquadramento fiscal: o Simples Nacional, o Lucro Real e o Lucro Presumido e precisa ser administrado pela organização, para obtenção de benefícios operacionais e estratégicos, buscando aumentar a competitividade. Outro ponto é o crescimento de empreendedores pelo sistema MEI - Microempreendedor Individual, que pela oportunidade ou necessidade, são desafiados por um cenário muitas vezes desconhecido criando necessidade de organização e gestão. O objetivo do presente trabalho foi propor a “EMPRESA S”, uma ideia empreendedora criada no modelo de *startup*, que vem ao mercado com dois produtos. O primeiro uma plataforma digital de acesso imediato onde o interessado pode buscar informações quanto ao regime de tributação e valores de tributos. Com ela é possível verificar qual melhor regime entre os três ofertados: Simples Nacional, o Lucro Real e o Lucro Presumido. E o segundo, um aplicativo organizacional ao MEI - Microempreendedor Individual, que poderá gerenciar contas a pagar e receber, emissão de nota fiscal, entre outras funções com previsão de implantação ao mercado em janeiro de 2021. A calculadora se apresentou com uma grande possibilidade de sucesso em função da pesquisa de validação que demonstrou que 80% dos empresários que usaram estariam dispostos a pagar para ter acesso aos cálculos.

Palavras-chave: Sistema tributário nacional. Inovação. MEI. Empreendedorismo.

ABSTRACT

Innovation has played an important role in the continuation of efforts by the companies to make their processes more agile and productive, being a valuable resource that needs to be managed by the organization to obtain operational and strategic benefits. On one hand, entrepreneurship in Brazil has become a fundamental tool for the growth of the country, by creating new possibilities and by improving existing ones. The necessity for tax knowledge has become a valuable resource for the Brazilian companies, because it is a complex system, which basically presents three forms of tax framework: the Simples Nacional, the Real Lucro and the Lucro Presumido and it does need to be managed by the organization to obtain operational and strategic benefits, seeking to increase the competitiveness. Another point is the growth of entrepreneurs through the MEI - Microentrepreneur Individual system, that by necessity or by opportunity, have been challenged by an often unknown scenario creating necessity for organization and management. The objective of the current work is to propose to the "COMPANIE S" an entrepreneurial idea created on a startup model, which comes to the market with two products, the first being a digital platform with immediate access, where the interested party can seek information on the tax regime and on the tax amounts, enabling them to verify which is the best regime among the three offered, the Simples Nacional, the Lucro Real and the Lucro Presumido, presenting itself with great possibility of success taking in consideration that in a validation research it has shown that 80% of the entrepreneurs who used the tool, would consider to pay to have access to these calculations, and the second product is an organizational application to MEI - Individual Micro Entrepreneur, who will be able to manage accounts payable and receivable, issuance of invoices, among other functions that are expected to be on the market in January 2021.

Keywords: National tax system. Innovation. MEI. Entrepreneurship.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Quantidade de crescimento do MEIs	14
Figura 2 - Tipos de inovação	17
Figura 3 - Business Model Canvas e suas interações.....	21
Figura 4 - Categorias definidas dos nove blocos de desenvoltura de valor.....	22
Figura 5 - Matriz SWOT	24
Figura 6 - Canvas da empresa “EMPRESA S”	42
Figura 7 - Fontes de receita através de atribuição de valor	45
Figura 8 - Matriz SWOT da “EMPRESA S”	50
Figura 9 - Primeiro protótipo em planilha de cálculos.....	53
Figura 10 - Tabelas individualizadas de comparativo de regime.....	53
Figura 11 - Segundo protótipo em fórmulas da planilha - parte 1.....	54
Figura 12 - Tabelas individualizadas de gráfico comparativo	55
Figura 13 - Modelo final.....	56
Figura 14 - Pesquisa do produto calculadora tributária de simulação de regimes	57
Figura 15 - Perguntas do questionário	58
Figura 16 - Perguntas do questionário	59
Figura 17 - Perguntas do questionário	60
Figura 18 - Perguntas do questionário	60
Figura 19 - Perguntas do questionário	61
Figura 20 - Perguntas do questionário	62
Figura 21 - Tela inicial do aplicativo	63
Figura 22 - Tela secundária do aplicativo.....	64
Figura 23 - Tela cliente do aplicativo	65

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
2.3 Inovação	15
2.4 <i>Startup</i>	19
2.5 A Modelagem de Negócio	20
2.6 Administração Estratégica e Análise <i>SWOT</i>	23
2.7 Sistema Tributário	25
2.7.1 Regimes de Tributação - Simples Nacional	28
2.7.2 Lucro Real	30
2.7.3 Lucro Presumido	34
3 METODOLOGIA	37
4 RESULTADOS E DICUSSÃO	40
4.1 Desenvolvimento da “EMPRESA S”	40
4.2 Aplicação do <i>Business Model Canvas</i>	41
4.2.1 Segmentação de Clientes	42
4.2.2 Proposta de Valor	43
4.2.3 Canais	44
4.2.4 Relacionamento com Clientes	44
4.2.5 Fontes de Receitas	45
4.2.6 Recursos Principais	46
4.2.7 Atividade Principal	47
4.2.8 Parcerias Chaves	48
4.2.9 Estrutura de Custos	48
4.3 Análise <i>SWOT</i> da “EMPRESA S”	49
4.4 Apresentação dos Produtos e Fases de Desenvolvimento	51
4.4.1 Descrição do Produto Calculadora Tributária de Simulação de Regimes	51
4.4.2 O Protótipo	51
4.4.3 O Primeiro Protótipo	52
4.4.4 O Segundo Protótipo	54
4.4.5 O Produto Final	55
4.4.6 Validação do Produto	57
4.5 Descrição do Produto Aplicativo para o MEI	63
4.5.1 O Aplicativo Desenvolvido e suas Funcionalidades	63
4.5.2 Validação do Produto	65
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é uma necessidade, para qualquer forma de organização, principalmente devido à competição cada vez mais acirrada pelas empresas em todos os segmentos. O empreendedor é um agente de mudança essencial porque ele desenvolve ou adota novas tecnologias que substituem as tecnologias antigas em seus negócios, aumentando assim a eficiência e a produtividade (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011).

A partir de 1990 o Brasil foi caracterizado pelo crescimento explosivo do movimento empreendedor, cuja principal razão se deu por uma economia mais aberta, regulamentada, privatizada e políticas econômicas que controlam o processo inflacionário. Estas políticas abriram as portas para o país importar produtos estrangeiros visando aumentar a concorrência, e modernizar as plantas industriais (GALESNE; FENSTERSEIFER; LAMB, 1999).

Com isso é possível verificar que empreendedores precisam não apenas da capacidade de inovar, criar e conceituar, mas também da capacidade de entender todas as forças que trabalham no ambiente, em principal a tributária, que apresenta um impacto direto nas organizações (MENDES, 2009).

A falta de conhecimento do Sistema Tributário Nacional pode ser o divisor de águas entre um empreendedorismo seguro e viável, para um fracassado ao risco de não sobrevivência. A previsão de tributos representa um elevado percentual de custos, e determina a estratégia dos negócios e a viabilidade ou não de determinado empreendimento, significando, em última análise, a possibilidade de êxito ou fracasso (SCHOUERI, 2003).

Além de suas características próprias, o tributo, apresenta outra feição peculiar. Na medida em que onera certas atividades ou pessoas, o tributo pode causar interferências no regime de competição entre as empresas (GRECO, 2004).

A gestão tributária torna possível a redução de custos tributários para as empresas, por meio do qual a entidade terá um custo competitivo. As empresas já trabalham de forma enxuta em relação aos custos, porém nota-se que os gastos tributários continuam obscuros devido aos empresários não possuírem conhecimento

sobre o assunto, aceitando apenas as orientações do contador, sem haver, muitas vezes, questionamentos (ALMEIDA *et al.*, 2015).

Atualmente no Brasil a carga tributária tem se mostrado muito elevada, e o regime utilizado como um divisor na sobrevivência das organizações brasileiras. Diante dos argumentos apresentados e buscando colaborar na tomada de decisão e organização da gestão das empresas, o presente trabalho objetivou idealizar o desenvolvimento e implementação de uma plataforma de simulação tributária, e um aplicativo para microempreendedores individuais. Neste contexto, será explorada especificamente a visão do empreendedorismo relacionado com a inovação e as formas de ligar estes dois temas ao movimento global recente: o surgimento de empresas emergentes.

Portanto, o desafio é analisar e organizar os objetivos anteriormente propostos, que é identificar as oportunidades do negócio, buscando caracterizar o empreendimento em estudo, analisando os aspectos mercadológicos e apresentar métodos para a comercialização dos produtos, e com isso conseguir definir os aspectos organizacionais e técnicos relativos à estrutura geral do empreendimento.

Assim a criação de um novo produto ou serviço dentro de uma empresa nova do tipo *startup*, é a principal motivação para este trabalho. Considerando que foi sanada a necessidade de flexibilidade, além dos recursos e da informalidade, características extraordinárias de novas empresas, esse processo de atuação ímpar trará contribuições relevantes para o trabalho.

Ao final da pesquisa se criou a “EMPRESA S”, uma *startup* baseada nas premissas do empreendedorismo com soluções tributárias a fim de permitir uma análise precisa da real situação da empresa em relação ao regime de enquadramento tributário, além de outras soluções organizacionais de gestão incluindo um aplicativo para microempreendedor individual.

Adiantado a esse processo a empresa já fez pesquisa de aceitação de um dos produtos, a calculadora, que resultou em uma aceitação final de 80% dos empresários que participaram da pesquisa estariam dispostos a pagar por esse serviço.

Já o outro produto, o aplicativo, voltando a microempreendedor individual, teve sua implantação ao mercado alterado devido a problemas resultantes de seu desenvolvimento de molde final. A previsão ficou definida para Janeiro de 2021.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O Empreendedor

Muito ainda se confunde empreendedor com a figura do empresário, que são figuras distintas. A definição da palavra empreendedor origina-se da palavra *entrepreneur* que é francesa, literalmente traduzida, e significa “aquele que está entre ou intermediário” Esta definição somente literária da palavra não era definitiva, pois não deixava muito claro seu significado para o mercado, nem mesmo para evolução dos negócios (HISRICH; PETERS, 2004).

Então, pelos pensamentos do escritor Richard Cantillon, diante de um fracasso ocorrido no ano de 1700, onde um francês chamado Joh'n Law serviu de inspiração, surgiu a definição de empreendedor como alguém que corria muitos riscos (CANTILLON, 2002). Esta definição histórica só foi possível dada à tentativa de Joh'n Law em aumentar o valor das ações da empresa para mais que o seu patrimônio, reiterando que o empreendedor era alguém que corria riscos (BURR; IRWIN, 1985).

Aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes. Também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem pode ser considerado um empreendedor (LUECKE, 2007).

Ele é o intermediário entre todas as classes de produtores e entre estes e os consumidores. Administra a tarefa de produção e constitui o centro de várias relações. Aproveita-se do que os outros sabem e do que ignoram, bem como de todas as vantagens acidentais da produção. É por isto que é nesta categoria de produtores, quando os acontecimentos favorecem suas habilidades, que se adquirem quase todas as grandes fortunas (SAY, 1986).

Gerber (1992) define empreendedor como alguém visionário que trabalha, muito bem com as incertezas.

O empreendedor vive no futuro, nunca no passado, raramente no presente. É mais feliz quando livre para construir imagens de “e se” e de “e quando”. O empreendedor é a personalidade criativa, sempre lidando melhor com o desconhecido, perscrutando o futuro, transformando possibilidades em probabilidades, caos em harmonia (GERBER, 1992, p. 22).

De um modo geral, pode-se dizer que o empreendedorismo é a busca da oportunidade além dos recursos controlados, e que pode ser uma busca também por necessidade. Por necessidade, criam-se negócios por não haver outra alternativa e, por oportunidade, pela descoberta de uma oportunidade de negócio lucrativa (CHIAVENATO, 2012).

O empreendedor pode ser caracterizado como aquele que possui ideias e as transforma em novas oportunidades, buscando melhorias de algo já existente ou novo, mas almejando sempre o sucesso. Na sociedade, o empreendedorismo tornou-se também uma atividade associada à alta estima, e os empreendedores são elogiados por suas contribuições a sociedade, como por exemplo, na criação de empregos, na competição saudável, no crescimento econômico, na inovação de produtos e/ou serviços, e na promoção de uma sociedade "inclusiva" desenvolvendo oportunidades para pessoas que têm dificuldades em encontrar um trabalho (BLOCK; FISCH; PRAAG, 2017).

A maioria dos governos em países desenvolvidos gastam quantias significativas para estimular o empreendedorismo (ACS *et al.*, 2016, SHANE, 2009;). Políticas de promoção do empreendedorismo geralmente abordam temas relacionados a educação financeira, a finanças, a facilidades de transferência de negócios, a autoestima e autoconhecimento, entre outros (BLOCK; FISCH; PRAAG, 2017).

Entretanto, todo novo desafio de transformar o inexistente em existente requer a busca por conhecimento, e estudo aprofundado do mercado para minimizar as incertezas que as novas transformações empreendedoras podem gerar.

Para Bernardi (2015) o custo Brasil é apontado como principal causa da perda de competitividade da indústria brasileira. Empreender no Brasil é um desafio redobrado se comparado a outras nações. Muitas são as possibilidades de sucesso e fracasso de uma nova medida empreendedora, entretanto, a que se refere aos impostos cobrados tem se destacado como uma das principais por proporcionar a desmotivação de alguns empreendedores que desistem da ideia do investimento por acharem este fator uma dificuldade e um grande empecilho para o sucesso (DEGEN, 2009).

Altas e constantes taxas de empreendedorismo em relação aos outros países pesquisados; o governo brasileiro, ao mesmo tempo em que apoia atividade com políticas públicas, dificulta o empreendedorismo com entraves tributários; e apesar de apresentar altas taxas de empreendedorismo, a atividade no Brasil se caracteriza por ter baixo índice de inovação (GEM, 2013 *apud* NOGAMI; MEDEIROS; FAIA, 2014, p. 31).

Neste contexto segue-se com definições e conceitos julgados adequados para que se tenha uma elucidação da tipologia capaz de esclarecer de forma simples os regimes tributários existentes e relacioná-los à criação da “EMPRESA S” e apresentar os produtos por esta desenvolvidos.

2.2 Microempreendedor Individual - MEI

Uma das figuras que cresce em grande escala no Brasil em decorrência do momento de oportunidades criado é do Microempreendedor Individual (MEI). Conceituado no passado pensando no pequeno empresário, tinha essa nomenclatura dificultada pois não definia muito sua missão nem sua importância para o desenvolvimento econômico na figura do empreendedor transformador de mudança social. Neste caso, a figura do empreendedor pode ser considerada como alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade (DOLABELA, 2003).

Esta oportunidade criada apresentou um grande potencial de crescimento ao desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil, formalizado pela Lei Complementar 128/2008, mais conhecida como Lei do MEI. Representou um grande avanço para a regularização das atividades de milhões de brasileiros que antes não tinham esta oportunidade, incentivando-os a empreender e sair da situação de informalidade que, como reflexo, apresentaria o crescimento da economia, no entanto, se faz necessário que a atividade seja estruturada, como forma de garantir seu crescimento.

Empreender é um processo humano, com toda a carga que isso representa: ações dominadas por emoção, desejos, sonhos, valores, ousadia de enfrentar as incertezas e de construir a partir da ambiguidade e no indefinido; consciência da inevitabilidade do erro em caminhos não percorridos; rebeldia e inconformismo; crença na capacidade de mudar o mundo; indignação diante de iniquidades sociais. Empreender é, principalmente, um processo de construção do futuro (DOLABELA, 2003, p. 29).

O sucesso do empreendedor significa participar de um processo criativo disruptivo. Ele tenta interromper o processo de produção atual e a dinâmica competitiva (geralmente centrada nos custos) e lançar novos produtos, novos arranjos de distribuição e novas ideias para comunicação e posicionamento, geralmente em risco e de tamanha incerteza (MENDES, 2009).

Nessa linha de pensamento o produto ofertado ao Microempreendedor Individual, que garanta seu crescimento e sua participação em um cenário de crescimento econômico, pode representar um grande diferencial a quem oferta a solução e que usa a solução. Isso se consuma quando da pesquisa para o desenvolvimento do empreendedorismo focada em produtos tem-se o MEI como um grande potencial de clientes. Segundo o Portal do Empreendedor (2020), o Brasil ultrapassou a marca de 10 milhões de MEIs (microempreendedores individuais), em 25 de abril 2020 como pode ser observado na Figura 1.

Figura 1 - Quantidade de crescimento do MEIs



Fonte: <https://www.poder360.com.br/>.

Direcionar produtos para esta fatia de mercado apresenta ser uma grande oportunidade, uma vez que a relação de organização administrativa pode ser um diferencial entre ter sucesso no empreendedorismo. E o constante crescimento tem suas vantagens, como facilitação da abertura da empresa que é realizada no Portal do Empreendedor. No entanto, somente a abertura não é suficiente para a formalização do empreendimento, mas sim a necessidade de conhecimento sobre a legislação tributária, entre outras, seja no âmbito municipal, estadual e federal. Por fim, talvez o ponto mais delicado, que é o conhecimento gerencial onde se tem contas a pagar e receber, emitir nota fiscal e emitir orçamento, ou seja, a organização enquanto empresa.

Da forma como se encontra, os benefícios para a sociedade com o crescimento do MEI serão econômicos; desenvolvimento regional e local; registro no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ); possibilidade de crescimento em um ambiente seguro; geração de renda; redução da burocracia; acesso a novos mercados; melhoria de desempenho dos empreendimentos; incremento do lucro; melhora na negociação com fornecedores; e inclusão social, com benefícios previdenciários (TONDOLO, 2018).

2.3 Inovação

A ciência está intimamente ligada ao conhecimento dos fenômenos e a comprovação de teorias. A tecnologia está associada a impactos socioeconômicos sobre uma comunidade, resultante da aplicação de novos materiais, novos processos de fabricação, novos métodos e novos produtos nos meios de produção. A inovação, por sua vez, aparece ligada a fatores comerciais e econômicos. Para que uma tecnologia criada seja transformada em inovação, esta tecnologia deve ser produzida pelos agentes econômicos (as empresas), disponibilizada para a sociedade e aceita por esta (REIS, 2004).

A inovação é afetada pelo empreendedorismo, e/ou vice-versa, pois a inovação por sua vez, afeta principalmente os resultados do empreendedorismo e o acesso a recursos críticos (ACS *et al.* 2009). O crescimento econômico e o empreendedorismo também estão inter-relacionados, assim como a inovação e os resultados econômicos

(AUDRETSCH; LEHMANN 2013). Em estudo mostrou uma correlação positiva entre a atividade empreendedora e a capacidade inovadora nos países desenvolvidos. Isso sugere que, aumentando o nível de atividade empreendedora, os países desenvolvidos podem melhorar sua capacidade de produzir um fluxo de inovações comercialmente relevantes (WENNEKERS *et al.* 2005). Além disso, uma maior inovação pode levar a uma maior produtividade em uma região através, por exemplo, de inovações de processos e repercussões de conhecimento (HENDERSON; WEILER 2009).

O conceito de inovação é bastante variado e depende, principalmente, da sua aplicação. Para Tigre (2006), inovação é a exploração com sucesso de novas ideias. Dentre as várias possibilidades de inovar, aquelas que se referem a inovações de produto ou de processo são conhecidas como inovações tecnológicas (AUDY, 2016).

A inovação de um produto (ou serviço) no mercado ou de um processo, método ou sistema na organização pode ser de algo que até então não existia ou que contém alguma característica nova e diferente do padrão em vigor. Para ser inovação é preciso implementação e obtenção de vantagem em relação aos demais competidores no mercado (CARVALHO; REIS; CAVALCANTE, 2011).

