

# COMO ABRIR UMA AGÊNCIA DE MARKETING DIGITAL



# Sumário

<b>Como abrir uma Agência de Marketing Digital.....</b>	<b>4</b>
<b>O que é o Marketing Digital? .....</b>	<b>5</b>
<b>A evolução do Marketing.....</b>	<b>5</b>
<b>O que é uma Agência de Marketing Digital? .....</b>	<b>7</b>
<b>Como funciona o Marketing Digital? .....</b>	<b>7</b>
<b>Lead .....</b>	<b>7</b>
<b>Inbound Marketing .....</b>	<b>8</b>
<b>Persona .....</b>	<b>8</b>
<b>Funil de vendas .....</b>	<b>8</b>
<b>CRM .....</b>	<b>9</b>
<b>CMS.....</b>	<b>9</b>
<b>SEO .....</b>	<b>9</b>
<b>Landing Pages .....</b>	<b>10</b>
<b>CTA.....</b>	<b>10</b>
<b>Quais os tipos de Agência de Marketing Digital? .....</b>	<b>10</b>
<b>Agência Especialista .....</b>	<b>10</b>
<b>Agência full-service .....</b>	<b>10</b>
<b>Quais os tipos de projetos de Marketing Digital dentro de uma agência?.....</b>	<b>11</b>
<b>Projetos pontuais .....</b>	<b>11</b>
<b>Projetos à longo prazo.....</b>	<b>11</b>
<b>O que uma agência de Marketing Digital deve entregar ao seu cliente? .....</b>	<b>12</b>
<b>Os principais indicativos que um cliente busca ao procurar uma agência de Marketing Digital .....</b>	<b>13</b>
<b>Como montar uma agência de Marketing Digital? .....</b>	<b>14</b>
<b>1 – Faça uma pesquisa de mercado.....</b>	<b>14</b>
<b>2 – Elabore um plano de negócios.....</b>	<b>15</b>

<b>3 – Escolha o porte da agência .....</b>	<b>16</b>
<b>Microempresa (ME) .....</b>	<b>17</b>
<b>Empresa de Pequeno Porte (EPP) .....</b>	<b>17</b>
<b>E o MEI? .....</b>	<b>17</b>
<b>4 – Defina o regime tributário da agência de Marketing Digital .....</b>	<b>18</b>
<b>Simples Nacional .....</b>	<b>18</b>
<b>Lucro Presumido .....</b>	<b>18</b>
<b>Lucro Real .....</b>	<b>19</b>
<b>5 – Escolha o tipo societário da agência de Marketing .....</b>	<b>19</b>
<b>6 - Elabore o Contrato Social .....</b>	<b>20</b>
<b>7 – Escolha a localização da sua agência de Marketing Digital .....</b>	<b>20</b>
<b>8 - Defina o CNAE da agência de Marketing Digital .....</b>	<b>21</b>
<b>9 - Registre a agência de Marketing Digital na Junta Comercial .....</b>	<b>22</b>
<b>10 - Abra um CNPJ .....</b>	<b>22</b>
<b>11 – Solicite o Alvará de Funcionamento e localização .....</b>	<b>23</b>
<b>12 – Realize as Inscrições Municipal ou Estadual .....</b>	<b>23</b>
<b>Quanto tempo leva para abrir uma agência de Marketing Digital? .....</b>	<b>24</b>
<b>Conclusão .....</b>	<b>25</b>
<b>Sobre o Abertura Simples .....</b>	<b>26</b>

# Como abrir uma Agência de Marketing Digital

O Marketing Digital tem ganhado cada vez mais espaço em um mercado extremamente competitivo. Por isso, abrir uma Agência de Marketing Digital é uma ótima oportunidade de negócio.

O Marketing assume um papel de protagonista para todas as empresas que desejam aumentar seus lucros e crescer exponencialmente. E não é para menos: é graças a ele que nos informamos, efetuamos compras, conhecemos novas marcas e que se criam novas tendências.

A premissa do Marketing é básica: as formas de consumo passaram por grandes mudanças nos últimos anos, deixando de lado as propagandas e ações offline, que influenciavam diretamente milhões de consumidores de maneira massiva e constante, e investindo em marketing focado, direcionado aos desejos e necessidades dos leads.

Essa transformação acentuou a necessidade de o mercado se aperfeiçoar cada vez mais a fim de conhecer o perfil do consumidor. Com tecnologias que direcionam o gestor de marketing cada vez melhor rumo ao seu cliente ideal, o Marketing cresceu e saiu de dentro das organizações de mídia e propaganda, ganhando vida própria.

Assim, nasceram as agências de Marketing Digital. Com seus mais variados tamanhos e segmentos, alcançam, por meio da tecnologia, de processos, dados e inteligência, resultados impressionantes para seus clientes.

O mercado está cada vez melhor, com o surgimento de novas tecnologias e inteligências que, cada vez mais, dão informações mais completas para os gestores. Por isso, esse é o momento perfeito para abrir uma agência de Marketing Digital e crescer junto com este mercado tão promissor.