As inovações no sistema econômico não aparecem, via de regra, de tal maneira que primeiramente as novas necessidades surgem espontaneamente nos consumidores e então o aparato produtivo se modifica sob sua pressão. Entretanto, é o produtor, via de regra, que inicia a mudança econômica, e os consumidores são educados por ele, se necessário; são por assim dizer, ensinados a querer coisas novas, ou coisas que diferem em um aspecto ou outro daquelas que tinham o hábito de usar (SCHUMPETER, 1997, p. 76).

Uma inovação podem ser ainda a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de *marketing*, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas (FINEP, 2005). Ou uma iniciativa modesta ou revolucionária que surge como uma novidade para a organização e para o mercado, e que aplicada na prática traz resultados econômicos para a empresa, sejam eles ligados à tecnologia, gestão, processos ou modelo de negócio (SIMANTOB; LIPPI, 2003).

O Manual de Oslo define inovação como:

[...] uma inovação é um produto ou processo novo ou aprimorado (ou uma combinação dos mesmos) que difere significativamente dos produtos ou processos anteriores da unidade e que foi disponibilizado para usuários em potencial (produto) ou utilizado pela unidade (processo)¹ (OECD, 2018, p.20).

O ato de empreender associado à inovação irá definir o impacto que se pretende junto ao mercado e as formas que isto modifica o cenário inserido. O resultado depende de fatores como: a escolha literária para o tema, o modelo e as formas de abordagem, capazes de proporcionar novas oportunidades.

A evolução trouxe novas premissas, alterando a definição de inovação que era baseada em quatro tipos de inovações (produto, processo, organizacional e marketing) para apenas dois tipos principais: inovações de produto e inovações de processos de negócios (OECD, 2018), conforme se verifica na Figura 2.

Figura 2 - Tipos de inovação

Tipo	Conceito
Inovação de Produto	Trata-se de um bem ou serviço novo ou aprimorado diferente significativamente de bens ou serviços anteriores da empresa e que foi introduzido no mercado.
Inovação de Processo de Negócio	Trata-se de um processo de negócios novo ou aprimorado para um ou mais funções de negócios que diferem significativamente dos negócios anteriores da empresa processos e que foi colocado em uso pela empresa.

Fonte: Adaptado de OECD (2018, p. 21).

Pelo prospecto que se busca desenvolver com a pesquisa, enfatiza-se que a inovação se faz presente no emprego de ferramentas fiscais desenvolvidas pela “EMPRESA S”. Isso fica aparente com a inovação de produtos que utilizam conhecimentos e/ou tecnologias atuais, baseados em novos usos ou combinações para conhecimento e tecnologias já existentes. Assim, “assume que os consumidores

¹ Tradução livre do autor.

favorecerão aqueles produtos que oferecem mais qualidade, desempenho ou características inovadoras” (KOTLER, 1998, p. 35).

O termo produto abrange tanto bens como serviços. As inovações de produto incluem a introdução de novos bens e serviços, e melhoramentos significativos nas características funcionais ou de uso dos bens e serviços existentes. Portanto, novos produtos são bens ou serviços que diferem significativamente em suas características ou usos previstos dos produtos previamente produzidos pela empresa. Neste contexto o produto é fator predominante da atividade inovadora a se propõe este trabalho e sua oferta ao mercado, uma vez que a inovação de produto significa mudanças nos “objetos” (produtos/serviços) que uma empresa oferece em uma cadeia de consumo (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008), provocada por adaptações aos resultados mercadológicos (MONTANHA *et al.*, 2011).

Empresas de sucesso são naturalmente focadas em inovações, seja nos produtos ou serviços que oferecem, em seus processos de negócios ou localizações, ou combinações delas. Independentemente dos diferentes níveis de inovação em que se envolvem, a existência da empresa empreendedora baseia-se na criação de uma vantagem competitiva, atendendo a uma nova necessidade não abordada pelo mercado atual (BANDERA *et al.*, 2017).

A partir desta premissa, a inovação virou a busca pela percepção do cliente da visão do novo e do moderno, buscando solucionar problemas e criando soluções e ações que agregam valor em um mercado cada vez mais competitivo e mais carente de novidade (CORAL; OGLIARI; ABREU, 2011).

O sistema tributário por exemplo, vem beneficiando-se da inovação que a “Éra Digital” proporciona, introduzindo o sistema tributário digital, essencial no mundo moderno. A inspiração está no Reino Unido, pioneiro do sistema tributário digital na Europa, com um sistema capaz de processar quantidade significativas de dados necessários para tributação (DANKO, 2018).

2.4 Startup

O progresso tecnológico e econômico gerou grandes mudanças no ambiente de negócios. Hoje, a participação de mercado anteriormente dominada por grandes empresas não é apenas dividida pelas primeiras, mas também pela segmentação e controvérsia do desenvolvimento de micro e pequenas empresas (PMEs) (BORRELLI, 2017). Empreendedores inovadores estão operando em mercados emergentes ou desafiando empresas existentes em mercados já estabelecidos. Isso os torna propensos a mostrar diferentes tipos de comportamento ou estratégia competitivas (SAMUELSSON; DAVIDSSON, 2020).

Neste grupo, as *startups* se destacam e constituem basicamente organizações baseadas em ideias inovadoras e mais susceptíveis a riscos de mercado. As *startups* são empresas que usam modelos de negócios de baixo custo operacional e são capazes de trazer produtos ao mercado de maneira escalável, alcançando um crescimento gradual e rápido (BLANK; DORF, 2014). As *startups* geralmente que são bem sucedidas na criação de produtos ou processos inovadores podem achar mais fácil atrair os recursos necessários para o empreendedorismo inovador. Patentes, protótipos ou primeiros produtos inovadores são sinais que ajudam as *startups* a superar as assimetrias de informações existentes e provedores de recursos (HOTTENROTT; HALL; CZARNITZKI, 2016) .

Nos últimos anos, tem havido intensa discussão sobre a definição de *startups*, e algumas pessoas pensam que qualquer empresa nova no mercado pode ser considerada como tal. Ainda muito jovem no Brasil os primeiros resultados dessa modalidade de empreendimento se iniciaram em 2011, tendo como fonte de ideias inovadoras e novas tecnologias, e ajudando a desenvolver o empreendedorismo. Essa forma sistêmica de empreendedorismo faz com que as *startups* atuem em várias áreas de seguimentos, buscando solucionar anseios de pessoas físicas e jurídicas e muitas vezes levando um produto ou serviço para novas localidades ou para um público carente do que é ofertado (BASILIO, 2019). Dessa forma, “o trabalho de uma *startup* nunca está acabado, porque devem se esforçar para achar novas fontes de crescimento por meio da inovação radical” (RIES, 2012, p. 179).

Por se tratarem de empresas novas, que se arriscam em novos mercados, com produtos e/ou serviços inovadores, visando se tornarem um modelo de negócio repetível e escalável com grande impacto no mercado, sua atuação apresenta condição de extrema incerteza (RIES, 2012).

A nomenclatura *startup* também pode ser compreendida como empresas que buscam, por meio de um avanço tecnológico, apresentar uma ideia brilhante que resulte em solucionar um ou vários anseios de seus clientes de modo a garantir o sucesso do empreendimento (PACHECO, 2020). A *startup* é um dos modelos de negócios que ajudam a impulsionar a difusão da tecnologia (SATHAWORAWONG; THAWESAENGSKULTHAI; SAENGCHOTE, 2018).

O cenário nem sempre é atrativo para abertura de novos negócios, mas apresenta novas oportunidades em decorrência do mercado, isso faz das *startups* uma forma de renovação econômica, uma vez que existem para enfrentar situações de extrema incerteza, cujo objetivo é iniciar novos mercados com novos produtos (CUSUMANO, 2013).

Os altos riscos dessas organizações enxutas afetam suas ações, e sua importância foi monitorada e estudada por vários pesquisadores em todo o mundo, com o objetivo de entender melhor seu papel na sociedade contemporânea. Eles alegam que, como resultado do plano de inovação, as empresas jovens bem planejadas podem crescer mais rapidamente do que as empresas tradicionais, que exploraram mercados saturados e estão cheios de concorrentes (RIES, 2012).

2.5 A Modelagem de Negócio

O empreendedorismo é um dos grandes pilares de crescimento de qualquer economia e tem se tornado uma ferramenta fundamental criadora de novas possibilidades. Porém, uma das grandes dificuldades está em visualizar os fatores que influenciam no resultado ou entrega de valor para os consumidores. Neste contexto, a modelagem de negócio Canvas apresenta em seus nove blocos a visualização de aspectos importantes, possibilitando que qualquer indivíduo tenha condições de criar um modelo de negócios ou alterá-lo caso necessário (OSTERWALVER; PIGNEUR, 2011).

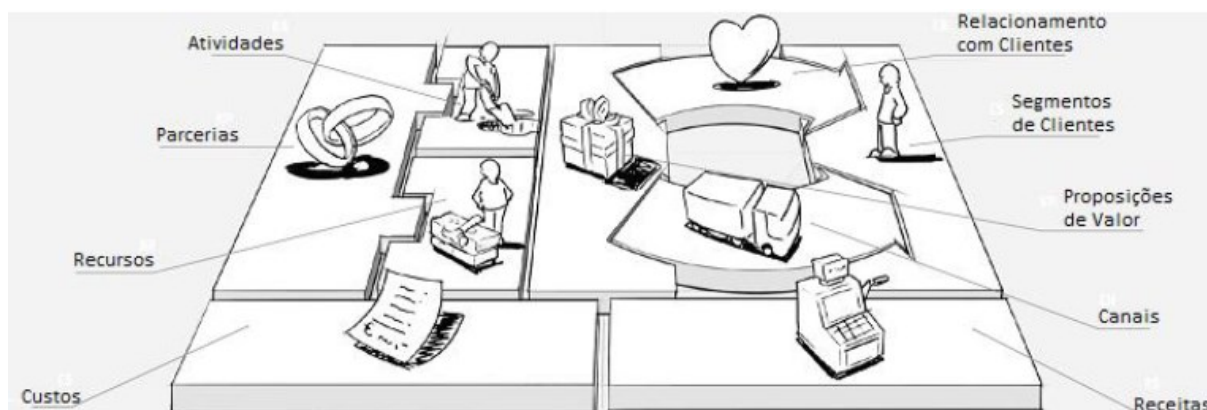
Originado com o nome de Business Model Canvas (BMC) se tem como marco histórico inicial de sua criação a tese de doutoramento de Alexander Osterwalder, em 2004. Esta ferramenta teve como desafio simplificar o conceito de como a organização funciona e possibilitar a criação de estratégias alternativas (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2009). Assim, “a ferramenta Business Model Canvas surge como uma nova maneira de perceber a empresa e contribui para que empreendedores criem modelos de negócio de sucesso” (MACEDO 2013, p. 12).

A análise da empresa feita com o olhar da ferramenta Canvas possibilita a leitura de um cenário no momento real da criação organizacional projetando cenários futuros, antes incertos, mas passíveis de previsão.

O denominado “Business Model Canvas (BMC)”, é uma importante ferramenta de gerenciamento estratégico para empreendimentos. O BMC ajuda no desenvolvimento de esboços e versões finais de modelos de negócio, tanto para um novo empreendimento quanto para uma empresa que já está na ativa. Trata-se de um mapa visual que otimiza a visualização e compreensão do modelo de negócio de um empreendimento, dividindo-o em nove importantes blocos para o detalhamento de um negócio (DORF *et al.* 2012, p. 571).

A descrição pelo Modelo Canvas, realizada com ajuda dos nove blocos (Figuras 3 e 4) que compõem a desenvoltura da ferramenta, irá definir a forma como uma empresa deve e pretende atuar. Isso só é possível porque a forma de sua confecção dos blocos irá cobrir as quatro principais áreas organizacionais da empresa, sendo negócio, clientes, oferta, infraestrutura e, por fim, viabilidade financeira servindo de base facilitadora de tomada de decisão.

Figura 3 - Business Model Canvas e suas interações

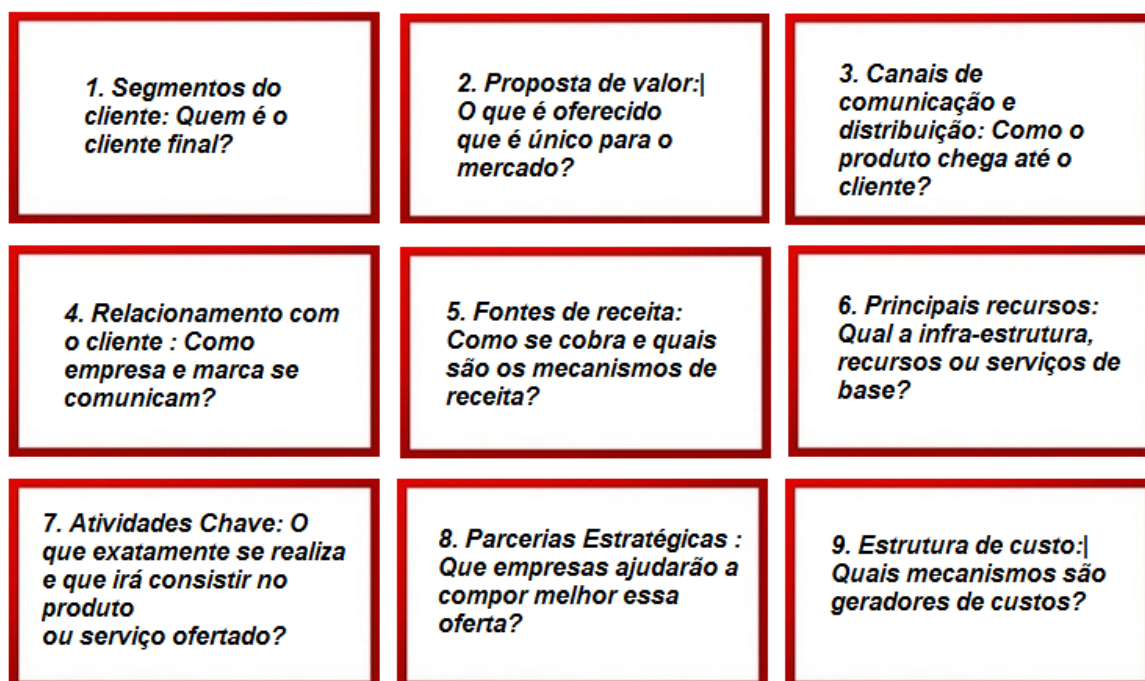


Fonte: Osterwalder; Pigneur; Rocha (2011, p. 22).

A forma que se monta o negócio descreve a entrega de valor, e os componentes que formam o desenvolvimento para compreender o sistema. Por este motivo é de suma importância entender o processo funcional e sistêmico de cada variável entre as nove que compõem (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2011).

Os nove blocos que estão representados na Figura 3 foram criados para ajudar a tomada de decisão e prever cenários feitos por meio de perguntas para facilitar a tomada de decisão, divididas conforme a Figura 4.

Figura 4 - Categorias definidas dos nove blocos de desenvoltura de valor



Fonte: Adaptado de Osterwalder; Pigneur; Rocha (2011, p. 24).

Facilitado assim o conceito da ferramenta Canvas, o seu desenvolvimento e implementação foi de extrema importância para a “EMPRESA S”, pois serviu de base na busca da realidade do mercado tentando alcançar o sucesso. A implementação será verificada na sequência do trabalho por meio das medidas usadas para replicar a ferramenta em condições suficientes para atingir uma vantagem competitiva.

Essa somatória de valores deve ser a vantagem que permitirá se diferenciar no mercado, muito embora os recursos disponíveis em segmentos iguais e suas capacidades organizacionais serão sempre distintos, possibilitando a elaboração de diversas estratégias.

2.6 Administração Estratégica e Análise *SWOT*

Estudos apontam que a palavra estratégia teve origem em período de guerra, com a palavra grega *strategos*, muito usada em campos de batalha como forma de analisar o inimigo e, com isso, vencer a guerra. Com as vitórias alcançadas nesse período de guerra, essa arma tão importante deixa de ser inerente somente à figura militar e começa a ser usada em ambientes empresariais se apresentando como um grande diferencial competitivo (FISCHMANN; ALMEIDA, 1995).

A gestão estratégica pode ser definida como um sistema de indicadores de desempenho que delinea os caminhos a serem desenvolvidos pela administração quanto às iniciativas e ações estratégicas previamente definidas. O pilar da gestão estratégica encontra-se, não no trabalho realizado em departamentos isolados, mas sim por processos, tornando as atividades organizacionais integradas, sistêmicas e interdependentes (COELHO JUNIOR, 2003, p. 83).

Somada à estratégia, a análise *SWOT* pode ser considerada uma ferramenta que irá auxiliar a tomada de decisão, tendo como base a situação da empresa e o mercado nela inserido. A literatura aponta que a ferramenta análise *SWOT* foi criada década de 60 em Harvard Business School, pelos professores Kenneth Andrews e Roland Cristensen, e tinha como finalidade analisar quatro variáveis competitivas que apontariam o cenário mercadológico que a empresa está inserida, como se observa na Figura 5, em sendo *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças) (OLIVEIRA, 1995).

A matriz *SWOT* teve sua origem na década de 60. Nesse período, os estudiosos em administração começaram a analisar as empresas em termos da combinação entre as suas forças e fraquezas - fatores internos - com as oportunidades e ameaças (riscos) que ela enfrentava no mercado. Essa estrutura representou um grande avanço para aqueles estrategistas que se preocupavam com a análise ambiental e com as vantagens competitivas que as empresas poderiam criar sobre os seus concorrentes (MOURA *et al.*, 2008, p. 83).

Nesse contexto, a Administração Estratégica e a análise *SWOT* têm em seu objetivo identificar e observar forças que possam ser diferenciais competitivos, e mensurar fraquezas que podem ser decisivas entre o sucesso e o fracasso da empresa.

Em acordo com Administração Estratégica e a análise *SWOT*, o tema está diretamente ligado ao sucesso e à construção do futuro do empreendedorismo, isso é devido à instabilidade do mercado. A análise é importante em função do mercado estar em um contexto geral com muita competitividade, o que demanda antecipação e adaptação das organizações.

Figura 5 - Matriz SWOT



Fonte: Casarotto (2018, p. 4).

A fase de consolidação do planejamento estratégico como instrumento de gestão deve se dar no início da atividade empreendedora, o que se buscou definir neste trabalho os pontos positivos e negativos por meio das quatro possibilidades de identificação das forças (*Strengths*) e fraquezas (*Weakness*) e as oportunidades (*Opportunities*) e ameaças (*Threat*). Como representado na Figura 5, o resultado esperado com a estratégica da análise *SWOT* é de compreender a situação do mercado e com isso diminuir os impactos negativos contra a ideia empreendedora.

2.7 Sistema Tributário

O sistema tributário apresenta-se distinto entre os países, dado que, eles possuem níveis econômicos diferentes e, portanto, necessidades divergentes. Alguns países visam incentivar o sistema privado e atrair novos investimentos estrangeiros ou nacionais, e outros visam evitar ou reduzir a evasão fiscal, mantendo o mercado existente (NIMINET; BUCUR, 2018).

Desta forma, o sistema tributário de cada país baseia-se em suas prioridades, seus fatores econômico-sociais e seus programas, influenciado pelo funcionamento da economia (GINTARE; LUCAS; CERNIUS, 2016).

O Sistema Tributário Nacional se refere ao sujeito Ativo (Estado) e sujeito Passivo (contribuintes), ou seja, o Estado como agente arrecadador, e o sujeito passivo, pessoas físicas ou jurídicas pagadoras de tributos, sejam elas Federal, Estadual ou Municipal.

O Sistema Tributário é o conjunto de normas e princípios dispostos na Constituição Federal, que é a lei maior e fundamento do qual derivam as demais normas jurídicas tributárias hierarquicamente inferiores. Esse sistema rege o poder constitucionalmente concedido ao Estado de arrecadar tributos com a finalidade de realização do bem comum (FABRETTI; FABRETTI, 2014, p. 36).

Portanto, um conjunto de normas constitucionais tributárias inseridas no ordenamento jurídico global é composto por uma série de normas uniformes e ordenadas que obedecem a princípios básicos, coordenam-se e constituem os elementos constitutivos do país (HARADA, 2006).

Outra situação peculiar está em definir o que é Tributo, que conforme definido pelo Art. 3º Lei n. 5.172, de 25 de outubro de 1966, expressa que Tributo refere-se a toda prestação pecuniária compulsória, em moeda, ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada (BRASIL, 1966).

O Código Tributário Nacional (CTN), aprovado pela Lei n. 5.172, de 25 de outubro de 1966, alterada pela Lei Complementar n. 118, de 9 de fevereiro de 2005, dispõe sobre o Sistema Tributário Nacional e institui Normas Gerais de Direito Tributário Aplicável à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios (RIBEIRO; PINTO, 2014, p. 13).

Assim o Sistema Tributário na Constituição Brasileira é regido pelo princípio da solidariedade, sua missão é proporcionar uma distribuição justa de renda. Do ponto de vista teórico, tal descoberta é relativamente simples, mas acontece que é muito difícil realizar essa intenção constitucional. Apenas eliminando as causas das operações ineficientes do mercado, é razoável assumir essa função, também é necessário implicar a homogeneidade da renda e a função de redistribuição (BALEIRO, 2010).

Isso se deve ao conteúdo do princípio da legitimidade tributária, que vai além da autoridade legislativa para cobrar o imposto ou da simples autorização do mesmo, sendo necessário que a lei defina todos os aspectos relevantes, de modo que quem deve pagar a quem e quanto pagar, possa ser determinado com base em fatos ou circunstâncias específica (AMARO, 2017).

No Art. 97 da Lei n. 5.172 o Código Tributário Nacional traz com mais detalhes os componentes da lei tributária:

Art. 97. Somente a lei pode estabelecer:

I - a instituição de tributos, ou a sua extinção;

II - a majoração de tributos, ou sua redução, ressalvado o disposto nos artigos 21, 26, 39, 57 e 65;

III - a definição do fato gerador da obrigação tributária principal, ressalvado o disposto no inciso I do § 3º do artigo 52, e do seu sujeito passivo;

IV - a fixação de alíquota do tributo e da sua base de cálculo, ressalvado o disposto nos artigos 21, 26, 39, 57 e 65;

V - a cominação de penalidades para as ações ou omissões contrárias a seus dispositivos, ou para outras infrações nela definidas;

VI - as hipóteses de exclusão, suspensão e extinção de créditos tributários, ou de dispensa ou redução de penalidades.

§ 1º Equipara-se à majoração do tributo a modificação da sua base de cálculo, que importe em torná-lo mais oneroso.

§ 2º Não constitui majoração de tributo, para os fins do disposto no inciso II deste artigo, a atualização do valor monetário da respectiva base de cálculo (BRASIL, 1966, p. 10).

Os tributos constituem a principal fonte de financiamento de que o Estado dispõe para atender às necessidades da sociedade e de manutenção do Estado. A fonte tributária é a única capaz de propiciar a auto sustentação de um governo, quando bem administrada (MARQUES, 2015).

No Brasil, as regras de liberdade ativa se aplicam à ordem econômica. Na ordem econômica as atividades econômicas são deixadas para o setor privado, portanto, não há dúvida de que a tributação é um instrumento de sobrevivência da economia capitalista. Sem ela, o estado não pode atingir seus objetivos sociais, a menos que monopolize todas as atividades econômicas. É inegável que a tributação é o maior meio de se opor à nacionalização da economia, talvez o único meio (MACHADO, 2019).

De acordo com o conceito adotado pelo próprio país, o direito de tributar é atribuído somente ao estado. A ideia mais comum parece ser a de que os indivíduos, por meio de seus representantes, concordam com o sistema tributário e com todas as normas legais que regem o país. Porém, existe a guerra fiscal feita pelos estados, que no intuito de atrair mais negócios para suas regiões, mudam a alíquotas na forma que os convém e criando uma instabilidade (ELLERY, 2017).

Além das características próprias de cada estado, que pode legislar sobre tributos estaduais, o regime de tributação brasileira apresenta basicamente três formas de enquadramento fiscal: Simples Nacional, Lucro Real e o Lucro Presumido (FABRETTI, 2009). Na medida em que onera certas atividades ou pessoas, o tributo pode causar interferências no regime de competição entre as empresas (GRECO, 2004).

Portanto, pode-se definir que o sistema tributário brasileiro é muito complicado, se torna caro, e ineficiente, o que causa punição à sociedade e incentivará a evasão fiscal. Os impostos do Brasil são cumulativos, tornando os produtos e serviços do Brasil mais caros e menos competitivos do que outros países (MATIAS; PEREIRA 2017).

Compreender o Sistema Tributário Nacional pode ser o divisor de águas entre a sobrevivência da organização e a morte. Neste trabalho a “EMPRESA S”, por meio de seu empreendedorismo, quer informar de forma simples e objetiva a vantagem e desvantagem de cada regime por meio de seus produtos e soluções que inseridos no mercado irão ajudar a cadeia produtiva.

2.7.1 Regimes de Tributação - Simples Nacional

O Simples Nacional se encontra previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Esta lei apresenta a delimitação de abrangência e obrigação de todos os entes federados. Ali estão inseridos o Estado maior representado pela União, seguido pelos Estados, o Distrito Federal e por último os Municípios (BRASIL, 2020).

Regime especial de tributação por estimativa objetiva, constituído em microssistema tributário, material, formal e processual, que unifica a fiscalização, o lançamento e a arrecadação de determinados impostos e contribuições da competência da União, Estados, Municípios e Distrito Federal, aplicável opcionalmente às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, com o escopo de garantir a estes contribuintes tratamento fiscal diferenciado e favorecido, em caráter parcialmente substitutivo ao regime geral e compulsório (MARINS; BERTOLDI, 2007, p. 68).

Nesse embasamento legal estão abrangidos os tributos de todos os entes federados como já relatados, especificados como sendo o IRPJ (Imposto de Renda Pessoa Jurídica), CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido), PIS (Programa de Integração Social), COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social), IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados), ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços), ISS (Imposto sobre serviços de qualquer natureza) e a Contribuição para a Seguridade Social destinada à Previdência Social a Cargo da Pessoa Jurídica, que são recolhidos por um documento único de arrecadação, o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional) (CREPALDI, 2012).

Ao contrário do que afirmam os mais apressados, o Simples Nacional não é um sistema de imposto único nem uma etapa de migração para tal sistema. Trata-se, de um regime de tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios (ALEXANDRE, 2018, p. 803)

O Simples Nacional é um regime especial de tributação por estimativa objetiva, constituindo em microssistema tributário, material, formal e processual, que unifica a fiscalização, o lançamento e a arrecadação de determinados impostos e contribuições de competência da União, Estados, Municípios e Distrito Federal. É aplicável opcionalmente às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, com o escopo de atribuir a estes contribuintes tratamento fiscal diferenciado e favorecido, em caráter parcialmente substitutivo ao regime geral e compulsório (MARINS; BERTOLDI, 2007).

Dada a forma de arrecadação ser feita por alíquota única, pode significar para o empreendedor uma redução de tributação, além da redução dos custos trabalhistas, já que se torna dispensável a contribuição patronal na folha de pagamento (PEREIRA, 2010).

A redução tributária das empresas optantes pelo simples só é possível dada a forma de cálculo utilizado para determinar o valor devido, uma vez que é feito mensalmente e corresponde à receita bruta total mensal. No caso das empresas optantes possuírem filiais, terão de considerar a soma das receitas de todos os estabelecimentos (SANTOS, 2009).

De qualquer forma, ressalvadas situações bastante específicas, é possível definir o Simples Nacional como um regime jurídico simplificado e favorecido, tendente a reduzir a burocracia e a carga tributária a que estão submetidas as microempresas e empresas de pequeno porte do país (ALEXANDRE, 2015).

O Simples Nacional é uma ótima opção, e apresenta facilidades. Uma delas é sua forma de adesão que pode ser feita pela empresa optante via *internet*. A única situação que pode dificultar, é o fato que durante o calendário corrente iniciando em janeiro ou na data de abertura da empresa optante, não é possível realizar alteração no regime selecionado, uma vez que o mesmo é irretroatável por todo o ano (MENEZES, 2020).

Entretanto, ao analisar de forma aprofundada, é possível verificar que existem desvantagens ao empreendedor, como por exemplo: se o empreendedor adquirir insumos para fase produtiva antes do produto acabado, ou seja, na industrialização, este não terá direito dos créditos cumulativos do IPI, ICMS, PIS e COFINS, como outros regimes permitem. E ainda, talvez a pior desvantagem seja a de que, como o recolhimento é feito com base no faturamento e não no lucro, mesmo a empresa tendo prejuízo, a carga tributária será a mesma (ALMEIDA, 2015).

Desta forma, “um regime jurídico simplificado e favorecido, tendente a reduzir a burocracia e a carga tributária a que estão submetidas as microempresas e empresas de pequeno porte do País” (ALEXANDRE, 2010, p. 664).

O Simples Nacional é um método mais fácil de cálculo de impostos. No entanto, sua forma simplificada não deve obscurecer a complexidade de sua interpretação, ou seja, a empresa pode ser colocada em um “anexo” que não corresponde às atividades da sua empresa e mal-entendidos na legislação podem levar a um aumento ou diminuição da carga tributária, o que pode ter um impacto significativo na entidade futuramente (SANTANA; MARINHO; VAZ, 2019).

2.7.2 Lucro Real

O lucro real é conhecido como a tributação feita sobre o faturamento pelo demonstrativo do balanço, tendo como base as contas de lucros e perdas. Foi inserido no ordenamento do Decreto-Lei nº 5.844, de 23 de setembro de 1943 que traz em seu Art. 32 que algumas pessoas jurídicas terão que ter sua contabilidade apurada real lucro (AMARO, 2014).

Porém esse regime sofreu modificações e foi complementado com a publicação do Decreto-Lei nº Decreto-Lei nº 1.598, de 26 de dezembro de 1977, que criou o Livro de Apuração do Lucro Real - LALUR.

Esse conceito é dado pela redação do Decreto-lei 1.598/1977, Art. 6º, que estabeleceu o que é o lucro real.

Art 6º - Lucro Real é o lucro líquido do exercício ajustado pelas adições, exclusões ou compensações prescritas ou autorizadas pela legislação tributária.

§ 1º - O lucro líquido do exercício é a soma algébrica de lucro operacional (Art. 11), dos resultados não operacionais, do saldo da conta de correção monetária (art. 51) e das participações, e deverá ser determinado com observância dos preceitos da lei comercial.

§ 2º - Na determinação do Lucro Real serão adicionados ao lucro líquido do exercício:

a) os custos, despesas, encargos, perdas, provisões, participações e quaisquer outros valores deduzidos na apuração do lucro líquido que, de acordo com a legislação tributária, não sejam dedutíveis na determinação do Lucro Real;

b) os resultados, rendimentos, receitas e quaisquer outros valores não incluídos na apuração do lucro líquido que, de acordo com a legislação tributária, devam ser computados na determinação do Lucro Real.

§ 3º - Na determinação do Lucro Real poderão ser excluídos do lucro líquido do exercício:

- a) os valores cuja dedução seja autorizada pela legislação tributária e que não tenham sido computados na apuração do lucro líquido do exercício;
- b) os resultados, rendimentos, receitas e quaisquer outros valores incluídos na apuração do lucro líquido que, de acordo com a legislação tributária, não sejam computados no Lucro Real;
- c) os prejuízos de exercícios anteriores, observado o disposto no artigo 64.

§ 4º - Os valores que, por competirem a outro período-base, forem, para efeito de determinação do Lucro Real, adicionados ao lucro líquido do exercício, ou dele excluídos, serão, na determinação do Lucro Real do período competente, excluídos do lucro líquido ou a ele adicionados, respectivamente.

§ 5º - A inexatidão quanto ao período-base de escrituração de receita, rendimento, custo ou dedução, ou do reconhecimento de lucro, somente constitui fundamento para lançamento de imposto, diferença de imposto, correção monetária ou multa, se dela resultar:

- a) a postergação do pagamento do imposto para exercício posterior ao em que seria devido; ou
- b) a redução indevida do Lucro Real em qualquer período-base.

§ 6º - O lançamento de diferença de imposto com fundamento em inexatidão quanto ao período-base de competência de receitas, rendimentos ou deduções será feito pelo valor líquido, depois de compensada a diminuição do imposto lançado em outro período-base a que o contribuinte tiver direito em decorrência da aplicação do disposto no § 4º.

§ 7º - O disposto nos §§ 4º e 6º não exclui a cobrança de correção monetária e juros de mora pelo prazo em que tiver ocorrido postergação de pagamento do imposto em virtude de inexatidão quanto ao período de competência (BRASIL, 1977, p. 1).

O lucro real é um conceito fiscal e não econômico. No conceito econômico o lucro é o resultado positivo da soma algébrica de receita bruta (de vendas ou serviços) menos devoluções e impostos, menos custos, menos despesas operacionais, mais receitas não operacionais, menos despesas não operacionais, ou seja, é o resultado contábil (FABRETTI, 2009).

Fica claro, portanto, que o lucro real é, na verdade, o lucro fiscal, já que visa à determinação do imposto a pagar pelas pessoas jurídicas em função de uma base que, por vezes, não é idêntica àquela estabelecida pelas normas contábeis (SANTOS; BARROS, 2011).

Assim, “o Lucro Real é o lucro do período, apurado com observância das normas das legislações comercial e societária, ajustado pelas adições, exclusões ou compensações prescritas pela legislação do Imposto de Renda” (SILVA, 2006, p. 1).

A Lei do IR (Imposto de Renda) denomina esse resultado contábil (econômico) de lucro líquido. O Lucro Real, conforme determina o Art. 247 do RIR (Regulamento

do Imposto de Renda), é o lucro líquido (contábil) do período-base ajustado pelas adições, exclusões ou compensações prescritas ou autorizadas pela legislação do IR. Logo, o Lucro Real para uma apuração eminentemente fiscal torna-se, na prática, inadequado. As alterações na legislação (que não são poucas), principalmente após o Decreto-Lei nº 1598/77, vem exigindo do contabilista um acompanhamento da legislação e ao mesmo tempo um conhecimento da contabilidade, o que pode levar o profissional menos preparado a preferir uma forma de tributação mais simplificada (SILVA, 2006).

O lucro real dá a ideia de verdadeiro, que no caso, é o resultado econômico positivo, ou seja, receita maior do que despesa. Porém, na prática, verifica-se que, às vezes, a empresa tem um resultado econômico negativo (prejuízo), mas a legislação do Imposto de Renda manda adicionar a ele diversos valores que considera não dedutíveis. Assim, de um prejuízo econômico, o resultado econômico, contábil, verdadeiro, apura-se um Lucro Real mediante a adição de despesas a um resultado negativo, tornando-o deste modo positivo, e que de certo modo acaba sendo “irreal” (FABRETTI, 2009).

Com isso se verifica que a tendência da política do governo é de direcionar o lucro real às grandes empresas, o que se pode esperar é uma maior complexidade e rigidez (SILVA, 2006).

Isso se confirma com nova redação dada pela Lei no 10.637, de 30 de dezembro de 2002 estabeleceu que estão obrigadas à apuração do lucro real as pessoas jurídicas, alterado os limites pela Lei 12.814, de 16 de maio de 2013.

I - cuja receita total, no ano-calendário anterior seja superior ao limite de R\$ 78.000.000,00 (Setenta e oito milhões de reais) ou proporcional ao número de meses do período, quando inferior a 12 (doze) meses;

II - cujas atividades sejam de bancos comerciais, bancos de investimentos, bancos de desenvolvimento, caixas econômicas, sociedades de crédito, financiamento e investimento, sociedades de crédito imobiliário, sociedades corretoras de títulos, valores mobiliários e câmbio, distribuidoras de títulos e valores mobiliários, empresas de arrendamento mercantil, cooperativas de crédito, empresas de seguros privados e de capitalização e entidades de previdência privada aberta;

III - que tiverem lucros, rendimentos ou ganhos de capital oriundos do exterior;

IV - que, autorizadas pela legislação tributária, usufruam de benefícios fiscais relativos à isenção ou redução do imposto;

V - que, no decorrer do ano-calendário, tenham efetuado pagamento mensal pelo regime de estimativa, na forma do art. 2º da Lei nº 9.430, de 1996;

VI - que explorem as atividades de prestação cumulativa e contínua de serviços de assessoria creditícia, mercadológica, gestão de crédito, seleção e riscos, administração de contas a pagar e a receber, compras de direitos creditórios resultantes de vendas mercantis a prazo ou de prestação de serviços (*factoring*) (BRASIL, 2013, p. 1).

As empresas optantes por este regime tem por obrigação calcular o Lucro Real de forma diferenciada e separada, realizando um cálculo onde serão feitas as adições e exclusões ao lucro líquido do tempo de apuração (trimestral ou anual) incluindo as compensações de prejuízos fiscais autorizadas pela legislação do imposto de renda, de acordo com as determinações contidas na Instrução Normativa SRF nº 28, de 1998, reformulada pelo Instrução Normativa SRF nº 79/2000, e demais atos legais e infra legais posteriores (RECEITA FEDERAL, 2020).

Em outras palavras, significa que a sistemática do Lucro Real é aquela realmente apurada pela contabilidade, com base na completa escrituração contábil fiscal, com a estrita e rigorosa observância dos princípios fundamentais de contabilidade e demais normas fiscais e comerciais, tendo como objetivo demonstrar a passagem do lucro contábil para o lucro fiscal (OLIVEIRA, 2013; PÊGAS, 2011).

Por esse motivo mostra-se muito difícil para uma empresa sem conhecimento contábil específico fazer a apuração contábil do Lucro Real, uma vez que é registrada pelo lucro líquido do período verificado com cumprimento das legislações comercial e societária, adequado pelos acréscimos, eliminações ou ressarcimentos instituídos pela norma do Imposto de Renda - IR (BARBOSA, 2016).

O Lucro Real significará o alicerce de cálculo tributável, apesar disso, é desigual do lucro líquido verificado pela contabilidade, bem como existe a comparação entre as receitas com as despesas. Isto ocorre em razão do caso de que nem toda receita e despesa penhorada pela contabilidade ainda é do mesmo modo revelado para fins tributários. Por conseguinte, o Lucro Real permanece dependente ao lucro contábil, posto que o lucro líquido contábil constituirá o seu ponto de partida (ANDRADE, 2013).

Desta forma, como salienta Santos (2011, p. 101), “o Lucro Real é, na verdade, o lucro fiscal, ou seja, aquele sobre o qual incidirá efetivamente o Imposto de Renda Pessoa Jurídica, para as empresas tributadas nessa modalidade (por opção ou por estarem obrigadas)”.

Os lucros relacionados à organização são usados em acordo com os dados fornecidos pela contabilidade, portanto, o Lucro Real é uma definição de finanças, não de economia. Ou seja, o lucro é um resultado positivo da receita total com a venda de bens ou serviços menos todas as despesas. O Lucro Real refere-se, portanto, ao lucro líquido atual, após adição e exclusão permitida por lei (SOUZA, 2007).