# O que é o Marketing Digital?

Apesar de parecer muito claro, o conceito de marketing pode ser muito subjetivo, uma vez que esse é um assunto muito abrangente. Isso é notável pois muitos gestores ainda não sabem, ao certo, a aplicação do Marketing Digital na sua empresa. “Qualquer ação da minha empresa na internet é considerada Marketing Digital?” e “Quais são as melhores estratégias de Marketing para o meu negócio?” são as dúvidas mais comuns no topo da lista de pesquisas dos mecanismos de buscas.

O Marketing Digital é a promoção de marcas ou produtos por meio de mídias digitais. Esta é uma das principais formas que as empresas têm para se comunicar com seu público no momento certo, de maneira direta e personalizada.

Segundo Philip Kotler, considerado o pai do Marketing, trata-se de “um processo social por meio do qual pessoas e grupos de pessoas satisfazem desejos e necessidades com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros”. Entretanto, é importante destacar que as maneiras de fazer com que isso aconteça sofrem mudanças constantemente, quase que diariamente. Em vista disso, atualmente é impossível falar de marketing e ignorar o fato de que a maior parte da população mundial está conectada à internet e que grande parte de suas compras são feitas online.

Por isso, o Marketing Digital é a melhor aplicação para os dias atuais, uma vez que o termo resume todos os esforços no Marketing no ambiente digital. Una o conceito de Kotler sobre Marketing e adicione uma camada de internet: eis que teremos o tão famoso conceito do Marketing Digital.

Ao entender seu conceito, também é fundamental compreender a sua aplicabilidade e de que maneira as estratégias fazem sentido para uma empresa. Usando canais digitais como blogs, sites, mídias sociais, e-mail, motores de buscas e diversos outros meios, as empresas buscam solucionar as dores e desejos de seus clientes e prospects. A web conta com um grande fluxo de comunicação, o que favorece estratégias ágeis e mais assertivas como o Search Engine Optimization (SEO), Marketing de Conteúdo e Inbound Marketing, por exemplo.

Todas essas estratégias, que fazem parte do Marketing Digital, estão relacionadas a temas como aumentar a rede e o tráfego de um site, fortalecer a marca e melhorar o número de vendas.

## A evolução do Marketing

Entender a evolução do marketing é essencial para maximizar a visibilidade de um negócio, aumentar a cartela de clientes e consolidar uma marca no mercado. O marketing tem como objetivo atender as demandas dos clientes, muitas vezes prevendo suas necessidades, e criar estratégias para que elas sejam supridas.

Assim como é importante compreender que as necessidades dos clientes estão constantemente em mudança, é primordial saber que ao longo do tempo o marketing teve que se adaptar a essas transformações. Essas transmutações são denominadas de fases da evolução do marketing.

Compreender essas mudanças é um importante passo para que o profissional de marketing consiga melhorar o seu planejamento estratégico, executar ações assertivas que o ajudarão a superar suas metas e objetivos, maximizando seus lucros. Essa evolução consiste em quatro fases. São elas:

•**Marketing 1.0:** *caracterizado por estratégias de divulgação boca-a-boca e organização das prateleiras de venda de forma estratégica para chamar a atenção dos consumidores;*

•**Marketing 2.0:** *época em que o marketing ampliou suas perspectivas. Além de vender os produtos, também passou a ter como prioridade a satisfação do cliente. Durante esta fase, também surgiu o conceito de público-alvo;*

•**Marketing 3.0:** *fase em que o marketing percebeu a preocupação do consumidor com as causas em defesa da saúde e sustentabilidade. Desta forma, o marketing passou a ajudar empresas a irem de encontro às preocupações relacionadas a problemas globais. Assim, deixou-se de tratar o cliente apenas como consumidor, levando em consideração seus sentimentos e preocupações e, conseqüentemente, solidificando o marketing de relacionamento;*

•**Marketing 4.0:** *Bem semelhante ao marketing 3.0, a versão 4.0 também se preocupa com os sentimentos e emoções do cliente. Porém, a diferença é que esta última acontece na internet. A criação de conteúdo feita para conversar direta e indiretamente com a consciência do público-alvo, o marketing 4.0 atrai a clientela segmentada a partir da demanda de nichos específicos.*





# O que é uma Agência de Marketing Digital?

Uma agência de marketing digital é uma empresa especializada que presta serviços para outras organizações que precisam aprimorar as técnicas de marketing e comunicação dentro e fora da organização.

Sua atuação se dá a partir da extração de dados de experiências e jornadas dos consumidores na internet, de forma a entregar valor ao cliente em questão. Assim como qualquer outro mercado em expansão, rapidamente as agências de Marketing Digital cresceram e abriram um enorme campo de atuação.

Apesar de parecer abrangente, os nichos de mercado atuais mostram o quão específico pode ser o trabalho de uma agência de Marketing Digital. As estratégias de Marketing podem estar presentes em, absolutamente, todo e qualquer nicho especializado, sem demandar de conhecimentos muito específicos. Isso porque todas as estratégias são baseadas com conhecimento direto no perfil do público-alvo.

## Como funciona o Marketing Digital?

Assim como em qualquer outra área, o Marketing Digital conta com suas próprias especializações, especificidades e termos. Então, se você está pensando em abrir uma agência de Marketing Digital, é preciso saber a respeito de cada um desses principais conceitos-chave do Marketing Digital.

### Lead

Os leads são oportunidades de negócio. Tratam-se de contatos que, por meio de uma boa estratégia de Inbound Marketing, deixam as suas informações pessoais para que o empreendedor consiga identificar seus compradores em potencial. Dessa forma, fica muito mais fácil nutri-los com informações relevantes, até que eles estejam prontos para comprar da sua marca.

## Inbound Marketing

O Inbound Marketing é uma estratégia de Marketing Digital focada em atrair, encantar e converter clientes. Também conhecido como Marketing de Atração, ele se baseia na ideia de criação e compartilhamento de conteúdos voltadas para um público-alvo específico. Dessa forma, de acordo com a premissa do Inbound, é possível não só comunicar o seu potencial cliente de forma direta, como, também, criar um relacionamento duradouro com ele.

## Persona

Ao abrir uma agência de Marketing Digital, um dos principais termos que você irá encontrar é “persona”. Essas, são pessoas semifictícias, baseadas nos consumidores reais de uma marca, e que representam o perfil do seu comprador ideal. Com essa estratégia, é possível criar ações mais segmentadas e melhor direcionadas para as pessoas certas, economizando tempo e dinheiro.

Para isso, a Rock Content, maior empresa especialista em Marketing Digital da América Latina, conta com o Gerador de Personas. Essa é uma ferramenta feita para que o gestor represente seu cliente típico, com todas as suas principais características e necessidades. Ao seguir o passo a passo indicado no site, é possível traçar vários perfis de persona para uma empresa.

## Funil de vendas

O funil de vendas, também popularmente conhecido como Jornada do Consumidor, são as etapas pelas quais o consumidor passará durante o processo de compra. Algumas dessas etapas são:

- *A definição de um problema;*
- *O entendimento de como determinado produto ou serviço pode ajudar a resolver o problema;*
- *Consideração de Compra;*
- *Decisão de compra.*



## CRM

Já o Customer Relationship Management (CRM) é o software responsável pela gestão eficaz do relacionamento entre uma empresa com seus potenciais e atuais clientes.

Essa Gestão de Relacionamento, em tradução livre do termo em inglês, auxilia nas informações a respeito do histórico do cliente com a empresa, tais como registros de suas informações, preferências, visitas ao site, trocas de e-mail, telefonemas e diversas outras.

## CMS

O Content Management System (CMS) é o Sistema de Gestão de Conteúdos que, por meio de uma ferramenta, possibilita a produção, edição e publicação de conteúdos no ambiente online. Com essa ferramenta, dispensa-se a necessidade de conhecimentos técnicos em programação, de forma a otimizar o tempo utilizado para publicar os conteúdos.

Além disso, por meio de um CMS também é possível criar blogs, sites e outros portais de maneira mais simplificada.



## SEO

Se você está pensando em abrir uma agência de Marketing Digital, com certeza já deve ter ouvido falar em Search Engine Optimization (SEO). Tratam-se de estratégias para otimizar conteúdos para os mecanismos de busca.

Essas ações contribuem para melhorar o potencial de ranqueamento das páginas e

conteúdos de um site, ajudando a cumprir os pré-requisitos principais exigidos pelos principais buscadores.

## Landing Pages

Quer melhorar a captura de leads dos seus clientes? As Landing Pages são a melhor estratégia para isso. Tratam-se de páginas 100% focadas em conversão.

A ideia principal é que, nessas páginas, sejam oferecidos conteúdos ou materiais de valor em troca das informações de contato dos seus leads. Dessa forma, você agregará valor ao seu consumidor e, ainda, conseguirá inserir ele em suas estratégias de Inbound Marketing. Posteriormente, ele provavelmente se tornará um cliente.

## CTA

Os Call to Action (CTAs) são chamadas ou botões que direcionam o usuário a tomar uma ação. Essa ação pode ser visitar uma página, baixar um conteúdo ou inscrever-se em uma Newsletter. O importante é que essas chamadas sejam atrativas e induzam o leitor a, espontaneamente, entrar em seu fluxo do funil de vendas para, posteriormente, se tornarem clientes.



## Quais os tipos de Agência de Marketing Digital?

Como dito anteriormente, este é um mercado abrangente, mas que, ao mesmo tempo, oferece para o empreendedor que deseja abrir uma agência de Marketing Digital, a oportunidade de trabalhar de duas formas diferentes.

### Agência Especialista

Uma agência de Marketing Digital especialista é aquela que escolhe um nicho de mercado específico, ou foca em uma parte da demanda de projetos, e se especializa. Dessa forma, com o passar do tempo e os trabalhos bem produzidos, a agência poderá se tornar uma referência em sua área de atuação.

### Agência full-service

Já a agência de Marketing Digital full-service é aquela que atende todas as demandas de Marketing de seus clientes. Neste modelo o cliente tem acesso a um atendimento em um único canal e este deverá atender a todas as suas demandas.

# Quais os tipos de projetos de Marketing Digital dentro de uma agência?

Assim como existem diferentes modalidades para uma agência de Marketing Digital, também há diversos tipos de projetos que podem ser contratados. Sim, este é um mercado que oferece muita versatilidade não só para quem deseja abrir uma agência de Marketing Digital, como, também, para os seus clientes.