Por este modo se define que o lucro relacionado pela organização é verdadeiramente calculado com base nos dados apresentados pela escrituração contábil, que recebe aos princípios e regras fiscais e contábeis. Assim, o Lucro Real é uma definição fiscal e não econômica. O lucro é a consequência positiva da totalidade de todas as receitas recebidas por meio da venda de bens ou serviços, menos todos os gastos e saídas, é popular como consequência contábil é nominado lucro líquido. O Lucro Real é o lucro líquido do momento, adaptado pelas adições, exclusões ou ressarcimentos permitidos pela legislação (CREPALDI, 2017).

2.7.3 Lucro Presumido

O Brasil criou o sistema de presunção de tributação, com nome Lucro Presumido e tendo como intenção a simplificação do sistema para alguns contribuintes. Inicialmente a presunção era feita com a aplicação de uma única alíquota, para qualquer ramo de atividade. Todas as receitas compunham a receita bruta, base da presunção.

A forma de tributação pela presunção foi criada pelo Decreto-Lei nº 5.844/43 e encontra descrita em seu Art. 33, que a definição de tal regime se aplicava às pequenas empresas, e que valores deveriam ser calculados tanto no capital, como no faturamento:

Art. 33 É facultado às pessoas jurídicas, salvo às sociedades por ações e às por quotas de responsabilidade limitada, optar pela tributação baseada no Lucro Presumido, segundo a forma estabelecida no art. 40.

§ 1º O disposto neste artigo não se aplica às pessoas jurídicas cujo capital exceder a Cr\$ 50.000,00 ou cujo movimento bruto anual for superior a Cr\$ 200.000,00, nem às filiais, sucursais ou agências no país das firmas e sociedades com sede no estrangeiro, as quais serão sempre tributadas pelo Lucro Real.

§ 2º A opção é irrevogável e será feita, em cada exercício, na própria declaração de rendimentos, devidamente subscrita (BRASIL, 1943, p. 3).

A autoridade tributária introduziu o conceito de Lucro Presumido para facilitar a base de cálculo para determinadas empresas ao calcularem o imposto de renda e a contribuição social (OLIVEIRA, 2005). Esse regime é feito por meio da presunção do lucro, e com essa situação o estado aplica a alíquota em conformidade com a atividade (PÊGAS, 2007).

Como forma de simplificar alguns sistemas de contribuição, a premissa inicial era aplicar uma única taxa de imposto a qualquer tipo de atividade. Toda receita inclui a receita bruta, que é a base presumida, com isso o legislador não definiu o que pode ser entendido como lucro presumido, limitando-se a determinar a forma e o tempo de apurá-lo (CARVALHO; MURGEL, 2000).

Esta expressão é utilizada para demonstrar uma forma de apuração com base em percentuais que variam com o tipo de atividade da empresa, por este motivo a forma de apuração é com base na presunção, logo o conceito lucro presumido (REIS, 2006). Também salienta Santos e Oliveira (2007, p. 4) que “no regime tributário do lucro presumido, o montante a ser tributado é determinado com base na receita bruta pela aplicação de alíquotas variáveis em função da atividade geradora da receita”.

O lucro presumido é uma opção que corresponde a um método opcional de cálculo do lucro; portanto, um imposto de renda corporativo que está sujeito a certas restrições e condições, realizados com base na renda global (RODRIGUES, 2009). Usa-se a base para o cálculo do imposto determinado pela aplicação do percentual da receita total da venda de bens e serviços, além de outros ganhos e retornos de capital determinados de acordo com a lei (ANDRADE FILHO, 2005).

Portanto, pode-se pressupor que o Lucro Presumido é uma forma de tributação, em que o tipo de atividade econômica exercida é usado pelo fisco para pressupor o percentual do lucro da empresa (OLIVEIRA, 2013). Lucro presumido é uma forma de tributação que utiliza apenas as receitas da empresa para apuração do resultado tributável (PÊGAS, 2011).

Assim, nesta forma de tributação, o empresário se aproveita de uma simplificação, isto é, passa a presumir qual será o lucro da empresa baseado nas atividades que ela exerce. Entretanto, um ponto negativo é que se o empreendimento

lucrar menos do que a média das empresas que prestam a mesma atividade, a tributação irá ser cobrada sobre o valor da alíquota pré-fixada, gerando maior arrecadação em tempos de economia aquecida (FABRETTI, 2009).

Neste caso, suplementar a compreensão do Lucro Presumido não passa de uma suposição de lucro, ou seja, se não houver contabilidade bem apurada, o lucro da empresa pode não ser verdadeiro. No entanto, deve-se observar que algumas organizações possuem contabilidade completa com base em toda a precisão, seguindo as regras e princípios contábeis básicos, e mesmo assim escolhem impostos com base nos lucros assumidos. Este fato é causado pela falta de informações relacionadas ao planejamento tributário ou a um profissional qualificado no cargo (CREPALDI, 2017).

3 METODOLOGIA

A metodologia aqui desenvolvida consistiu em um conjunto de procedimentos e técnicas os quais foram utilizados para definir os processos aplicados nas diferentes etapas, e com isso atingir o objetivo proposto. Inicialmente foram identificadas as potencialidades de negócios para a criação da *startup* denominada de “EMPRESA S”. Foi necessário diagnosticar os problemas do mercado perante a relação de consumo, ouvindo seus potenciais clientes e depois buscar as soluções para este mesmo público. Assim, de acordo com o grau do problema levantado, foi utilizado o método de pesquisa aplicada, buscando elevar o grau de conhecimento sobre o mercado e suas dificuldades, desenvolvendo produtos que pudesse solucionar as dificuldades de potenciais clientes (GOVINDARAJAN, 2012).

De acordo com Gil (1987) uma pesquisa sobre problemas práticos pode conduzir à descoberta de princípios científicos da mesma maneira que uma pesquisa pura pode fornecer conhecimentos passíveis de aplicação prática imediata.

A pesquisa aplicada concentra-se em torno dos problemas presentes nas atividades das instituições, organizações, grupos ou atores sociais. Ela está empenhada na elaboração de diagnósticos, identificação de problemas e busca de soluções. Responde a uma demanda formulada por “clientes, atores sociais ou instituições (Thiollent, 2009, p. 36).

Assim se buscou o melhor método, e técnica, que garantiu o melhor resultado, abordando e determinado o problema no estado atual. Buscou-se utilizar a metodologia de acordo com o que sugere os autores Barros e Leffeld (2007) e Vergara (2006), integrando os conhecimentos a respeito dos métodos. Ou seja, se utilizou de um conjunto de instrumentos com foco na investigação e tendo como finalidade, encontrar o caminho mais racional para atingir os objetivos.

Como adicional, foi feito o desenvolvimento de protótipos, sendo que estes são essenciais para que os custos sejam controlados e os usuários possam fazer experiências com o mesmo no início do processo de desenvolvimento de uma plataforma de *software* (SOMMERVILLE, 2004).

O processo metodológico utilizado neste trabalho então consistiu em alguns elementos básicos, como desenho do estudo e investigação, por meio da pesquisa bibliográfica, e do estudo sistematizado desenvolvido.

A pesquisa bibliográfica deu-se por registros disponíveis, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos e *online*, como livros, artigos, teses, entre outras fontes. Quanto aos fins a que a pesquisa se destina, a investigação foi exploratória, a qual é realizada em área onde há pouco conhecimento acumulado e sistematizado (VERGARA, 2006).

Após esta busca por informações na literatura seguiu-se para a construção da “EMPRESA S”. As etapas então consistiram em desenvolvimento da “Empresa S” e aplicação do modelo de negócios *Business Canvas* (segmentação de clientes, proposta de valor, canais, relacionamento com clientes, fontes de receitas, atividade principais, parcerias chaves e estruturas de custos). Para análise interna e externa, bem como levantamento de limitações utilizou-se da matriz *SWOT*.

Para a construção do sistema utilizou-se a metodologia de prototipagem. O desenvolvimento de um protótipo é essencial para que os custos sejam controlados e os usuários possam fazer experiências com o mesmo no início do processo de desenvolvimento de uma plataforma de software (SOMMERVILLE, 2004).

Com base no *feedback* fornecido ao longo do processo, as necessidades reais dos clientes podem ser descobertas e verificadas buscando realmente reconhecer o que deseja, antes mesmo da venda.

Assim foi desenvolvido um questionário e apresentado ao público alvono intuito de checar a aceitação do produto calculadora, tendo como foco o início do processo de validação do produto, além de fornecer oportunidades de testes para certas hipóteses de negócios.

A pesquisa com os potenciais clientes foi baseada levando em consideração a não atender às expectativas de todos os clientes, pois nem todos desejam ou conhecem a calculadora, o que contribui para oferecer valor real, e assim ajudar a desenvolver produtos inovadores e orientar as funções principais, identificando seu mercado e segmentos de clientes para atrair esse público (BLANK, 2014).

O questionário, realizado de forma *online*, foi enviado a 100 (cem) empresários no período de 13 a 27 de outubro de 2020. E contou com perguntas relacionadas a requisitos e padrões técnicos e de *design* de funcionalidade e aceitação, de modo a contribuir para a melhoria do produto e proporcionar tomada de decisões acertivas e de acordo com a necessidade do cliente.

4 RESULTADOS E DICUSSÃO

4.1 Desenvolvimento da “EMPRESA S”

A “EMPRESA S” nasceu de um projeto de mestrado em 2018 por meio do Programa de Pós-Graduação em Inovações Tecnológicas da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - Câmpus Campo Mourão. Na oportunidade se buscava pela inovação uma ferramenta que pudesse ajudar o setor produtivo tendo como foco a facilitação de situação tributária para o público alvo. De acordo com Dornelas (2008), criar uma oportunidade é sempre um desafio, assim o empreendedorismo deve concentrar os seguintes aspetos: a) iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; b) utilizar os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; c) assumir os riscos e a possibilidade de fracassar. A “EMPRESA S” foi e está sendo um desafio, para este mercado atual cheio de incertezas.

O projeto foi sendo amadurecido sempre no sentido de sanar as necessidades do mercado. Os primeiros protótipos foram criados, mas sempre com grandes dificuldades da constituição da empresa, principalmente pelas dificuldades de se conseguir recurso que pudesse arcar com todo o custo necessário para a idealização.

Algumas linhas de financiamentos que pudessem alavancar o desenvolvimento do projeto foram buscadas e a oportunidade veio em 2019 com o Sinapse da Inovação. Um programa de incentivo ao empreendedorismo inovador que oferece recursos financeiros, capacitações e suporte para transformar ideias inovadoras em empreendimentos de sucesso. Idealizado pelo Governo do Estado do Paraná, por meio da Celepar e Fundação Araucária, com operação da Fundação CERTI e o apoio do Sebrae e Fiep.

Segundo o portal do SINAPSE (2020) “o Sinapse da Inovação tem como objetivo transformar e aplicar as boas ideias geradas por estudantes, pesquisadores, professores e profissionais dos diferentes setores do conhecimento e econômicos em negócios de sucesso.”

Esta oportunidade resultou na inscrição e contemplação da *startup* “EMPRESA S” no Sinapse da Inovação, uma grande oportunidade que alavancou a ideia.

Com a contemplação, a “EMPRESA S” precisou ser constituída, e após este cumprimento da obrigação, teve acesso a uma subvenção no valor de R\$39.890,00 (trinta e nove mil oitocentos e noventa reais), tendo como contrapartida a este valor a quantia de R\$ 1.000,00 (Um mil reais). Atualmente a empresa é composta por 3 (três) sócios de ordem multidisciplinar que se complementam para o desenvolvimento do negócio, sendo um responsável pela gestão e mercados, outro pela gestão e finanças, e o terceiro pela gestão e novos negócios. Toda a parte de desenvolvimento de tecnologia é projetada e encaminhada a terceiros para desenvolvimento do *software* ou aplicativo.

A “EMPRESA S” almeja que, por meio desta junção de forças da equipe, será capaz de operacionalizar o empreendimento até um faturamento próximo aos R\$ 500 mil reais, demandando na contratação de desenvolvedores em um prazo de 5 (cinco) anos.

Pela situação de oportunidade surgiu então a “EMPRESA S”, uma *startup* que acredita no uso da tecnologia para facilitar a tomada de decisão. Focada em eliminar barreiras e proporcionar um serviço de alta qualidade, fácil e seguro com soluções que proporcionem eficácia e efetividade no melhor regime tributário, como no controle organizacional dos MEIs.

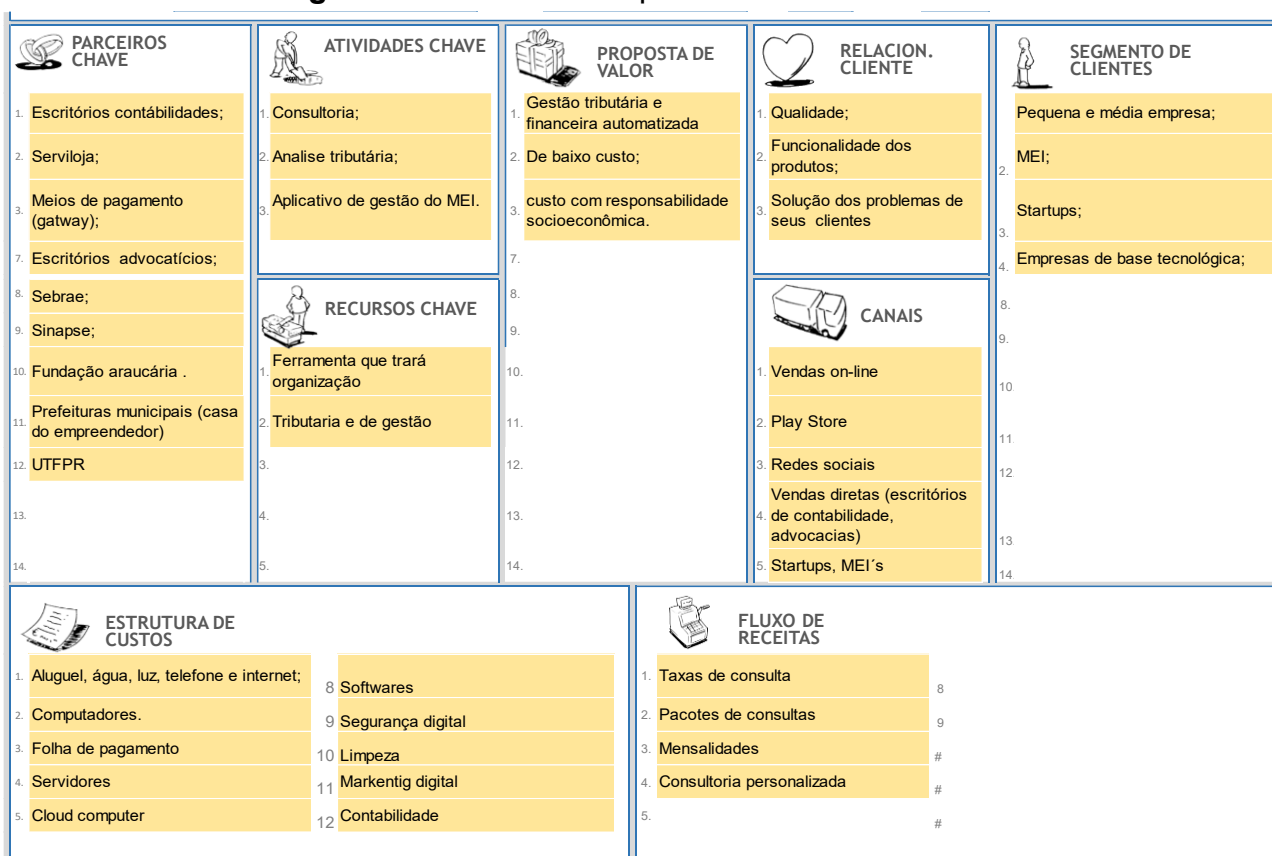
4.2 Aplicação do *Business Model Canvas*

Ao longo dos anos, o equilíbrio entre clientes e fornecedores mudou isso porque o desenvolvimento da economia mundial possibilitou à criação de novas tecnologias de comunicação e um comércio global aberto. Essa nova forma de configuração do mercado criou um ambiente, que acabou por ampliar as necessidades das empresas, precisando criar valor, em especial quando falamos de novos produtos inseridos em um novo negócio (PORTER, 2009).

Essa tarefa passa por um planejamento que tem como ideal definir os objetivos da organização criando um plano Integrado e coordenado, focado no resultado, futuro que a organização deseja alcançar. Quanto a Planos, eles são interpretados como diretrizes para coordenar as atividades organizacionais, a fim de se alcançar Metas (SOBRAL; PECCI, 2008).

Assim o modelo de *canvas*, conforme pode ser visualizado na Figura 6, foi elaborado de acordo com a necessidade para que por meio dele fosse possível visualizar os eixos chaves para o negócio, haja vista a retratação de uma empresa de inovação onde se deve adotar as ações de curto prazo, pois a sua praticidade permiti identificar e planejar, a qualquer momento, os dados e rotinas desse projeto.

Figura 6 - Canvas da empresa “EMPRESA S”



Fonte: Autoria própria (2019).

4.2.1 Segmentação de Clientes

Conforme visto capítulo 2, o empreendedorismo vem se tornando uma ferramenta fundamental para o crescimento do país, seja criando novas possibilidades, seja aperfeiçoando as já existentes que obrigam os empreendedores a continuação de esforços para tornarem seu empreendimento mais ágil e produtivo, e, principalmente, viável (SEBRAE, 2019).

A pequena e média empresa não dispõe de volumosos recursos financeiros e o pagamento do imposto justo e adequado ao seu faturamento será um diferencial para competir no mercado, oportunidade observada, uma vez que a ferramenta da “EMPRESA S” pretende atuar na simulação de cenários para o melhor enquadramento tributário dentre os três regimes existente no Brasil.

Outra segmentação focada pela “EMPRESA S”, por meio de seu aplicativo de gestão, microempreendedor individual, segmento que atualmente já ultrapassou a marca de 10 milhões no país (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2020).

Resumidamente, os principais clientes da “EMPRESA S” são as *startups* e empresas de bases tecnológicas e empreendedores e MEIs, propiciando a eles economia de tempo e dinheiro.

4.2.2 Proposta de Valor

Como forma de buscar seu crescimento comercial a “EMPRESA S” pretende entregar para cada tipo de segmento (nicho de mercado) um produto e um valor diferente. Para alcançar este resultado a empresa evidencia na criação de uma estratégia focada na responsabilidade socioeconômica.

Outra estratégia será a qualificação dos clientes, em especial os MEIs, por meio de cursos de qualificação *online* gratuito que buscam aproximar ainda mais estes da realidade do mercado, focando em seu crescimento e gerando valores agregados aos serviços oferecidos.

Somado a todos estes pontos a “EMPRESA S” se preocupa com sua função social, uma vez que sua idealização só foi possível graças ao empenho de seus idealizadores e subvenção financeira, proporcionando a capacitação e criação de oportunidades de trabalho para jovens para que desenvolvam suas habilidades empreendedoras e tragam benefícios à sociedade como um todo.

4.2.3 Canais

A “EMPRESA S”, assim como toda atividade empreendedora, precisa se aproximar cada vez mais do segmento de clientes específicos. Como a *startup* está no segmento de produtos digitais, mostrar a sua funcionalidade para potenciais clientes é muito importante. Assim, a empresa irá se utilizar de plataformas de compartilhamento de vídeos como o *YouTube*, e redes sociais como *Facebook* e *Instagram*, além de apresentação presencial para entrar em contato com este público e principalmente com as secretarias de desenvolvimento econômico dos municípios e/ou casa do empreendedor. Além disto, a empresa irá participar de feiras específicas e editais de inovação buscando propagar sua marca e se fortalecer no mercado. Outra forma de acesso ao *mix* de produtos será o próprio *site* da empresa, e outros *sites*, especializados para geração e propaganda em programas especializados como PEG (Pequenas Empresas Grandes Negócios), UOL, Exame, tendo como a somatória de canais de propagação de informação como meio para se alcançar o público.