## Projetos pontuais

Esse é um dos tipos mais comuns de projetos dentro de uma agência de Marketing Digital. Basicamente são projetos contratados com princípio, meio e fim, geralmente definidos a partir de cronograma e investimento pré-definidos.

Normalmente, esses projetos são direcionados com uma demanda pontual e, por isso, não demanda, necessariamente, de um compromisso com a continuidade após o encerramento do projeto para o qual a agência foi contratada.

## Projetos à longo prazo

Já os projetos a longo prazo são aqueles em que a agência de Marketing Digital acompanhará a trajetória do cliente ao longo do tempo que, não necessariamente, precisa ser pré-determinado. Esse tipo de projeto é o que mais garante previsibilidade ao negócio, já que a formação da parceria criará fortes laços entre ambas as partes para que os resultados sejam alcançados de maneira orgânica.

Para esses tipos de projetos, alguns dos serviços prestados pela agência são:

- *Gestão de mídias digitais;*
- *Manutenção de sites;*
- *Produção de conteúdo;*
- *Otimização em SEO;*
- *Inbound Marketing.*





# O que uma agência de Marketing Digital deve entregar ao seu cliente?

Existem algumas exigências as quais uma agência de Marketing Digital deve possuir, como recursos em tecnologia e inteligência, para que possa entregar os resultados para os seus clientes.

Dito isso, vamos à lista de itens que uma agência de Marketing Digital deverá entregar a cada um de seus clientes:

- *Criação, revisão e sugestão de conteúdos adaptados para a internet;*
- *Definição de público-alvo, suas necessidades e o melhor momento para abordá-lo;*
- *Fortalecimento da marca, por meio da produção de conteúdo qualificado e na criação de um bom relacionamento com o público;*
- *Produção de conteúdo para sites, blogs e Google;*
- *Organização de conteúdos atrativos, que sejam capazes de explicar e vender conectando a necessidade do público ao propósito da empresa;*
- *Identificação das etapas de compra da jornada do cliente;*
- *Qualificação das visitas em determinados canais, por determinados períodos;*
- *Entrega de conteúdo orgânico, sem ser invasivo ou chamando demais a atenção;*
- *Identificação das ferramentas que estão gerando mais tráfego e conversão;*
- *Produção de relatórios com todos os indicadores de resultado das ações de Marketing Digital;*
- *Consultorias para fins educativos sobre investimentos e retornos de cada ferramenta.*

# Os principais indicativos que um cliente busca ao procurar uma agência de Marketing Digital

Em contrapartida do que uma agência deve entregar, existem as necessidades que farão o cliente escolher pela sua agência, e não a do concorrente. Ao procurar uma agência de Marketing Digital, os clientes buscam por alguém que resolva seus problemas e entregue um trabalho consistente e bons resultados em conversão de vendas a curto, médio e longo prazo.

É preciso ter em mente que independentemente do tipo de projeto ou do modelo de atendimento, esses são os resultados que realmente importam e que os clientes buscam.

Para atender às expectativas dos seus clientes, é preciso estabelecer estratégias pensando em responder algumas perguntas que são essenciais para direcionar as atividades e o desempenho da agência de Marketing Digital. São elas:

- *Qual o seu nicho?*
- *Qual a sua entrega?*
- *No que você é especialista?*
- *Você possui parceiros?*
- *Conta com um time consistente?*
- *Conhece o negócio do seu cliente?*
- *Acredita no negócio dele?*
- *Seu valor é adequado ao seu modelo de*



*custos e receita?*

- *O cliente acredita que o preço do seu serviço é justo?*

Dessa forma, é possível ter um direcionamento de como desempenhar suas atividades da melhor forma, possibilitando suprir as carências e desejos dos seus clientes.

Além disso, também é importante, e indispensável, ir de encontro às necessidades do mercado. Inclusive, este deve ser um dos guias para estabelecer o posicionamento da agência e, assim, conseguir mais clientes. Foque sempre na entrega de resultados positivos para os seus clientes. A consistência e relevância nos resultados fará com que seus clientes fiquem, cada vez mais, fidelizados ao seu trabalho e a sua marca.



## Como montar uma agência de Marketing Digital?

**M**ontar uma agência de Marketing Digital requer tantas burocracias e etapas a serem cumpridas quanto qualquer outro negócio. Como vimos, a área digital é muito ampla e oferece diversas oportunidades para o empreendedor que deseja seguir nessa área. Além disso, o mercado nunca esteve melhor. Esse é um fato incontestável, já que nunca estivemos tão conectados e nunca incluímos tanto a internet em nossa rotina.

Por isso, montar uma agência de Marketing Digital é um ótimo investimento. Porém, é necessário que o processo seja bem estudado para que o retorno aconteça. Cada etapa é fundamental para que o negócio, de fato, dê certo.

Se você está pensando em montar uma agência de Marketing Digital, arregace as mangas e confira a seguir o passo a passo completo para dar início ao seu sonho de empreender.