4.2.4 Relacionamento com Clientes

A forma mais direta da “EMPRESA S” em se relacionar com os seus consumidores é apresentando a qualidade e funcionalidade dos produtos, mas em especial provar a solução que ele traz a estes clientes. Isto fica claro quando o consumidor terá a possibilidade de utilizar um dos produtos da “EMPRESA S”, como a calculadora tributo-online, por exemplo, apresentando qual o melhor regime de tributação que este deve usar, ou ainda quando o consumidor puder usufruir do aplicativo, que permite ao mesmo organizar suas contas a pagar e receber, bem como a emissão de nota fiscal e demais funções, ou seja, agregando valor e facilidade a seu cliente.

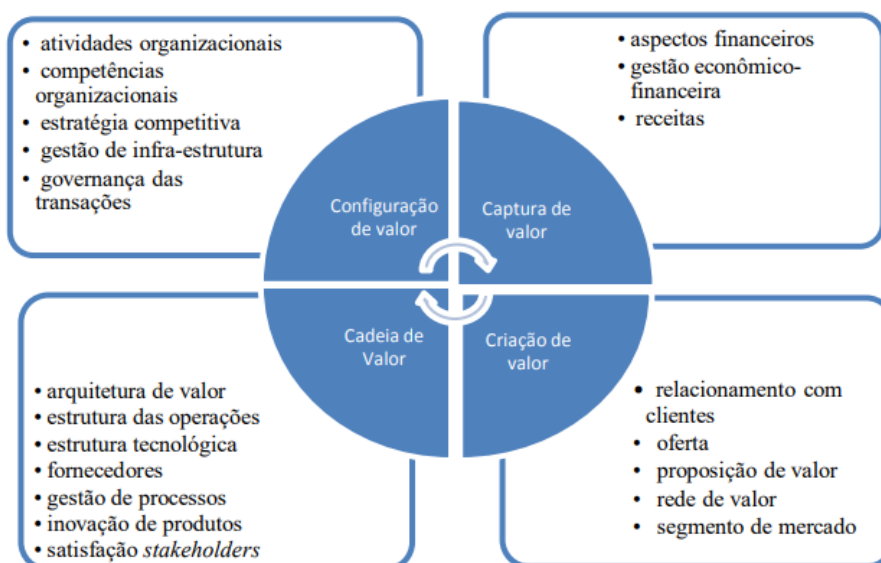
4.2.5 Fontes de Receitas

Considerando que um modelo de negócios inovador pode gerar criação de valor organizacional e mudanças na forma de fazer negócios, representa uma nova fonte de vantagem competitiva e se tornou um novo padrão para o surgimento de novos empreendedores de sucesso. O valor é criado a partir de uma combinação única de recursos que geram a inovação a partir do posicionamento crítico da organização na sua rede de valor (JAHNKE, 2009).

A empresa busca como fonte de receitas seus serviços que serão cobrados divididos em dois produtos, o primeiro que será a calculadora, o tributo-online, o qual consiste em uma consultoria tributária, e sua remuneração se dará por meio da cobrança de uma taxa de consulta de utilização da plataforma. O planejamento é atingir 230 consultas no primeiro ano, com um faturamento estimado no valor de R\$ 38.000,00 e para o segundo ano, com valores próximos dos R\$ 400.000,00 em vendas de serviços.

Essa possibilidade só será possível vez que a empresa busca atribuir valor em um cenário novo, a Figura 7, demonstra essa meta que tem como foco buscar fontes de receita através, configuração de valor, captura de valor, cadeia de valor e criação de valor.

Figura 7 - Fontes de receita através de atribuição de valor



Fonte: Autoria própria (2021).

Os cálculos foram realizados com base no cenário moderado com *ticket* médio de R\$ 165,00 para o primeiro ano e R\$ 150,00 para o segundo ano. No primeiro ano de operação se enquadrará no Simples Nacional (anexo III), faixa 1, com uma taxa de 6% de imposto e sem valor a deduzir. Para o segundo ano, o faturamento estimado é de R\$ 400.000,00, estando na 2ª faixa com uma taxa de 11,2% com valor a deduzir de R\$ 9.360,00. Nos dois primeiros anos a “EMPRESA S” pretende faturar aproximadamente R\$ 450.000,00 bruto, pagando aproximadamente R\$ 50.000,00 de impostos.

Já para o segundo produto focado ao MEIs, a empresa ainda estuda a melhor forma de remuneração, tudo indicando que será mensalidade com valores ainda em análise de aproximadamente R\$ 50,00 a R\$ 70,00, que daria uma média anual de faturamento na casa dos R\$ 100.000,00, no primeiro ano.

4.2.6 Recursos Principais

Buscando otimizar os resultados, o maior recurso da “EMPRESA S” será das empresas nascentes e principalmente as que necessitam mudar de enquadramento fiscal, como as *startups*. Estas empresas, na busca do rápido crescimento, precisam saber que tributos devem pagar e, principalmente, o quanto devem pagar, e isso é fundamental para a saúde financeira de qualquer empresa. E não é uma tarefa fácil, principalmente quando há a necessidade de mudança de enquadramento e a operação em curso, como adquirir novos clientes, aumentar a receita, contratar novos funcionários, expandir o escritório e buscar investimentos.

A dinâmica de rápido crescimento de muitas empresas como as *startups* dificulta a eficiência tributária. Saber se o ideal é o recolhimento por Lucro Presumido ou Lucro Real não é simples. Ainda mais no contexto de uma *startup* em fase de crescimento, com pouca ou nenhuma estrutura, e muitas vezes sem caixa e a intenção de escalar o negócio no curto prazo.

O diferencial da “EMPRESA S” é apresentar ferramentas que trarão agilidade, segurança e baixo custo para simulação do melhor enquadramento tributário, e para organização gerencial. Saber como potencializar os resultados deste público e extrair o máximo da vivência de cada vai ser o principal fator de sucesso da empresa.

4.2.7 Atividade Principal

As empresas de base tecnológica e as *startups*, ao contrário das empresas de base tradicional, não têm acesso a dados históricos de operações financeiras e em especial tributários, nem a precedentes ou marcos de referência.

Segundo dados da ABStartups, em 2018 foram cadastradas mais de 10 mil *startups*. Grande parte delas está concentrada no estado de São Paulo (3.081), seguido pelo Rio Grande do Sul (895) e Minas Gerais (844). Paraná conta com aproximadamente 200 *startups*. Estas empresas são geridas 72% por jovens de 25 e 40 anos, 87,13% têm homens à frente e 12,3% são comandadas por mulheres (ABStartups, 2018).

Diante deste cenário, estas empresas necessitam de ajuda e conhecimentos específicos e dentre eles o tributário. Assim, vislumbra-se para a “Empresa S” como principais clientes as empresas de base tecnológica a nível nacional, por conta disto o projeto foi desenvolvido como uma solução única a nível nacional, que permite efetuar as consultas de forma ágil e segura a qualquer hora e lugar.

A consulta sobre os regimes de tributação e suas formas e valores, possibilita a tomada de decisão da empresa uma vez que não existe um modelo pronto de tributação para as empresas de base tecnológica (colocar uma referência).

A proposta das ferramentas da “Empresa S” desmistifica as ideias negativas sobre tributação, pois testes realizados mostram que a ferramenta é um bom direcionador ao regime tributário, dando facilidade e planejamento de projeções de crescimento, e futuros aporte de capital.

4.2.8 Parcerias Chaves

Pelo fato da empresa ter sido criada de um projeto do Programa de Pós-Graduação em Inovações Tecnológicas da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Câmpus Campo Mourão, a utilização e o acesso de toda estrutura física, incluindo laboratórios de informática e intelectual desta instituição de ensino foi primordial para o seu desenvolvimento. Isto garante um bom desenvolvimento do trabalho, haja vista o fácil acesso aos professores que trabalham no curso de Bacharelado em Ciência da Computação e que auxiliaram no desenvolvimento de problemas técnicos mais complexos.

Além desta estrutura que foi disponibilizada para o pleno desenvolvimento da empresa, conta-se ainda com outras parcerias, como Chaves Escritórios de Contabilidades e Serviloja meios de pagamento (Gateway), além do SEBRAE, Sinapse e Fundação Araucária.

4.2.9 Estrutura de Custos

Para início da operação da “EMPRESA S”, a título de minimizar os gastos com mobiliário e gastos fixos, como aluguel, água, luz, telefone e *internet*, um dos sócios está arcando com as despesas e oferecendo toda a infraestrutura.

Após a graduação da empresa serão necessários mobiliário completo, computadores e outros equipamentos para a operacionalização. Nesta fase, estima-se a necessidade de aproximadamente R\$ 50.000,00 para uma instalação enxuta que suportará um faturamento anual aproximado de R\$ 400.000,00. Acredita-se que o custo será em torno de 35%, composto por recursos humanos e custos relativos de infraestrutura da empresa, almejando sempre o custo enxuto da organização.

4.3 Análise *SWOT* da “EMPRESA S”

As questões mais comuns nas organizações estão relacionadas com a necessidade de gestão, pois sem ela não se consegue o resultado esperado. Os gestores devem fazer duas coisas básicas: determinar suas atividades e colocar seus planos em prática (LUCENA, 2004). Por sua vez, o ato de planejar deve fazer parte da organização desde sua formação, buscando traçar o caminho a ser percorrido rumo ao sucesso tão esperado. (BHIMANI, 2017).

Esta Análise *SWOT* também possibilita avaliar os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças em cada departamento analisado. Esses fatores foram comprovados por meio da matriz *SWOT* uma das ferramentas utilizadas para diagnóstico e estratégia (HILL; WESTBROOK, 1997).

A partir desta premissa da necessidade de se organizar foi possível idealizar a “EMPRESA S” e verificar sua atuação perante o mercado, identificando os pontos fortes e fracos e as ameaças e oportunidades com o emprego da matriz *SWOT*.

Com a pandemia do Covid 19 que assolou o país e o mundo houve um crescimento de novos empreendedores, entre eles o MEI, que com novas ideias criaram novas oportunidades de mercado. A crise financeira gerada resultou em mais empresas precisando se adequar e reduzir custos e a necessidade de um novo enquadramento tributário tem-se mostrado oportuno para grandes mudanças.

A análise interna e externa realizada na “EMPRESA S” teve como base o direcionamento apresentado na Figura 8. Na análise externa se verificam as ameaças ou os fatores que atrapalham o desenvolvimento externo da empresa. Dentre eles se apresenta a recessão econômica, que pode levar aos potenciais clientes a repensarem seus gastos, bem como os concorrentes indiretos, os escritórios de contabilidade, os advogados tributários e alguns *sites* que fazem consultas pessoais, como o tributario.com.br, que traz uma comunidade tratando dos tributos. Embora não haja uma ferramenta computacional para avaliar a melhor forma de enquadramento tributário, esta se apresenta como um risco.

Figura 8 - Matriz SWOT da “EMPRESA S”

	AJUDA	ATRAPALHA
EXTERNA	<ul style="list-style-type: none"> - Crescimento de novos empreendedores ente eles o MEI; -Empresas precisando se adequar e reduzir custos 	<ul style="list-style-type: none"> - Recessão econômica, que pode levar aos potenciais clientes a repensarem seus gastos; -Concorrentes indiretos como, os escritórios de contabilidade, os advogados tributarias que fazem consultas pessoais e alguns sites, como o tributário.com.br.
INTERNA	<ul style="list-style-type: none"> - Multidisciplinaridade dos sócios; -Vantagem a frente à concorrênciaflexibilidade; -Tomada de decisão 	<ul style="list-style-type: none"> - Socios não conseguem se dedicar totalmente a empresa vez que estes tem outras atividades laborativas.

Fonte: Adaptado de Casarotto (2020, p. 4).

Fazendo a análise interna da empresa, um grande ponto forte identificado foi a multidisciplinaridade dos sócios. Isto se justifica dado o conhecimento que cada um tem para com o mercado atuante da empresa, que torna o negócio diferenciado e inovador, o que pode facilitar a vantagem frente à concorrência. Esta qualidade possibilita a flexibilidade da tomada de decisão e permite que a empresa se remodele e consiga verificar as necessidades do mercado.

O ponto fraco identificado na organização se dá em função de que os sócios envolvidos na empresa não conseguem se dedicar totalmente à mesma, em função de outras atividades laborativas executadas.

4.4 Apresentação dos Produtos e Fases de Desenvolvimento

4.4.1 Descrição do Produto Calculadora Tributária de Simulação de Regimes

Diante dos argumentos apresentados e da dificuldade dos empresários de entender os regimes de tributação existentes no Brasil, a “EMPRESA S” desenvolveu uma ferramenta de simulação a fim de permitir uma análise precisa da real situação da empresa em relação ao regime de enquadramento tributário.

Esta ferramenta propicia uma viabilidade da transição de forma rápida e precisa para outros regimes de tributação onde, pelo preenchimento dos campos fornecidos, o interessado poderá visualizar o quanto recolheria de impostos nos três regimes existentes no sistema brasileiro: no Simples Nacional, no Lucro Presumido e no Lucro Real.

A simulação se fará de acordo com o porte do negócio com a previsão de faturamento, lucros, despesas, compra de materiais e investimentos. Por meio do acesso, o interessado terá possibilidade de tomada de decisão em negociações, podendo seus resultados se transformar em uma vantagem para o empreendedor das mais diversas formas e tamanhos, possibilitando obter grandes avanços e a competitividade econômica e financeira.

A plataforma já tem registro de domínio comprado em nome da “EMPRESA S” e está sendo desenvolvido uma Web tecnologias, HTML5, CSS3 e *javascript*, que poderá ser acessado através de qualquer celular (Android e iOS), tablet ou *desktop* para cálculo e regime tributário.

4.4.2 O Protótipo

A metodologia utilizada para a construção do sistema foi a de prototipagem. O desenvolvimento de um protótipo é essencial para que os custos sejam controlados e os usuários possam fazer experiências com o mesmo no início do processo de desenvolvimento de uma plataforma de *software* (SOMMERVILLE, 2004).

Por este motivo a proposta de desenvolvimento da ferramenta se mostrou como uma ótima opção de simulação, permitindo uma análise mais próxima e precisa da real situação da empresa em relação ao regime de enquadramento tributário, bem como a viabilidade da transição de forma rápida e precisa para outros regimes de tributação.

Assim o protótipo do simulador foi criado em uma planilha de cálculo se utilizando de fórmulas básicas, onde se buscava verificar seu real funcionamento por meio do preenchimento dos campos fornecidos, e com isso se chegar ao melhor enquadramento fiscal dos três regimes existentes no sistema brasileiro: no Simples Nacional, no Lucro Presumido e no Lucro Real.

4.4.3 O Primeiro Protótipo

Os testes realizados demonstraram bons resultados quanto à análise das informações imputadas. Foram analisados, de forma exaustiva, vários tipos de faturamentos e gastos em ordem de grandeza e foram obtidos resultados significativos, próximo de 100% de êxito. Estes testes foram realizados em conjunto a escritórios de contabilidade que validaram as informações, demonstrando que a ferramenta trará praticidade e vantagens aos empresários.

Após alguns estudos se verificou que uso de tabelas programáveis inserindo cálculos matemáticas seria possível simular os regimes existentes, que deram origem ao estudo de viabilidade.

Esses cálculos idealizados através de fórmulas, possibilitou criar e testar as situações correntes necessárias para que os cálculos estivessem de acordo com os princípios contábeis inseridos, isso dentro de um processo de verificação de valores tributáveis do Lucro Presumido, Lucro Real e Simples nacional.

O acesso a estas informações já no primeiro protótipo permitiu analisar que a inovação proposta pela ferramenta ajudaria a contribuir com a tomada de decisão em negociações. Assim ela foi totalmente idealizada em fórmulas da planilha conforme Figura 9.

Figura 9 - Primeiro protótipo em planilha de cálculos

LUCRO REAL		LUCRO PRESUMIDO		SIMPLES NACIONAL	
Receita Bruta	R\$ 890,00	Receita Bruta	R\$ 890,00	Receita Bruta Mensal (limite de 200 mil + 20%)	R\$ 890,00
- ISS de 5%	R\$ 44,50	- ISS de 5%	R\$ 44,50	Em 12 meses	R\$ 10.680,00
- PIS de 0,65%	R\$ 5,79	- PIS de 0,65%	R\$ 5,79		
- Cofins de 3%	R\$ 26,70	- Cofins de 3%	R\$ 26,70		
= Receita Líquida	R\$ 813,02	Receita Líquida	R\$ 813,02		
- Custo do Serviço = 58,0%	R\$ 516,20	- Custo do Serviço = 58,0%	R\$ 516,20	Custo do Serviço = 58,0%	R\$ 516,20
= Margem Bruta	R\$ 296,82	Resultado operacional	R\$ 296,82		
- folha salarial = 10,0%	R\$ 89,00	- folha salarial = 10,0%	R\$ 89,00	folha salarial = 10,0%	R\$ 89,00
- encargos sociais = 27,5%	R\$ 24,48	- encargos sociais = 27,5%	R\$ 24,48	encargos sociais = 27,5%	R\$ 24,48
- despesas diversas = 2,0%	R\$ 17,80	- despesas diversas = 2,0%	R\$ 17,80	despesas diversas = 2,0%	R\$ 17,80
= Lucro Líquido	R\$ 165,54	Lucro Líquido	R\$ 165,54		
- CSLL de 9%	R\$ 14,90	Base de cálculo do Lucro Presumido CSLL			
- LALUR		- Serviços > 12%	R\$ 106,80		
- IR de 15%	R\$ 24,83	- Alíquota da CSLL de 9%	R\$ 9,61		
		Base de cálculo do Lucro Presumido IR			
		- Serviços > 32%	R\$ 284,80	Encargos Fiscais (Anexo IV)	
		- Alíquota do IR de 15%	R\$ 42,72	- Alíquota de 4,50%	R\$ 40,05
Adicional de IR se > 20 mil reais 10%	R\$ 0,00	- Adicional de IR se > 20 mil reais 10%	R\$ 0,00		
Lucro Real	R\$ 125,81	Lucro Presumido	R\$ 113,21	Lucro - Simples	R\$ 202,48

Fonte: Autoria própria (2019).

Com os resultados obtidos após análise manual dos cálculos foi possível perceber que seria vantajosa sua apresentação de resultados para os empresários, mesmo considerando diferentes ramos de atuação, pois conseguem verificar as vantagens de cada regime.

Conforme pode ser observado na Figura 9, os campos em cinza são campos editáveis a serem preenchidos pelo interessado e que após seu preenchimento apresenta o resultado do comparativo dos regimes, Figura 10, e com ele fazer uma análise primária da situação.

Figura 10 - Tabelas individualizadas de comparativo de regime

Carga Tributária - Lucro Real R\$ 19.703,00 Carga Tributária - Lucro Presumido R\$ 20.330,00 Carga Tributária- Simples R\$ 32.000,00	Carga Tributária - Lucro Real R\$ 19.703,00 Carga Tributária - Lucro Presumido R\$ 20.330,00 Carga Tributária- Simples R\$ 32.000,00	Carga Tributária - Lucro Real R\$ 19.703,00 Carga Tributária - Lucro Presumido R\$ 20.330,00 Carga Tributária- Simples R\$ 32.000,00
Lucro Presumido R\$ 20.870,00 Lucro no Simples R\$ 23.400,00	Lucro Real R\$ 20.297,00 Lucro no Simples R\$ 23.400,00	Lucro Presumido R\$ 20.870,00 Lucro Real R\$ 20.297,00

Fonte: Autoria própria (2019).

4.4.4 O Segundo Protótipo

Após alguns testes com o primeiro protótipo se verificou a necessidade de criação de um novo que atendesse a necessidade de outras empresas, e que se tornasse mais viável sua funcionalidade, e com gráficos comparativos pudesse facilitar a interpretação dos resultados por quem usasse a ferramenta. Nesse processo de um novo protótipo foi utilizado ainda cálculos matemáticos através de tabelas programáveis, porém em um novo formato que pudesse atender novas expectativas.