### 1 – Faça uma pesquisa de mercado

A pesquisa de mercado do setor é o primeiro e, talvez, mais importante passo que se deve dar antes de montar uma agência de Marketing Digital. Essa é uma análise que

envolve diversos fatores, tanto internos, quanto externos Isso é o que a torna tão importante. Para que essa análise seja assertiva, o empreendedor deve se fazer algumas perguntas, como:

- *Qual será o nicho atendido?*
- *Qual a sua demanda?*
- *O que pode ser melhorado no mercado?*
- *Você possui uma ideia inovadora?*
- *O mercado está carente do seu serviço?*

## 2 – Elabore um plano de negócios

O segundo passo é elaborar um plano de negócios para a agência de Marketing Digital. O plano de negócios é um documento que, basicamente, descreverá como a agência irá atuar, bem como seus objetivos e os passos que deverão ser dados para alcançá-los.

Em outras palavras, um plano de negócios é o mapa no qual serão detalhados os caminhos a serem percorridos para que a empresa dê certo. Por meio dele, é possível demonstrar a viabilidade da empresa sob diversos pontos de vista: mercadológico, operacional, estratégico e financeiro.



Apesar de parecer muito simples, o plano de negócios é um documento muito importante e, por isso, é essencial que se tenha muita atenção ao elaborá-lo. Esse não é apenas um conjunto de ideias e especulações. Ele deve ser escrito a partir de pesquisas e da análise de mercado, definindo claramente o seu posicionamento de marca, com base em dados reais que irão auxiliar no momento da criação da empresa.

Dentre os elementos que não podem faltar no planejamento para abrir uma agência de Marketing Digital, estão:

- *Descrição dos serviços prestados pela agência;*
- *O nicho da agência*
- *Modelo de negócio utilizado;*
- *Definição do setor e ramo da atividade;*
- *Estudo do mercado;*
- *Análise da concorrência;*
- *Definição do público-alvo;*
- *Mapeamento de fornecedores;*
- *Planos operacional, financeiro e de marketing.*



### 3 – Escolha o porte da agência

A escolha do porte da empresa é resultado de três importantes variáveis: formato jurídico, regime tributário e porte da empresa.

Essa é uma etapa muito importante e que deve ser realizada com muita cautela. Se a escolha do tipo de empresa não for bem feita, o empreendedor pagará impostos além do que é devido. Ou, ainda, pagará menos do que deveria. Em ambos os casos, isso trará inúmeros problemas com o Fisco.

Atualmente, os portes mais comuns de empresas que o empresário pode escolher são: ME e EPP. Para que a escolha seja assertiva, é importante que as especificações da empresa se adequem às exigências do porte desejado. Dito isso, o empreendedor que deseja montar uma agência de Marketing Digital pode escolher entre os seguintes portes:

## Microempresa (ME)

A Microempresa (ME) oferece muitas possibilidades ao empreendedor. Esse é um formato de Pessoa Jurídica que permite com que o empreendedor tenha um ou mais sócios, fature até R\$360 mil por ano, emita quantas notas fiscais quiser e escolha entre atividades que contemplam a maioria das empresas.

Geralmente, as agências MEs são optantes do Simples Nacional, regime no qual a carga tributária é reduzida. Além disso, o recolhimento dos tributos é simplificado, uma vez que o pagamento dos impostos é feito pelo Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS).

## Empresa de Pequeno Porte (EPP)

Para se enquadrar como uma Empresa de Pequeno Porte (EPP), uma agência de Marketing Digital deve ter o faturamento anual de R\$360 mil a R\$4,8 milhões. Outra característica que difere essa modalidade das demais é o número de funcionários: empresas de comércio ou prestadoras de serviço devem ter entre 10 e 49 funcionários.

## E o MEI?

Você deve estar se perguntando a respeito da abertura de uma agência de Marketing Digital como MEI, não é mesmo? De acordo com as regras impostas pelo regime do Microempreendedor Individual, deste 2018, não é mais possível abrir uma agência de Marketing Digital como MEI.

O serviço de Marketing não consta na relação de atividades permitidas pelo MEI, disponível no Portal do Empreendedor. Isso porque, ao serem revistas, as ativid-



des exercidas não seguem as exigências impostas pela modalidade.

Apesar de o MEI ser uma das opções mais simplificadas para quem deseja abrir uma agência de Marketing Digital, algumas profissões não podem optar por esse segmento.

As ocupações que exigem alto potencial intelectual, profissões que dependem de regularização legal e formação não são permitidas ao MEI. O objetivo do MEI é justamente formalizar profissões não atendidas por uma legislação específica, sendo prejudicadas em relação aos benefícios trabalhistas.

## 4 – Defina o regime tributário da agência de Marketing Digital

Ao montar uma agência de Marketing Digital, o empreendedor precisará escolher o regime tributário para a empresa. A escolha deve ser estratégica, a fim de evitar cobranças indevidas. Além disso, também é necessário levar em consideração diversos pontos, como lucro, atividades desenvolvidas, faturamento, folha de pagamento e etc.

Confira a seguir a explicação para cada regime tributário.

### **Simples Nacional**

São muitas as vantagens do Simples Nacional, já que esse é um regime simplificado. Ele permite a substituição do pagamento de diversos impostos por uma declaração que gera uma alíquota, que pode variar de acordo com o faturamento de cada empresa. Seu recolhimento de impostos é feito mensalmente, por meio do pagamento do Documento de Arrecadação (DAS).

O Simples Nacional é uma modalidade indicada para empresas que possuem faturamento de até R\$4,8 milhões por ano.

### **Lucro Presumido**

Empresas com faturamento entre R\$4,8 milhões e R\$48 milhões ao ano podem recorrer ao Lucro Presumido. Neste regime, as alíquotas são geradas a partir do faturamento presumido da empresa. Normalmente, são cobradas taxas de 32% para serviços e 8% para comércios e indústrias.

Ainda, nessa modalidade, a Contribuição Social sobre o Lucro (CSSL) e o Imposto de Renda (IRPJ) são gerados, também, por seu lucro presumido. Porém, impactam no faturamento total a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins) e o Programa de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS).



## **Lucro Real**

O Lucro Real pode ser declarado por todas as empresas, mas, obrigatoriamente, para todas aquelas que possuam faturamento superior a R\$48 milhões por ano. Nesse regime, diferente do Lucro Presumido, o IRPJ e o CSLL são gerados a partir do lucro da empresa.

Já o Programa Integração Social (PIS) e a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins) são calculados sobre o faturamento da empresa e podem contar com redução por meio da utilização de créditos.

## **5 – Escolha o tipo societário da agência de Marketing**

Tipos societários são modelos pré-definidos que indicam quantos e como os sócios de uma empresa se farão representar juridicamente. É neste documento que, também, devem ser definidas as responsabilidades de cada sócio com relação a empresa.

Essa é uma das decisões mais importantes que um empreendedor deve fazer. É a partir dela que serão definidos detalhes sobre a divisão de direitos e deveres dos administradores.

No Brasil, existem alguns modelos de tipos societários, os quais os empreendedores podem escolher conforme o que mais fizer sentido com o momento em que a empresa se encontra. Os tipos societários vigentes no Brasil são:

- **Sociedade Simples:** modalidade que conta com dois ou mais sócios que tem como objetivo a prestação de serviços. É escolhido por profissionais que constituem uma empresa para exercerem uma atividade profissional na qual são especializados;
- **Sociedade Anônima (SA):** tipo societário onde o capital financeiro é dividido em ações, tornando os seus proprietários em acionistas. Essa modalidade é indicada para empresas maiores e deve possuir, no mínimo, 7 acionistas.



- **Sociedade Limitada (LTDA):** é o tipo societário em que os direitos e responsabilidades de cada sócio são determinados de acordo com o valor investido por eles. O nome de cada uma das associações deste modelo deve ser, obrigatoriamente, acompanhado da sigla “LTDA”.

## 6 - Elabore o Contrato Social

Com o tipo societário definido, é hora de elaborar o contrato que irá oficializar a sociedade. O Contrato Social é um documento considerado a certidão de nascimento de uma empresa. Nele, deverão constar todos os principais dados da empresa, bem como de cada um dos seus sócios seus sócios:

- *Quantos e quem são os sócios;*
- *RG e CPF de cada um deles;*
- *Endereço residencial de cada sócio;*
- *Estado Civil;*
- *Endereço da sede da empresa;*
- *Os deveres de cada sócio dentro da agência, bem como suas áreas de atuação.*

É importante ter em mente que, no Brasil, é obrigatório que toda empresa possua Contrato Social. Somente com ele será possível registrar a empresa perante os órgãos públicos. Além disso, ele também será utilizado para participar de licitações do Governo e realizar a abertura da sua conta bancária empresarial.

## 7 – Escolha a localização da sua agência de Marketing Digital

A localização de um negócio é quase que um fator primordial que ditará seu sucesso. Isso porque, uma agência de Marketing Digital bem localizada permitirá o fácil tráfego de pessoas, dando mais visibilidade e acessibilidade para seus clientes o visitarem

sempre que necessário. Portanto, fuja de aluguéis baratos e de locais que não darão a devida visibilidade para o seu negócio.

Opte por grandes vias, próximas a pontos de transporte público e locais com grande fluxo de movimentação. Quanto mais pessoas tiverem fácil acesso à agência, mais clientes em potencial você terá.

Garanta que o local tenha espaço o suficiente para acomodar seus clientes, colaboradores e sócios. Também é importante que a agência conte com um espaço destinado ao estacionamento.