Assim como no primeiro protótipo, este novo apresentou suas fórmulas na planilha, porém foram inseridas novas fórmulas e novas cores com intuito de chamar mais atenção visual do simulador, como pode ser visto nas Figuras 11 e 12.

Figura 11 - Segundo protótipo em fórmulas da planilha - parte 1

PLANILHA COMPARATIVA TRIBUTÁRIA - COMÉRCIO																																																																																																																																																																																																																																																									
<table border="1"> <tr> <td colspan="2">Carga tributária</td> </tr> <tr> <td>Lucro Real</td> <td>800,00</td> </tr> <tr> <td>Lucro Presumido</td> <td>822,80</td> </tr> <tr> <td>Simplex Nacional</td> <td>160,00</td> </tr> </table>				Carga tributária		Lucro Real	800,00	Lucro Presumido	822,80	Simplex Nacional	160,00																																																																																																																																																																																																																																														
Carga tributária																																																																																																																																																																																																																																																									
Lucro Real	800,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Lucro Presumido	822,80																																																																																																																																																																																																																																																								
Simplex Nacional	160,00																																																																																																																																																																																																																																																								
<table border="1"> <tr> <th colspan="2">LUCRO REAL</th> <th colspan="2">Em Réis (R\$)</th> </tr> <tr> <td>+ Receita Bruta</td> <td>4.000,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- ICMS sobre Vendas 18%</td> <td>(720,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- PIS sobre Vendas de 3,00%</td> <td>(120,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- COFINS sobre Vendas de 8,00%</td> <td>(320,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>+ Créditos</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>ICMS: Valor Crédito sobre Compras</td> <td>288,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>PIS: Valor Crédito sobre Compras</td> <td>39,60</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>COFINS: Valor Crédito sobre Compras</td> <td>182,40</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>= Receita Líquida</td> <td>3.350,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Custo da Mercadoria Vendida = 60,0%</td> <td>(2.400,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>= Margem Bruta</td> <td>950,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Folha pagamento s/ Receita Bruta = 15,0%</td> <td>(600,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Encargos sociais sobre Folha = 25,0%</td> <td>(150,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Despesas diversas s/ Receita Bruta = 6,0%</td> <td>(240,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>= Lucro Líquido</td> <td>(40,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>CSLL de 3%</td> <td>-</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>IR de 15%</td> <td>(40,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Adicional de IR se > 20 mil reais 10%</td> <td>-</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mês de Referência: 12</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Lucro Real Carga tributária</td> <td>(40,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	LUCRO REAL		Em Réis (R\$)		+ Receita Bruta	4.000,00			- ICMS sobre Vendas 18%	(720,00)			- PIS sobre Vendas de 3,00%	(120,00)			- COFINS sobre Vendas de 8,00%	(320,00)			+ Créditos				ICMS: Valor Crédito sobre Compras	288,00			PIS: Valor Crédito sobre Compras	39,60			COFINS: Valor Crédito sobre Compras	182,40			= Receita Líquida	3.350,00			- Custo da Mercadoria Vendida = 60,0%	(2.400,00)			= Margem Bruta	950,00			- Folha pagamento s/ Receita Bruta = 15,0%	(600,00)			- Encargos sociais sobre Folha = 25,0%	(150,00)			- Despesas diversas s/ Receita Bruta = 6,0%	(240,00)			= Lucro Líquido	(40,00)			CSLL de 3%	-			IR de 15%	(40,00)			Adicional de IR se > 20 mil reais 10%	-			Mês de Referência: 12				Lucro Real Carga tributária	(40,00)			<table border="1"> <tr> <th colspan="2">LUCRO PRESUMIDO</th> <th colspan="2">Em Réis (R\$)</th> </tr> <tr> <td>+ Receita Bruta</td> <td>4.000,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- ICMS sobre Vendas 18%</td> <td>(720,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- PIS sobre Vendas de 0,65%</td> <td>(26,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- COFINS sobre Vendas de 3,00%</td> <td>(120,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>+ Créditos</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>ICMS: Valor Crédito sobre Compras</td> <td>288,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>= Receita Líquida</td> <td>3.422,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Custo da Mercadoria Vendida = 60,0%</td> <td>(2.400,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>= Margem Bruta</td> <td>1.022,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Folha pagamento s/ Receita Bruta = 15,0%</td> <td>(600,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Encargos sociais sobre Folha = 25,0%</td> <td>(150,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Despesas diversas s/ Receita Bruta = 6,0%</td> <td>(240,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>= Lucro Líquido</td> <td>32,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="4">Base de cálculo do Lucro Presumido CSLL</td> </tr> <tr> <td>Comércio > 13%</td> <td>520,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alíquota da CSLL de 3%</td> <td>(46,80)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="4">Base de cálculo do Lucro Presumido IR</td> </tr> <tr> <td>Comércio > 8%</td> <td>320,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alíquota do IR de 15%</td> <td>(48,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Adicional de IR se > 20 mil reais 10%</td> <td>-</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mês de Referência: 12</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Lucro Presumido Carga tributária</td> <td>126,80</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	LUCRO PRESUMIDO		Em Réis (R\$)		+ Receita Bruta	4.000,00			- ICMS sobre Vendas 18%	(720,00)			- PIS sobre Vendas de 0,65%	(26,00)			- COFINS sobre Vendas de 3,00%	(120,00)			+ Créditos				ICMS: Valor Crédito sobre Compras	288,00			= Receita Líquida	3.422,00			- Custo da Mercadoria Vendida = 60,0%	(2.400,00)			= Margem Bruta	1.022,00			- Folha pagamento s/ Receita Bruta = 15,0%	(600,00)			- Encargos sociais sobre Folha = 25,0%	(150,00)			- Despesas diversas s/ Receita Bruta = 6,0%	(240,00)			= Lucro Líquido	32,00			Base de cálculo do Lucro Presumido CSLL				Comércio > 13%	520,00			Alíquota da CSLL de 3%	(46,80)			Base de cálculo do Lucro Presumido IR				Comércio > 8%	320,00			Alíquota do IR de 15%	(48,00)			Adicional de IR se > 20 mil reais 10%	-			Mês de Referência: 12				Lucro Presumido Carga tributária	126,80			<table border="1"> <tr> <th colspan="2">SIMPLES NACIONAL</th> <th colspan="2">Em Réis (R\$)</th> </tr> <tr> <td>+ Receita Bruta (limite de 200 mil + 20%)</td> <td>4.000,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Em 12 meses (Anual Acumulado)</td> <td>70.888,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>= Receita Líquida</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Custo da Mercadoria Vendida = 60,0%</td> <td>(2.400,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>= Margem Bruta</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Folha pagamento s/ Receita Bruta = 15,0%</td> <td>(600,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Despesas diversas s/ Receita Bruta = 6,0%</td> <td>(240,00)</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Encargos Fiscais (Anexo I do Simples)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alíquota de 4,00%</td> <td>160,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Lucro: Simples Carga tributária</td> <td>920,00</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	SIMPLES NACIONAL		Em Réis (R\$)		+ Receita Bruta (limite de 200 mil + 20%)	4.000,00			Em 12 meses (Anual Acumulado)	70.888,00			= Receita Líquida				- Custo da Mercadoria Vendida = 60,0%	(2.400,00)			= Margem Bruta				- Folha pagamento s/ Receita Bruta = 15,0%	(600,00)			- Despesas diversas s/ Receita Bruta = 6,0%	(240,00)			Encargos Fiscais (Anexo I do Simples)				Alíquota de 4,00%	160,00			Lucro: Simples Carga tributária	920,00			<table border="1"> <tr> <th colspan="2">Receita Bruta Mensal Simples Nacional</th> </tr> <tr> <td>Janeiro</td> <td>R\$ 4.000,00</td> </tr> <tr> <td>Fevereiro</td> <td>R\$ 5.000,00</td> </tr> <tr> <td>Março</td> <td>R\$ 6.000,00</td> </tr> <tr> <td>Abril</td> <td>R\$ 7.000,00</td> </tr> <tr> <td>Maio</td> <td>R\$ 8.888,00</td> </tr> <tr> <td>Junho</td> <td>R\$ 4.000,00</td> </tr> <tr> <td>Julho</td> <td>R\$ 5.000,00</td> </tr> <tr> <td>Agosto</td> <td>R\$ 6.000,00</td> </tr> <tr> <td>Setembro</td> <td>R\$ 6.000,00</td> </tr> <tr> <td>Outubro</td> <td>R\$ 6.000,00</td> </tr> <tr> <td>Novembro</td> <td>R\$ 6.000,00</td> </tr> <tr> <td>Dezembro</td> <td>R\$ 6.000,00</td> </tr> </table>	Receita Bruta Mensal Simples Nacional		Janeiro	R\$ 4.000,00	Fevereiro	R\$ 5.000,00	Março	R\$ 6.000,00	Abril	R\$ 7.000,00	Maio	R\$ 8.888,00	Junho	R\$ 4.000,00	Julho	R\$ 5.000,00	Agosto	R\$ 6.000,00	Setembro	R\$ 6.000,00	Outubro	R\$ 6.000,00	Novembro	R\$ 6.000,00	Dezembro	R\$ 6.000,00
LUCRO REAL		Em Réis (R\$)																																																																																																																																																																																																																																																							
+ Receita Bruta	4.000,00																																																																																																																																																																																																																																																								
- ICMS sobre Vendas 18%	(720,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
- PIS sobre Vendas de 3,00%	(120,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
- COFINS sobre Vendas de 8,00%	(320,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
+ Créditos																																																																																																																																																																																																																																																									
ICMS: Valor Crédito sobre Compras	288,00																																																																																																																																																																																																																																																								
PIS: Valor Crédito sobre Compras	39,60																																																																																																																																																																																																																																																								
COFINS: Valor Crédito sobre Compras	182,40																																																																																																																																																																																																																																																								
= Receita Líquida	3.350,00																																																																																																																																																																																																																																																								
- Custo da Mercadoria Vendida = 60,0%	(2.400,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
= Margem Bruta	950,00																																																																																																																																																																																																																																																								
- Folha pagamento s/ Receita Bruta = 15,0%	(600,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
- Encargos sociais sobre Folha = 25,0%	(150,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
- Despesas diversas s/ Receita Bruta = 6,0%	(240,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
= Lucro Líquido	(40,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
CSLL de 3%	-																																																																																																																																																																																																																																																								
IR de 15%	(40,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
Adicional de IR se > 20 mil reais 10%	-																																																																																																																																																																																																																																																								
Mês de Referência: 12																																																																																																																																																																																																																																																									
Lucro Real Carga tributária	(40,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
LUCRO PRESUMIDO		Em Réis (R\$)																																																																																																																																																																																																																																																							
+ Receita Bruta	4.000,00																																																																																																																																																																																																																																																								
- ICMS sobre Vendas 18%	(720,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
- PIS sobre Vendas de 0,65%	(26,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
- COFINS sobre Vendas de 3,00%	(120,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
+ Créditos																																																																																																																																																																																																																																																									
ICMS: Valor Crédito sobre Compras	288,00																																																																																																																																																																																																																																																								
= Receita Líquida	3.422,00																																																																																																																																																																																																																																																								
- Custo da Mercadoria Vendida = 60,0%	(2.400,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
= Margem Bruta	1.022,00																																																																																																																																																																																																																																																								
- Folha pagamento s/ Receita Bruta = 15,0%	(600,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
- Encargos sociais sobre Folha = 25,0%	(150,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
- Despesas diversas s/ Receita Bruta = 6,0%	(240,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
= Lucro Líquido	32,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Base de cálculo do Lucro Presumido CSLL																																																																																																																																																																																																																																																									
Comércio > 13%	520,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Alíquota da CSLL de 3%	(46,80)																																																																																																																																																																																																																																																								
Base de cálculo do Lucro Presumido IR																																																																																																																																																																																																																																																									
Comércio > 8%	320,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Alíquota do IR de 15%	(48,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
Adicional de IR se > 20 mil reais 10%	-																																																																																																																																																																																																																																																								
Mês de Referência: 12																																																																																																																																																																																																																																																									
Lucro Presumido Carga tributária	126,80																																																																																																																																																																																																																																																								
SIMPLES NACIONAL		Em Réis (R\$)																																																																																																																																																																																																																																																							
+ Receita Bruta (limite de 200 mil + 20%)	4.000,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Em 12 meses (Anual Acumulado)	70.888,00																																																																																																																																																																																																																																																								
= Receita Líquida																																																																																																																																																																																																																																																									
- Custo da Mercadoria Vendida = 60,0%	(2.400,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
= Margem Bruta																																																																																																																																																																																																																																																									
- Folha pagamento s/ Receita Bruta = 15,0%	(600,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
- Despesas diversas s/ Receita Bruta = 6,0%	(240,00)																																																																																																																																																																																																																																																								
Encargos Fiscais (Anexo I do Simples)																																																																																																																																																																																																																																																									
Alíquota de 4,00%	160,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Lucro: Simples Carga tributária	920,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Receita Bruta Mensal Simples Nacional																																																																																																																																																																																																																																																									
Janeiro	R\$ 4.000,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Fevereiro	R\$ 5.000,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Março	R\$ 6.000,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Abril	R\$ 7.000,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Maio	R\$ 8.888,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Junho	R\$ 4.000,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Julho	R\$ 5.000,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Agosto	R\$ 6.000,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Setembro	R\$ 6.000,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Outubro	R\$ 6.000,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Novembro	R\$ 6.000,00																																																																																																																																																																																																																																																								
Dezembro	R\$ 6.000,00																																																																																																																																																																																																																																																								
<table border="1"> <tr> <td>Comércio</td> <td>Indústria</td> <td>Serviço</td> <td>Gráfico Comparativo</td> <td>Anexo I</td> <td>Anexo II</td> <td>Anexo III</td> <td>Anexo IV</td> <td>Anexo V</td> </tr> </table>				Comércio	Indústria	Serviço	Gráfico Comparativo	Anexo I	Anexo II	Anexo III	Anexo IV	Anexo V																																																																																																																																																																																																																																													
Comércio	Indústria	Serviço	Gráfico Comparativo	Anexo I	Anexo II	Anexo III	Anexo IV	Anexo V																																																																																																																																																																																																																																																	

Fonte: Autoria própria (2019).

Figura 12 - Tabelas individualizadas de gráfico comparativo



Fonte: Autoria própria (2019).

4.4.5 O Produto Final

Diante dos protótipos testados se chegou a um modelo de ferramenta viável e que se encontra em processo de finalização, precisando apenas de alguns ajustes para sua comercialização.

No modelo final a estrutura de desenvolvimento da linguagem de programação foi toda terceirizada pois conta com técnicos com alto domínio em desenvolvimento de TI (Tecnologia de Informação).

A funcionalidade da ferramenta está de acordo com os cálculos desenvolvidos em planilha como já mostrado nos protótipos anteriores, porém agora estão em linguagem de programação. Esta permite que o usuário faça sua autenticação utilizando-se de cadastro e *login* e requisição ao banco de dados por meio de código em PHP. O *JavaScript* será utilizado para funcionalidades de maior importância como cálculo financeiro e também em animações do *design* do *site*, que resultará em uma melhor interação e satisfação do usuário somado às outras tecnologias do *site*, HTML5 e CSS3, que serão utilizadas para a estruturação e aparência da plataforma, respectivamente.

Outra mudança de extrema importância em relação aos protótipos é a utilização dos diagramas da UML (*Unified Modeling Language*) que proporciona uma melhor experiência do usuário sobre as funcionalidades, fluxo de informações e objetos, essenciais para que o desenvolvimento seja bem aplicado e que a vida útil do sistema possa ser prolongada caso tecnologias forem mudadas com o passar dos anos pelas tendências de desenvolvimento do mercado, demonstrado na Figura 13.

Figura 13 - Modelo final

Calculadora de Impostos Online

Faça a simulação estimada de gastos e faturamentos que sua empresa gera de forma simples e descomplicada

Selecione o seu tipo de negócio

Comércio
 Indústria
 Serviço

Informe sua receita bruta e os tributos

Receita Bruta: 100.000,00 |
 ISS: 5% |
 Custo do Serviço: 80% |
 Folha Salarial: 15% |
 Encargos Sociais: 25% |
 Despesas Diversas: 6%

LUCRO REAL

Impostos

ICMS /s Venda: 18,00% - 18.000,00

PIS /s Venda: 3,00% - 3.000,00

COFINS /s Venda: 8,00% - 8.000,00

Créditos sobre compras

ICMS: 7.200,00

PIS: 990,00

COFINS: 4.560,00

Receita Líquida: 89.750,00

Custo mercadoria vend.: - 80.000,00

Margem Bruta: 29.750,00

Fl. Pagto /s Rec. Bruta: - 15.000,00

Encargos sociais sob. Folha: - 3.750,00

Despesas diversas /s receita: - 6.000,00

Lucro Líquido: - 1.000,00

CSLL de: 9,00% 0,00

LUCRO PRESUMIDO

Impostos

ICMS /s Venda: 18,00% - 18.000,00

PIS /s Venda: 0,65% - 650,00

COFINS /s Venda: 3,00% - 3.000,00

Créditos sobre compras

ICMS: 7.200,00

Receita Líquida: 85.550,00

Custo mercadoria vend.: - 80.000,00

Margem Bruta: 25.550,00

Fl. Pagto /s Rec. Bruta: - 15.000,00

Encargos sociais sob. Folha: - 3.750,00

Despesas diversas /s receita: - 6.000,00

Lucro Líquido: 800,00

Base de Cálculo do Lucro Presumido CSLL

Comércio: 13,00% 13.000,00

Alíquota de IR: 9,00% - 1.170,00

Base de Cálculo do Lucro Presumido IR

SIMPLES NACIONAL

Receita Líquida

Custo mercadoria vend.: - 80.000,00

Margem Bruta

Fl. Pagto /s Rec. Bruta: - 15.000,00

Despesas diversas /s receita: - 6.000,00

Encargos Fiscais

Anexo: ANEXO I

Alíquota: 4,00% 4.000,00

Lucro Simples

Carga Tributária: 23.000,00

Fonte: Autoria própria (2020).

4.4.6 Validação do Produto

Para viabilizar um produto a ser lançado, devem ser feitas premissas e iniciar um ciclo de verificação. No contexto das *startups*, esta questão é ainda mais crítica, pois muitas destas empresas passam o tempo todo pesquisando e buscando novas tecnologias sem se preocupar, ou muitas vezes se esquecendo de verificar suas ideias, podendo levar a rejeição do produto no mercado (PINTO, 2015).

O objetivo desta etapa foi avaliar a ferramenta e a sua funcionalidade por meio de padrões definidos. Portanto, o instrumento e os padrões analíticos foram verificados nesta etapa por uma pesquisa pré-definida. A fase de verificação do produto final da calculadora da “EMPRESA S” consistiu em um questionário *online*, enviado a 100 (cem) empresários, no período de 13 a 27 de outubro de 2020. O questionário, continha também um *link* para que os participantes testassem a funcionalidade e a praticidade da calculadora tributária.

Conforme mostrado na Figura 14, esse questionário foi criado para execução de testes de aceitação e verificação de resultados de forma posterior.

Figura 14 - Pesquisa do produto calculadora tributária de simulação de regimes

Pesquisa do Produto Calculadora tributária de Simulação de Regimes.

Prezado(a)

Enviamos essa mensagem para convidá-lo(la) a participar da pesquisa que está sendo desenvolvida com interesse de verificação de Funcionalidade do produto Calculadora tributária de Simulação de Regimes.

A pesquisa tem por objetivo identificar o comportamento do usuário, com relação as simulações possíveis possibilitada pela ferramenta referente aos três regimes mais usuais no Brasil, Lucro Presumido, Lucro Real, e o Simples Nacional.

Para participar basta simular o seu enquadramento através do site <http://mactus.com.br/smart-tribute/> e posteriormente responder ao questionário que encontra-se disponível abaixo.

O tempo médio de resposta é de apenas 10 minutos.

Os resultados darão subsídios para formulação de melhorias na ferramenta bem como sua viabilidade junto ao mercado de consumo.

Fonte: Autoria própria (2020).

O questionário foi formulado buscando a compreensão dos participantes, e tinha como foco testar as suas funcionalidades do produto antes de colocá-los no mercado conforme demonstra a Figura 15.

Figura 15 - Perguntas do questionário

The image shows a questionnaire with four questions:

- Question 1:** "Você conhece o regime tributário utilizado pela sua empresa?" (Do you know the tax regime used by your company?). Options: Sim, Não.
- Question 2:** "Após o uso da ferramenta qual nota vc dá para o resultado obtido com o simulador para os valores pago por você hoje de tributos." (After using the tool, what grade do you give for the result obtained with the simulator for the tax values you pay today?). A 10-point Likert scale is shown with the first two points selected. Text below: "Não se aproximou em nada com os valores pago hoje" (Did not approach at all the values paid today) and "Aproximou-se e muito dos valores pago hoje" (Approached and a lot of the values paid today).
- Question 3:** "Qual regime você usa na sua empresa para apurar a tributação?" (Which regime do you use in your company to calculate the tax?). Options: Simples, Lucro Presumido, Lucro Real.
- Question 4:** "Pelo uso do simulador com os resultados obtidos, você mudaria de regime de tributação." (Using the simulator with the results obtained, would you change your tax regime?). Options: Sim, Não.
- Question 5:** "Se você tivesse uma empresa que ofertasse este tipo de serviço, 'calculadora tributária', similar a que você acabou de utilizar você estaria disposto a pagar por este atendimento?" (If you had a company that offered this type of service, 'tax calculator', similar to the one you just used, would you be willing to pay for this service?). Options: SIM, NÃO.

Fonte: Autoria própria (2020).

O formulário enviado foi respondido por 65 (sessenta e cinco) empresários. Pelo resultado foi possível prever problemas e melhorar a estratégia de negócio, além de fornecer um meio importante de obter informações do mercado e do público alvo.

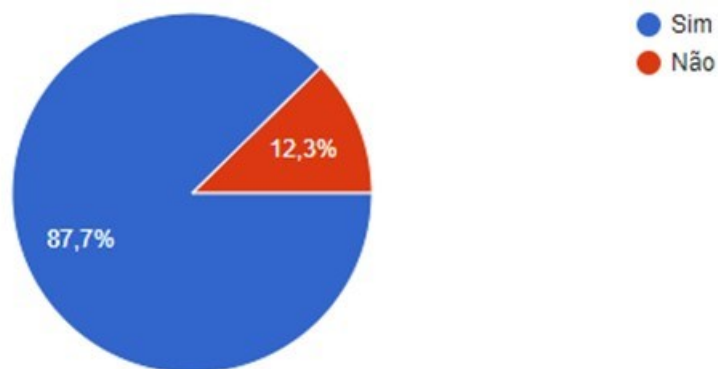
Como objetivo principal, a pesquisa buscou verificar a funcionalidade e eliminar erros graves e garantir que haja problemas que valham a pena resolver e soluções que muitos clientes estejam dispostos a pagar.

Tomando como referência, a Figura 16 revela que dos 65 (sessenta e cinco) que responderam às perguntas, um percentual de 87,7% conhece o regime tributário que estão inseridos.

Figura 16 - Perguntas do questionário

Você conhece o regime tributário utilizado pela sua empresa?

65 respostas



Fonte: Google.docs (2020).

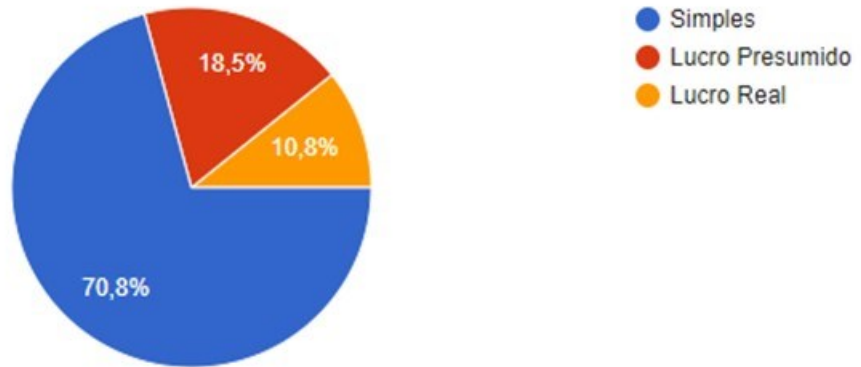
Nesta etapa do modelo proposto se observa o conhecimento do cliente a respeito do regime adotado pela empresa. Ou seja, o tipo de informação ajuda a empresa fazer seu planejamento tributário como qualquer outra atividade de gestão empresarial, visando promover a melhoria do desempenho econômico e financeiro e se compromete a maximizar o retorno sobre o investimento (SANTA; REZENDE, 2016).

Na Figura 17, observa-se que entre os três regimes atualmente existentes no Brasil (Lucro presumido, Lucro real, e o Simples Nacional), 70,8% utilizam o Simples Nacional. Esse número da pesquisa aponta que o Simples Nacional ainda é muito usado vez que sua criação é baseada dentro do aludido contexto jurídico constitucional, com o objetivo precípua de desonerar a carga de impostos e de contribuições sociais recolhidos pelas ME e EPP, relativamente aos outros regimes de tributação disponíveis, com vistas a possibilitar-lhes uma disputa de mercado menos injusta, em que seja minimizada a desigualdade de condições existente entre os empreendimentos de grande e de pequeno porte, e por esse pensamento tantas empresa se utilizam desse regime (BRAVO, 2013).

Figura 17 - Perguntas do questionário

Qual regime você usa na sua empresa para apurar a tributação?

65 respostas



Fonte: Google.docs (2020).

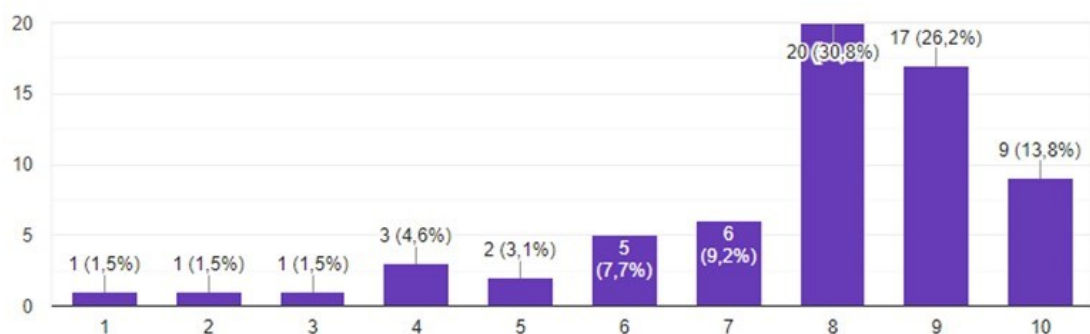
Na fase de verificação da hipótese, conforme demonstra Figura 18, se buscou verificar a real funcionalidade da calculadora. O resultado esperado com esta questão era saber se realmente os cálculos apresentados pela calculadora eram parecidos ou aproximados dos valores pagos com tributos pelas empresas participantes, e que essas pontuassem o valor obtido com o uso do simulador, e pelo resultado o maior percentual de 30,8% se referiu a nota 8,0, mostrando que o produto atingiu o resultado esperado.

Figura 18 - Perguntas do questionário

Após o uso da ferramenta qual nota vc dá para o resultado obtido com o simulador para os valores pago por você hoje de tributos.



65 respostas



Fonte: Google.docs (2020).

Ao se identificar um grupo de empresas que participaram do teste, foi possível determinar aceitação da calculadora e checar se com os cálculos disponibilizados aos participantes mudariam a sua forma de tributação. Uma vez verificadas as respostas conforme, demonstra a Figura 19, pode-se verificar que 56,9% dos empresários que participaram dos testes mudariam seu regime de tributação, o que demonstra que a calculadora teve um papel fundamental nessa escolha.

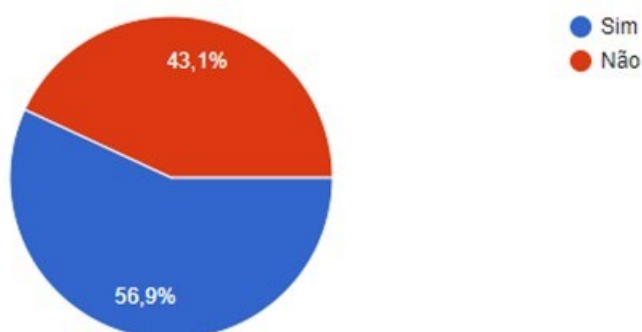
Os empresários geralmente não dão a devida atenção à contabilidade como uma ferramenta de apoio, mas porque as empresas têm que cumprir muitas obrigações burocráticas e acessórias, eles vêm os contadores como os responsáveis por todas essas tarefas (HENRIQUE, 2008).

As atividades de acompanhamento da empresa têm dois fatores: um é a falta de conhecimentos relevantes, a importância das informações fornecidas pela contabilidade gerencial; a outra é se refere à qualidade contabilidade, geralmente apenas o despachante contábil (CIA; SMITH, 2001).

Figura 19 - Perguntas do questionário

Pelo uso do simulador com os resultados obtidos, você mudaria de regime de tributação.

65 respostas



Fonte: Google.docs (2020).

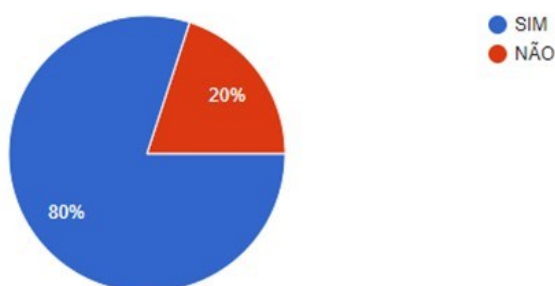
A elaboração da pesquisa da calculadora tributária da “EMPRESA S” é um dos momentos mais desafiadores relacionados a outras etapas do estudo como parte do processo de construção da ferramenta até sua validação.

Desde a personalização do produto muita atenção deve ser dada em muitos aspectos, em especial se as pessoas estariam dispostas a pagar por um serviço como o oferecido pela calculadora. Por sua vez a pesquisa demonstrou que os empresários que tiveram acesso a ferramenta 80 % estariam dispostos a pagar para ter acesso a esses cálculos conforme demonstra a Figura 20.

Figura 20 - Perguntas do questionário

Se você tivesse uma empresa que ofertasse este tipo de serviço, "calculadora tributária", similar a que você acabou de utilizar você estaria disposto a pagar por este atendimento?

65 respostas



Fonte: Google.docs (2020).

Portanto, ao aplicar essa pesquisa com todos os índices apresentados tendo que ao final 80% estariam dispostos a pagar por esse serviço acredita-se na viabilidade da ferramenta.

Pode-se entender com o resultado da pesquisa que a "EMPRESA S" tem um potencial para criação de um novo mercado, onde validação do novo negócio, coloca seus empreendedores em uma nova possibilidade através da capacidade de execução no próximo estágio da inovação que será o lançamento do produto no mercado.

4.5 Descrição do Produto Aplicativo para o MEI

O aplicativo desenvolvido é uma ferramenta de gestão que tem como foco os MEIs e com a finalidade de os ajudar no processo de organização. Com ele o usuário consegue controlar contas a pagar e receber, emitir nota fiscal, orçamento, cobrança, e transferir a sua DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional).

A intenção da “EMPRESA S” com este aplicativo é ajudar a gestão do seu público alvo, tendo como contrapartida a cobrança por meio de mensalidade com valor a definir. A implementação da solução e desenvolvimento encontra-se em fase final.

Como forma de aproximação ao público alvo foi utilizado tecnologia *React Native*, PHP e MariaDB, para utilização tanto em iOS quanto em *Android*.

4.5.1 O Aplicativo Desenvolvido e suas Funcionalidades

A tela inicial proposta é a cadastral, que pode ser observada na Figura 21. No intuito de facilitar a interpretação, foi projetada buscando melhor aproveitamento do espaço da tela e rápido entendimento do usuário sobre quais opções de interação ela oferece.

Figura 21 - Tela inicial do aplicativo



Fonte: Autoria própria (2020).

Após a liberação do cadastro, o sistema tela de identificação possui campos com toda funcionalidade do aplicativo e dados editáveis. Assim é possível que o cliente consiga visualizar todas as possibilidades e funcionalidades do aplicativo Figura 22.

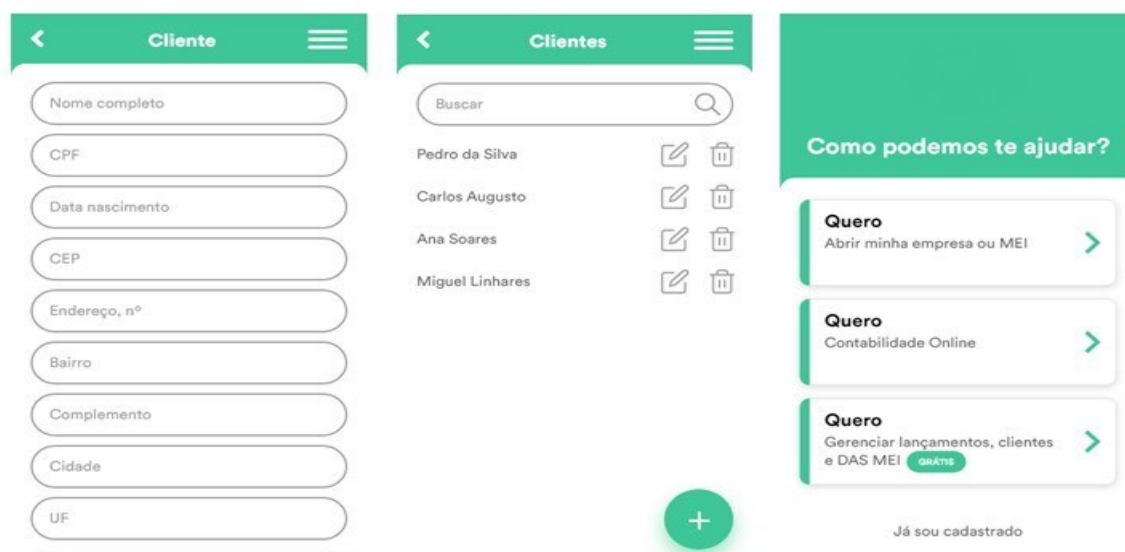
Figura 22 - Tela secundária do aplicativo



Fonte: Autoria própria (2020).

Em última tela, observada na Figura 23, tem-se a função cadastro de clientes e informações adicionais, objetivando apresentar ao usuário informações de cadastramento e informações adicionais.

Figura 23 - Tela cliente do aplicativo



Fonte: Autoria própria (2020).

Em um contexto de planejamento de novos produtos, o aplicativo atende as expectativas da “EMPRESA S”, bem como seu público a qual se destina: o MEI. Com isto se almeja o crescimento organizacional de seus clientes, focando-se na rentabilidade que o produto pode oferecer.

4.5.2 Validação do Produto

Nesta fase, é realizada a análise do produto conduzida pela “EMPRESA S” para confirmar a eficácia de seu aplicativo por meio de ferramentas e métodos definidos. Apresentar o aplicativo ao mercado de consumo para validar a aprovação da amostra é a forma de autorizar a comercialização, com fases e avaliações, garantindo eficácia e atendimento às metas da estratégia competitiva da empresa em melhorar sua aceitação (GAVIRA *et al.*, 2007).

Apesar da existência de um protótipo em fase de desenvolvimento, a “EMPRESA S” precisa de uma análise que busque determinar a satisfação do cliente com o produto. No entanto, a empresa só poderá fazer isso de forma posterior, uma vez que o cronograma de implantação do produto ao mercado foi alterado devido a problemas resultante de seu desenvolvimento de molde final ficando definido seu

início para janeiro de 2021, dificultando determinar uma posição à satisfação das necessidades e superação das expectativas de seus clientes.

Somente após esses testes que se poderá verificar os resultados de funcionalidade e aceitação, subsequentemente, disponibilizar o produto para comercialização.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no desenvolvimento apresentado foi possível observar que a ação do empreendedor deve ser pautada por uma análise sobre a viabilidade de mercado. Por este motivo se propôs verificar a viabilidade da “EMPRESA S”, fazendo um estudo aplicado e assim chegar a seus potenciais produtos e sua viabilidade econômica e financeira.

Da análise dos fatores que tornaram possível e contribuíram para o desenvolvimento do estudo e suas possibilidades, está a dificuldade que os empreendedores e empresários têm em entender as formas de tributação existentes no Brasil, o que torna viável um dos produtos da empresa, a calculadora da *Tributo-online*. Outro ponto importante e que mostrou a viabilidade do trabalho foi o crescimento do número de microempreendedor individual, abrindo um leque de oportunidades, uma vez que a organização da gestão neste mercado aparenta estar distante.

Diante do andamento do trabalho foi possível analisar, por meio da abertura da empresa, o estudo de viabilidade e o mesmo se mostrou totalmente favorável, pois a busca por informações durante a pesquisa e criação do empreendimento e o estudo mercadológico, demonstraram que projeto empresarial proposto, somado aos aspectos jurídicos e legais, a posição de seus produtos no mercado e estratégias para comercialização dos produtos, comprovaram sua viabilidade.

O cenário projetado pelo trabalho e seu potencial de comercialização de produtos está diretamente relacionado ao planejamento anterior à abertura do negócio, pois este é indispensável, tendo no cenário de mercado as suas oportunidades. No entanto, tão importante quanto o desenvolver produtos é lembrar da importância da função social das organizações, propiciando assim um mecanismo de apoio às micro e pequenas empresas, tanto na simplificação e/ou desoneração dos tributos, como no proporcionar formas de organização de sua gestão. Isto poderá ser um grande impulsionador do empreendedorismo, pois este tem um papel crucial em qualquer economia e não diferente na brasileira, e as micro e pequenas empresas representam um grande motor na geração de renda (empregos) e, claro, na geração de impostos.

Conclui-se, portanto, que o projeto tem viabilidade, uma vez que foi apresentada a aceitação de que 80% dos empresários estariam dispostos a pagar por pelo serviço da calculadora.

No entanto, verifica-se a necessidade de um plano de *marketing* para fortalecer a empresa no mercado e com isto se tornar uma marca conhecida e reconhecida por seus futuros clientes. Outro ponto importante é a realização de uma pesquisa de mercado junto a possíveis novos clientes, buscando desenvolver novos produtos que somados aos já existentes apresentem novas fontes de renda ao projeto, sendo sugerido como pesquisa a possibilidade de uma contabilidade *on-line*, por exemplo.

Ainda na segmentação de novos mercados, recomenda-se um estudo da viabilidade do aplicativo ser utilizado em todo o Brasil dado as particularidades de cada estado, em especial a compatibilidade de emissão de nota fiscal pelo mesmo junto aos sistemas locais.