## 8 - Defina o CNAE da agência de Marketing Digital

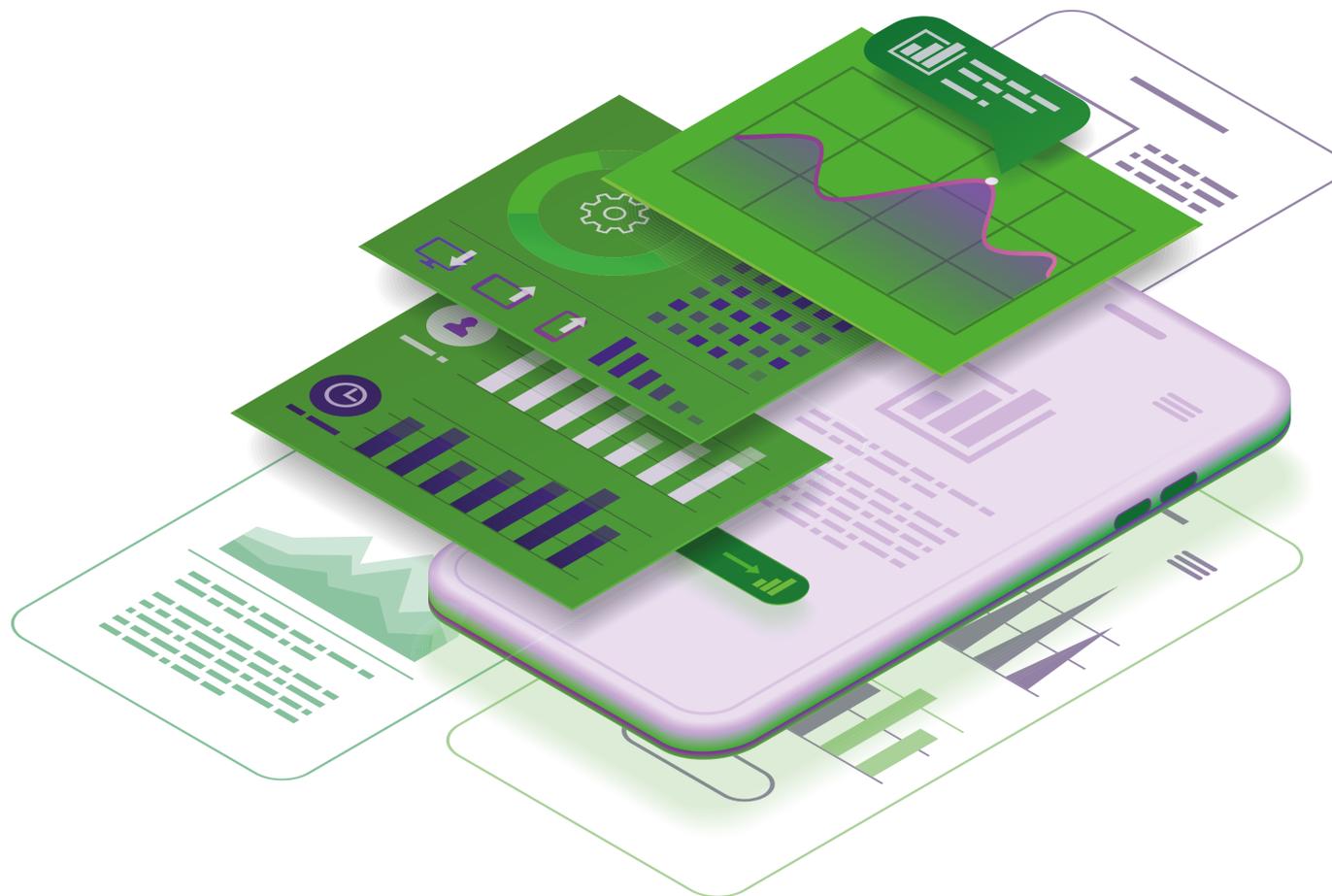
A tabela de CNAEs é bastante extensa e, por isso, ela pode indicar um CNAE diferente, a depender da atividade exercida na agência de Marketing Digital. É importante que o empreendedor delimite muito bem todas as atividades que pretende exercer. Isso garantirá que o enquadramento seja o mais compatível possível com suas atividades, permitindo com que o empresário pague somente a tributação devida, de acordo com seu CNAE.

Também destacamos a importância de contar com a ajuda de um contador para lhe conduzir neste processo. O profissional, com as informações corretas, poderá enquadrar as suas atividades de acordo com os Códigos de Classificação Nacional de Atividades Econômicas, o CNAE, disponibilizado em forma de tabela no site do IBGE.

É possível ter mais de um CNAE por CNPJ. Porém, um deles deverá ser classificado como principal e os demais como secundários. Essa definição deve ser feita a partir da atividade que representa o maior faturamento para a agência, ou aquele que o empreendedor tenha expectativa de que seja.

O CNAE que regula as atividades de uma agência de Marketing Digital é o de número 73.19-0, sujeito à alterações conforme as atividades exercidas pela empresa. Consulte a lista completa de CNAEs.





## 9 - Registre a agência de Marketing Digital na Junta Comercial

Com todas as questões empresariais que envolvem a abertura de uma agência de Marketing Digital resolvidas, chegou a hora de formalizá-la perante os órgãos fiscais e o Governo, registrando-a na Junta Comercial do estado sede.

O processo de registro pode variar muito de acordo com cada estado. Isso porque cada Junta conta com um padrão diferente ou exige documentos mais específicos de acordo com as especificidades de cada negócio. O ideal é que consulte, previamente, a Junta Comercial a qual será realizada o registro para ficar por dentro de todas as exigências para registrar a sua agência de Marketing Digital.

## 10 - Abra um CNPJ

Após realizar o registro da empresa na Junta, o empreendedor receberá o Número de Identificação do Registro de Empresa (NIRE). Ao entrar no site da Receita Federal para abrir o CNPJ, este número será solicitado para que se dê seguimento ao processo. Dentro do site, faça o download do Programa Básico de Entrada, imprima, preencha e o leve pessoalmente até a Receita Federal. Em alguns casos, o empreendedor também poderá fazer o envio do documento pelos Correios.

Esse passo é muito importante pois é com o CNPJ que o empreendedor conseguirá emitir notas fiscais pelos serviços prestados e, também, poderá justificar sua renda. Assim, com o CNPJ em mãos, é necessário ir até à Prefeitura da cidade para solicitar o Alvará de Funcionamento. Para tal, a documentação também pode variar de acordo com a sua localidade e, por isso, é necessário consultar a Prefeitura da sua cidade a respeito de quais documentos você deverá levar.

## 11 – Solicite o Alvará de Funcionamento e localização

Inicialmente, é importante dizer que essa etapa é obrigatória somente para alguns tipos de empresa.

O Alvará de Funcionamento, também conhecido como Alvará de Localização, é um documento que autoriza a Agência a exercer suas atividades em determinados locais, de acordo com as normas estabelecidas. O documento é concedido pela Prefeitura ou por qualquer outro órgão governamental municipal.

Por isso, desde o momento do plano de negócios, é necessário que o empreendedor já comece a pensar neste assunto. Afinal, é preciso saber se será possível exercer as suas atividades naquele determinado local antes de dar início a todo o processo de abertura de empresa naquele espaço.

No geral, as atividades que necessitam de um Alvará de Localização são as que envolvem armazenamento, carga ou descarga de mercadorias. Outro requisito é, também, o número de pessoas circulando no local, que não pode ultrapassar o pré-determinado pelas exigências, de acordo com as atividades exercidas.

## 12 – Realize as Inscrições Municipal ou Estadual

Por último, mas não menos importante, é indispensável realizar a Inscrição Estadual ou a Municipal. A definição mudará de acordo com o tipo de empresa.

A Inscrição Estadual é o número de inscrição emitido pela Secretaria da Fazen-





da no Estado em que o registro é realizado. Por meio dessa inscrição, o contribuinte terá o registro formal do seu negócio junto à Receita do estado em que a empresa se encontra.

A Inscrição Estadual faz o recolhimento do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e permite com que a empresa emita notas fiscais.

Já a Inscrição Municipal identifica o contribuinte no Cadastro Tributário Municipal e está diretamente ligada ao Imposto sobre Prestação de Serviço. Ou seja, no caso de uma agência de Marketing Digital, que é uma prestadora de serviços, será necessário essa identificação para emitir notas fiscais referente aos serviços prestados.

## Quanto tempo leva para abrir uma agência de Marketing Digital?

**E**m média, para abrir uma agência de Marketing Digital leva em torno de 30 a 45 dias, dependendo das exigências e burocracias exigidas pelos órgãos do Estado em que ela se localizar.

## Conclusão

A tecnologia tem provocado inúmeras mudanças no perfil do consumidor. Desde a forma na qual ele se comunica, efetua compras e, até mesmo, em sua rotina profissional. Todas as áreas sofreram um impacto muito grande com a internet e isso fez com que todas as ações que o usuário toma em frente a um computador ou smartphone se tornassem rastreáveis, palpáveis e previsíveis. Todos os comportamentos, no fim, viram dados.

Com isso, vê-se uma oportunidade de crescimento gigantesco nessa área. Afinal, cerca de 90% da rotina de uma pessoa é baseada em alguma tecnologia. O mercado nunca esteve melhor e a expectativa para os próximos anos é alta.

Por isso, se você está pensando em abrir uma agência de Marketing Digital, este é o momento perfeito! Depois de concluir todo o processo de abertura de empresa, invista em visibilidade não só para os seus clientes, mas também para a sua agência, capte clientes, crie estratégias diferentes das de seus concorrentes e conte com canais de atendimento eficazes e humanizados. Mais do que qualquer outro negócio, uma agência de Marketing Digital passa a credibilidade para o cliente a partir de seus próprios resultados. Então, invista nisso!

E, claro, conte com a ajuda de um contador especializado em abertura de agência de Marketing Digital para lhe ajudar em cada uma dessas etapas. Com um bom contador especializado em abertura de empresa, você poderá reduzir os valores pagos em impostos, por exemplo, investindo mais em outras frentes que te trarão mais lucro.





## Sobre o Abertura Simples

○ Abertura Simples é o maior portal de abertura de empresas do Brasil.

Fundado em 2013, nós temos como objetivo facilitar a vida de empreendedores que desejam atingir novos patamares em seus negócios. A proposta não é apenas otimizar os processos burocráticos, mas, sim, captar novas oportunidades de negócios para todos os empreendedores que desejam crescer em seu ramo de atuação.

Por isso, se você deseja abrir uma agência de Marketing Digital, ou um CNPJ para profissional de Marketing, saiba que pode contar com a gente! Contamos com um time de profissionais competentes e especialistas nos mais diversos assuntos tributários, econômicos e contábeis.

Esperamos que este e-book tenha deixado o processo de abertura da sua empresa mais simples!