E por fim, o estudo futuro de parcerias com órgãos públicos oferecendo os produtos e soluções em forma de *Workshop* no intuito de qualificar um futuro mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACS, Z. J.; BRAUNERHJELM, P.; AUDRETSCH, D. B.; *et al.* The knowledge spillover theory of entrepreneurship. **Small Business Economics**, v. 32, n. 1, p. 15-30, 2016. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-008-9157-3>. Acesso em: 16 nov. 2020.
- ALEXANDRE, R. **Direito tributário esquematizado** 12. ed. São Paulo: Método, 2018.
- ALEXANDRE, R. **Direito tributário esquematizado** 9. ed. São Paulo: Método, 2015.
- ALMEIDA, F. **Contabilidade e gestão de tributos**. 1. ed. São Paulo: Fiscosoft, 2015.
- AMARO, L. **Direito tributário brasileiro**. 20. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.
- AMARO, L. **Direito tributário brasileiro**. 22. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.
- ANDRADE FILHO, E. O. **Imposto de renda das empresas**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2013.
- ANDRADE FILHO, E. O. **Imposto de renda das empresas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- AUDY, J. L. N. **Dos parques científicos e tecnológicos aos ecossistemas de inovação**: desenvolvimento social e econômico na sociedade do conhecimento. Brasília, DF: ANPROTEC, 2016. Disponível em: <https://www.feevale.br/Comum/midias/684044bd-5e6b-4413-9a86-463e49c79d2a/parquescientificos.pdf>. Acesso em: 23 jul. 2020.
- BALEEIRO, A. **Limitações constitucionais ao poder de tributar**. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2010.
- BANDERA, C.; KESHTKAR, F.; BARTOLACCI, M. R.; *et al.* Knowledge management and the entrepreneur: Insights from Ikujiro Nonaka's Dynamic Knowledge Creation model (SECI). **International Journal of Innovation Studies**, v. 1, n. 3, p. 163-174, 2017. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2096248717300061>. Acesso em: 16 nov. 2020.
- BARBOSA, S. T. **Avaliação do imposto da lei complementar nº 155/16 no Simples Nacional**. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Contábeis) - Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BASILIO, P. **Conheça os segredos de cinco startups milionárias**. IG Economia. Disponível em: <http://economia.ig.com.br/financas/seunegocio/2013-08-12/conheca-os-segredos-de-cinco-startups-milionarias.html>. Acesso em: 22 mar. 2019.

BERNARDI, L. A. **Empreendedorismo e armadilhas comportamentais**. São Paulo: Atlas, 2015.

BHIMANI, A. **Financial management for technology start-ups**. London: Kogan Page, 2017. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-70772018000200189&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 10 dez. 2018.

BLANK, S.; DORF, B. **Startup manual do empreendedor: o guia passo a passo para construir uma grande empresa**. Rio de Janeiro: Editora Alta books, 2014.

BORRELLI, I. **Passo a passo para criar uma startup**. São Paulo: Startse, 2017.
BRASIL. Lei nº 12.814, de 16 de maio de 2013. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12814.htm. Acesso em: 15 jul. 2020.

BRASIL. **Lei Complementar nº 123**, de 14 de dezembro de 2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm. Acesso em: 01 jul. 2020.

BRASIL. **Decreto-lei nº 1.598**, de 26 de dezembro de 1977. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/Del1598.htm. Acesso em: 25 jul. 2020.

BRASIL. **Código tributário nacional**. Lei Nº 5.172, de 25 de outubro de 1966. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5172.htm. Acesso em: 25 jun. 2020.

BRASIL. **Decreto-lei nº 5.844**, de 23 de setembro de 1943. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/Del5844.htm. Acesso em: 17 jul. 2020.

BRAVO, K. C. F. da Silva. **Simples Nacional e Prestação de Serviços: um mapa da não desoneração nas grandes cidades brasileiras**. Prêmio Simples Nacional e Empreendedorismo 3. ed. 2013.

BLOCK, J. H.; FISCH, C. O.; VAN PRAAG, M. The Schumpeterian entrepreneur: a review of the empirical evidence on the antecedents, behaviour and consequences of innovative entrepreneurship. **Industry and Innovation**, v. 24, n. 1, p. 61-95, 2017. Disponível em: <https://research.vu.nl/en/publications/the-schumpeterian-entrepreneur-a-review-of-the-empirical-evidence>. Acesso em: 16 nov. 2020.

BURR, R. J. L.; IRWIN, R. D. **New business ventures and the entrepreneurship**. Illinois: Auston Press, 1985.

CANTILLON, R. **Ensaio sobre a natureza do comércio em geral**. Curitiba: Segesta, 2002.

CARVALHO, F. J. de; MURGEL, M. I. **IRPJ: teoria e prática jurídica**. 2. ed. São Paulo: Dialética, 2000.

CARVALHO, H. G.; REIS, D. R.; CAVALCANTE, M. B. **Gestão da inovação**. Curitiba, PR: Aymarã Educação, 2011.

CASAROTTO, C. **Aprenda o que é análise SWOT, ou análise FOFA, e saiba como fazer uma análise estratégica do seu negócio**. Rock Content, 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/como-fazer-uma-analiseswot/>. Acesso em: 16 jun. 2019.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Manole, 2012.

CIA, J. N. S.; SMITH, M. S. J. O papel da contabilidade gerencial nas PMES (pequenas e médias empresas): um estudo nas empresas de calçados de Franca-SP. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 25., 2001, Campinas. **Anais [...]**. Campinas: Associação Nacional de Programa de Pós-Graduação em Administração, 2001, 1 CD-ROM.

COELHO JUNIOR, F. A. **Gestão estratégica: um estudo de caso de percepção de mudança de cultura organizacional** *strategical management: a study of case of change's perception of organizational culture*. 2003. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.1A1D661&lang=pt-br&site=eds-live&scope=site>. Acesso em: 17 nov. 2020.

CORAL, E.; OGLIARI, A.; ABREU, A. F. **Gestão integrada da inovação: estratégia, organização e desenvolvimento de produtos**. São Paulo: Atlas, 2011.

COSTA, A. M. da; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 2, p. 179-197, 2011. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edssci&AN=edssci.S1415.6552011000200002&lang=pt-br&site=eds-live&scope=site>. Acesso em: 17 nov. 2020.

CREPALDI, S. A. **Planejamento tributário: teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

CREPALDI, S. A. **Planejamento tributário: teoria e pratica**. São Paulo: Saraiva, 2012.

CUSUMANO, M. A. **Evaluating a startup venture**. Acm.org. Disponível em: <https://cacm.acm.org/magazines/2013/10/168183-evaluating-a-startup-venture/fulltext>. Acesso em: 16 nov. 2020.

DAŇKO, M. A. P. Ž. The digital tax system in the light of GDPR. **Bratislava Law Review**, v. 2, n. 2, p. 183-190, 2018.

DEGEN, R. J. **O empreendedor**: empreendedor como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELA, F. **Pedagogia empreendedora**. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.

DORF, B.; BLANK, S. **The startup owner's manual**: the step-by-step guide for building a great company. K & Ranch, Inc. Publishers. Pescadero: California, USA, 2012.

ELLERY JUNIOR, R. Impactos econômicos da contribuição social sobre o lucro líquido. In: SACHSIDA, Adolfo (Org.). **Tributação no Brasil**: estudos, ideias e propostas. Brasília: Ipea, 2017. Cap. 7. p. 183-201. Disponível em: [http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7958/1/Tributa%20a7%20a3o%20no%20B rasil_estudos_ideias%20e%20propostas.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/7958/1/Tributa%20a7%20a3o%20no%20Brasil_estudos_ideias%20e%20propostas.pdf). Acesso em: 02 jul. 2019.

FABRETTI, L. C. **Contabilidade tributária**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FABRETTI, L. C. **Prática tributária das micro, pequena e média empresa**: legislação tributária e empresarial, lei do simples e tributação da média empresa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

FABRETTI, L. C.; FABRETTI, D. R. **Direito tributário para os cursos de administração e ciências contábeis**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

FISCHMANN, A. A.; ALMEIDA, M. I.R. **Planejamento estratégico na prática**. São Paulo: Atlas, 1995.

GALESNE, A.; FENSTERSEIFER, J. E.; LAMB, R. **Decisões de investimentos da empresa**. São Paulo: Atlas, 1999.

GAVIRA, M. D.O.; FERRO, A.F. P.; ROHRICH, A. S.; *et al.* Gestão da inovação tecnológica: uma análise da aplicação do funil de inovação em uma organização de bens de consumo. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 8, n. 1, p. 77-107, 2007. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1678-69712007000100077&lng=en&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 16 nov. 2020.

GERBER, M. E. **O mito do empreendedor**: como fazer de seu empreendimento um negócio bem-sucedido. São Paulo: Saraiva, 1992.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Editora Atlas, 1987.

GINTARE G.; LUKAS G.; GINTARAS C. Tax system evaluation model in the context of entrepreneurship promotion: theoretical aspect. **International Journal of Economics and Financial Issues**, v. 6, n. 6S, p. 40-45, 2016. Disponível em: <https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/3108>. Acesso em: 16 nov. 2020.

GOVINDARAJAN, V.; EUCHNER, J. Reverse innovation: an interview with vijay Ggvindarajan. **Research-Tachnology Management**, 2012, pp. 77-102.

GRECO, M. A. **Planejamento tributário**. São Paulo: Dialética, 2004.

HARADA, K. **Direito financeiro e tributário**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

HENDERSON, J.; WEILER, S. Entrepreneurs and Job Growth: Probing the Boundaries of Time and Space. **Economic Development Quarterly**, v. 24, n. 1, p. 23-32, 2009. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0891242409350917>. Acesso em: 16 nov. 2020.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HILL, T.; WESTBROOK, R. SWOT Analysis: it's time for a product recall. **Long Range Planning**, p. 46-52, 1997.

HENRIQUE, M. A. **A importância da contabilidade gerencial para micro e pequena empresa**. 2008. Monografia (Especialização em Gestão Contábil) - Universidade de Taubaté, 2008.

HOLTZ-EAKIN, D.; CHIHWA K. **Entrepreneurship and economic growth**: the proof is in the productivity. SURFACE. Disponível em: <https://surface.syr.edu/cpr/111/>. Acesso em: 16 nov. 2020.

HOTTENROTT, H.; HALL, B., H.; CZARNITZKI, D. Patents as quality signals? The implications for financing constraints on R&D. **Economics of Innovation and New Technology**, v. 25, n. 3, p. 197-217, 2016.

JAHNKE, M. Innovation through design thinking. **Business & Design Lab**. Sweden, 2009.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo, Atlas, 1998.

LUCENA, W. G. L. **Uma contribuição ao estudo das informações contábeis geradas pelas micro e pequenas empresas localizadas na cidade de Toritama Agreste Pernambucano**. 2004. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) - Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós-graduação em Ciências Contábeis - Convênio UnB, UFPB, UFPE e UFRN, João Pessoa, 2004.

LUECKE, R. **Ferramentas para empreendedores**: ferramentas e técnicas para desenvolver e expandir seus negócios. Rio de Janeiro: Record, 2007.

MACEDO, M.; GUILLERMO, A.; LEZANA, R.; *et al.* **Bussines Model Canvas**: a construção do modelo de negócio de uma empresa de móveis. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/59618733.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2020.

MACHADO, H. B. **Curso de direito tributário**. 40. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

MARINS, J.; BERTOLDI, M. M. **Simples Nacional**: estatuto da microempresa e da empresa de pequeno porte comentado. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

MARQUES, E. **Finanças públicas**: administração financeira e orçamentária. São Paulo: Saraiva, 2015.

MATIAS-PEREIRA, J. **Finanças públicas**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MENDES, J. **Manual do empreendedor**: como construir um empreendimento de sucesso. São Paulo: Atlas, 2009.

MENEZES, B. A. A contabilidade aplicada na gestão tributária das pequenas empresas. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, v. 3, n. 11, p. 78-96, 2018.

MONTANHA JUNIOR, I. R.; *et al.* **Importância, definições e modelos de inovação**. São Paulo: Atlas, 2011.

MOURA, L. R. C.; ANTONACCI, P. D.; MOURA, L. E. L.; CUNHA, N. R. S.; VEIGA, R. T. **Elaboração de um diagnóstico estratégico**: o estudo de caso da Siematec Informática. 2008. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/5523/elaboracao-de-um-diagnostico-estrategico--o-est--->. Acesso em: 13 fev. 2020.

NIMINET, L. A.; BUCUR, I. A. Romania's tax system: going backwards or moving forward? Studies and scientific researches. **Economics edition**, n. 27, 2018. Disponível em: <http://sceco.ub.ro/index.php/SCECO/article/view/412>. Acesso em: 16 nov. 2020.

NOGAMI, V. K. C.; MEDEIROS, J.; FAIA, V. S. Análise da evolução da atividade empreendedora no Brasil de acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) entre os anos de 2000 e 2014. **REGPEPE - Revista de Empreendedorismo e**

- Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 31, 2015. Disponível em: <https://www.regepe.org.br/regepe/article/view/118>. Acesso em: 16 nov. 2020.
- OECD. **Manual de Oslo**: guidelines for collecting and interpreting innovation. 4. ed. 2018.
- OCDE. **Manual de Oslo**. 3. ed. Traduzido pela FINEP. Paris, Eurostat, 2005.
- OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologias e práticas. São Paulo: Atlas, 1995.
- OLIVEIRA, L. M. *et al.* **Manual de contabilidade tributária**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- OLIVEIRA, L. M. *et al.* **Manual de contabilidade tributária**: textos e testes com as respostas. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2013.
- OSTERWALDER, A. PIGNEUR, Y. **Business Model Generation - inovação em modelos de negócios**: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Atlas Books, 2011.
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y; **The business model ontology**: a proposition in a design science approach. 2009. Tese (Doutorado em Informática de Gestão) - l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales da Universidade de Lausanne, 2009.
- PACHECO, A. C. IETEC - Instituto de Educação Tecnológica. **Startups**: modelo de negócio em alta no Brasil expande mercado para profissionais de TI. Disponível em: http://www.techoje.com.br/site/techoje/categoria/detalhe_artigo/1789. Acesso em 16 nov. 2020.
- PÊGAS, P. H. **Manual de contabilidade tributária**. 5. ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos Editora, 2007.
- PÊGAS, P. H. **Manual de contabilidade tributária**: análise dos impactos tributários das Leis n. 11.638/07, n. 11.941/09 e dos pronunciamentos emitidos pelo CPC. 7. ed. São Paulo: Freitas Bastos, 2011.
- PEREIRA, F. O. S. **Simples Nacional**: aspectos práticos, comentários: microempresas e empresas de pequeno porte. 2. ed. Fortaleza: Fortes, 2010.
- PINTO, R. s. **Processo de desenvolvimento de novos produtos em startups**: proposta de modelo. Rio Grande do Norte: UFRN, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/23035>. Acesso em: 16 nov. 2020.
- PODER360. **Número de MEIs no Brasil chega a 10 milhões**. Poder360. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/numero-de-meis-no-brasil-chega-a-10-milhoes/>. Acesso em: 21 mai. 2021.

PORTAL DO EMPREENDEDOR, Disponível em:
<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>. Acesso em: 20 mar. 2020.

PORTER, M. E. **Competição**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

RECEITA FEDERAL. **Instrução Normativa SRF nº 79/2000**. Disponível em:
<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=14331&visao=original#:~:text=IN%20SRF%20N%C2%BA%2079%20%2D%202000&text=Declara%20revogadas%20as%20Instru%C3%A7%C3%B5es%20Normativas,1969%20a%20dezembro%20de%201999>. Acesso em: 14 julh. 2020.

RECEITA FEDERAL. **O que é o Simples Nacional**. Disponível em:
<http://www8.receita.fazenda.gov.br/simplesnacional/documentos/pagina.aspx?id=3>. Acesso em: 02 jan. 2019.

REIS F.; ALÍRIO, L. **IRPJ e CSLL: empresas tributadas pelo Lucro Presumido aspectos gerais**. São Paulo: Lex Editora, 2006.

REIS, D. R. **Gestão da inovação tecnológica**. São Paulo: Manole, 2004.

RIBEIRO, O. M.; PINTO, M. A. **Introdução à contabilidade tributária**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

RIES, E. **A startup enxuta: como empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas**. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

RODRIGUES, A.; *et al.* **IRPJ e CSLL: manual do imposto de renda pessoa jurídica e contribuição social sobre lucro líquido**. 3. ed. São Paulo: IOB, 2009.

SANTANA, S. L. L.; REZENDE, A. J. Corporate tax avoidance and firm value: evidence from Brazil. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 13, n. 30, p. 114, 2016. Disponível em:
<https://periodicos.ufsc.br/index.php/contabilidade/article/view/2175-8069.2016v13n30p114>. Acesso em: 16 nov. 2020.

SATHAWORAWONG, P.; THAWESAENGSKULTHAI, N.; SAENGCHOTE, K. Determinant of Startups' Fund-raising Value: Entrepreneur and Firm Characteristic. 2018. *In*: INTERNATIONAL CONFERENCE ON INDUSTRIAL ENGINEERING AND ENGINEERING MANAGEMENT (IEEM), 2018, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo, 2018. Disponível em:
<https://ieeexplore.ieee.org/document/8607767>. Acesso em: 16 nov. 2020.

SAMUELSSON, M.; DAVIDSSON, P.; SAMUELSSON, M.; DAVIDSSON, P. Does venture opportunity variation matter? Investigating systematic process differences between innovative and imitative new ventures. **Small Business Economics**, v. 33, n. 2, p. 229-255, 2020.

- SANTANA, A. O.; MARINHO J. C. P.; VAZ, R. M. R. **O papel do contador na gestão tributária**: um estudo em uma empresa prestadora de serviços optante pelo Simples Nacional. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Contábeis) - Faculdade Unida de Campinas. Campinas, 2019.
- SANTOS, A. R.; OLIVEIRA, R. C. M. 2007. **Planejamento tributário com ênfase em empresas optantes pelo lucro real**. 2007. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Direito) - Faculdade de Telêmaco Borba (FATEC). Paraná, 2007.
- SANTOS, C.; BARROS, S. F. **Imposto de renda pessoa jurídica para contadores**. 6. ed. São Paulo: IOB, 2011.
- SANTOS, C.; BARROS, S. F. **Manual do Simples Nacional**: microempresa (ME) e empresa de pequeno porte (EPP). 2. ed. São Paulo: IOB, 2009.
- SAY, J. B. **Tratado de economia política**. São Paulo: Nova Cultural, 1986.
- SCHOUERI, L. E. **Direito tributário**: conceitos de direito tributário, princípios da tributação, impostos. São Paulo: QuartierLatin, 2003.
- SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1997.
- SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.
- SILVA, J. M.; RODRIGUES, A. I. **LALUR - guia prático de escrituração do livro de apuração do Lucro Real**. 4. ed. São Paulo: Cenofisco, 2006.
- SIMANTOB, M., LIPPI, R. **Desmistificando a inovação inovar para competir**: conceitos, definições e tipologias. *In*: Simantob, M., & Lippi, R. Guia Valor Econômico de Inovação nas Empresas. São Paulo: Globo. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/16721751/inovarparacompetirresenha>. Acesso em: 09 jun. 2020.
- SINAPSE DA INOVACAO, 2020. Disponível em: <http://portal.sinapsedainovacao.com.br/> Acesso em: 11 jun. 2020.
- SOBRAL, F.; PECL, A. Administração. **Teoria e prática no contexto brasileiro**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.
- SOUZA JUNIOR, A. A. L.; *et al.* **Gestão e planejamento de tributos**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.
- THIOLLENT, M. **Metodologia de pesquisa-ação**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gestão da inovação**. 3. ed. São Paulo: Artmed, 2008.

TIGRE, P. B. **Gestão da inovação**: a economia da tecnologia no Brasil. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2006

TONDOLO, L. P. **Resultados da política do microempreendedor individual (MEI) para os empreendedores de baixa renda**. 2019. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Goiás. Goiás, 2018.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2006.

WENNEKERS, S.; VAN WENNEKERS, A.; THURIK, R.; *et al.* Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic Development. **Small Business Economics**, v. 24, n. 3, p. 293-309, 2005.