

DOC 01 · PT

IBC

Instituto Brasileiro de Cultura

Plano de Negócios

INSTITUTO BRASILEIRO DE CULTURA (IBC)

EDIÇÃO
Berlim 2026

VERSÃO
1.0

DATA
Abril 2026

DOC 01 · PT

INSTITUTO BRASILEIRO DE CULTURA (IBC)

BUSINESS PLAN — BERLIM, ALEMANHA

VERSÃO 1.0 | MARÇO 2026

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

O **Instituto Brasileiro de Cultura (IBC)** é uma organização sem fins lucrativos (e.V. — *eingetragener Verein*) com sede em Berlim, Alemanha, fundada com o propósito de promover, preservar e difundir a cultura, a arte, a música e as tradições brasileiras no continente europeu.

O IBC nasce da convicção de que o Brasil possui um dos patrimônios culturais mais ricos, diversificados e ainda sub-representados na Europa. Nossa missão é transformar essa lacuna em oportunidade — criando uma ponte permanente entre artistas, músicos, dançarinos e produtores culturais brasileiros e o público europeu.

Com sede estratégica em Berlim — a capital cultural da Europa —, o IBC atuará como hub de irradiação para todo o continente, estabelecendo parcerias em Portugal, Espanha, França, Itália, Holanda, Suíça, Áustria e Reino Unido.

Sócio Fundador e Diretor Geral: Jose Eugenio Soares Santiago **Forma Jurídica:** Eingetragener Verein (e.V.) — Gemeinnützig (utilidade pública) **Sede:** Berlim, Alemanha **Ano de Fundação:** 2026

2. MISSÃO, VISÃO E VALORES

MISSÃO

Ser a casa permanente do Brasil na Europa — um espaço vivo onde a cultura brasileira é celebrada, ensinada e partilhada com o mundo. O IBC é uma ponte de mão dupla: acolhemos a comunidade brasileira e a diáspora, ao mesmo tempo que abrimos o Brasil para o olhar europeu. Ajudamos pessoas, artistas, empreendedores e instituições europeias a descobrir o Brasil como o que ele realmente é — uma das maiores oportunidades de desenvolvimento humano, criativo e econômico do século XXI. Queremos ser ponto de apoio, divulgação e conexão entre dois mundos que têm muito a oferecer um ao outro.

VISÃO

Imaginamos um futuro em que o Brasil seja reconhecido na Europa não apenas por sua cultura vibrante, mas como parceiro estratégico — um território de oportunidade, diversidade e inovação. Até 2030, o IBC será o principal instituto de referência da cultura e do soft power brasileiro no continente europeu, conectando talentos, negócios, famílias e ideias entre o Brasil e a Europa. Uma instituição onde artistas têm voz, empreendedores encontram caminhos e a cultura é o ativo mais poderoso de transformação social.

VALORES

- **Diversidade, Equidade, Inclusão e Pertencimento:** Representar e valorizar toda a pluralidade cultural dos povos, celebrar pessoas de todas as origens e visões de mundo; valorizar a expertise, a criatividade, a experiência e a excelência de mulheres, pessoas BIPOC e LGBTQ+.
- **Excelência:** Priorizar uma programação de alto nível que posicione a cultura brasileira como patrimônio da humanidade, além de valorizar a criação de condições para a transformação coletiva por meio da ação conjunta.
- **Sustentabilidade:** Modelo de negócio financeiramente viável, sem depender exclusivamente de doações — otimização de recursos por respeito ao planeta.
- **Impacto Social e Cuidado:** Criar oportunidades reais para artistas brasileiros no exterior e apoiar a comunidade europeia para um melhor esclarecimento sobre os povos latinos, com cuidado e solidariedade. Valorizamos o cuidado com os colaboradores, o público, a nós mesmos e uns com os outros.
- **Transparência:** Gestão ética e accountability total para membros, parceiros e financiadores.
- **Abundância:** Valorizar a ampliação de espaços para expandir formas de pensar além das intelectualidades eurocêntricas e ocidentais.

3. ANÁLISE DE MERCADO

3.1 O BRASIL NA EUROPA

O Brasil tem a maior diáspora latino-americana na Europa. Estima-se que mais de **1,5 milhão de brasileiros** residam no continente europeu, sendo Alemanha, Portugal, Espanha, Reino Unido e Itália os países com maior concentração. Só em Berlim, a comunidade brasileira é estimada em **25.000 a 40.000 pessoas**.

Além da diáspora, o Brasil possui apelo cultural universal. O carnaval, a MPB, o samba, a bossa nova, a capoeira, a gastronomia brasileira, o cinema e as artes visuais atraem públicos europeus de todas as origens.

3.2 MERCADO CULTURAL EM BERLIM

Berlim é a capital cultural da Europa. Com mais de 170 museus, 3 óperas, centenas de galerias, festivais de classe mundial (Berlinale, CTM Festival, Berlin Art Week) e uma cena underground única, a cidade recebe **35 milhões de turistas por ano** e abriga a maior comunidade de artistas da Europa.

A cidade possui uma infraestrutura sólida para recepcionar institutos culturais internacionais. Já operam em Berlim o Goethe-Institut (Alemanha), Instituto Cervantes (Espanha), Institut Français, Instituto Italiano di Cultura, entre outros. A **ausência de um Instituto Brasileiro consolidado** em Berlim é uma lacuna estratégica a ser preenchida.

3.3 CONCORRÊNCIA E OPORTUNIDADE

Institutos culturais comparáveis em Berlim possuem orçamentos anuais entre €500.000 e €5.000.000. O IBC inicia com orçamento conservador de €600.000 no primeiro ano, com crescimento projetado para €1.200.000 no terceiro ano.

Não existe atualmente em Berlim um instituto dedicado exclusivamente à cultura brasileira com sede própria, programação contínua e capacidade de produção cultural profissional.

4. ESTRUTURA JURÍDICA

4.1 FORMA JURÍDICA NA ALEMANHA

O IBC será constituído como **eingetragener Verein (e.V.)** — associação registrada — com status de **Gemeinnützigkeit** (utilidade pública / nonprofit), conforme §§ 51-68 da Abgabenordnung (Código Fiscal Alemão).

Vantagens do e.V. Gemeinnützig: - Isenção de Imposto de Renda corporativo (Körperschaftsteuer) - Isenção de Imposto Comercial (Gewerbesteuer) - IVA reduzido de 7% (vs. 19% padrão) para atividades culturais - Capacidade de emitir recibos de doação dedutíveis para doadores alemães - Acesso exclusivo a financiamentos públicos e fundações - Credibilidade institucional perante parceiros europeus

4.2 REQUISITOS PARA REGISTRO (E.V.)

Conforme § 56 e § 59 do BGB (Código Civil Alemão): - Mínimo de **7 membros fundadores** - Elaboração da **Satzung** (Estatuto Social) - Assembleia Geral de Fundação com ata notariada - Registro no **Amtsgericht Berlin-Charlottenburg** (Vereinsregister) - Reconhecimento como Gemeinnützig pelo **Finanzamt** (Receita Federal alemã) - Abertura de conta bancária institucional - Registro no **Handelsregister** (quando aplicável)

4.3 ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

ASSEMBLEIA GERAL DE MEMBROS

|

CONSELHO FISCAL

|

DIRETORIA EXECUTIVA

├─ Diretor Geral (Sócio Fundador)

├─ Diretor Artístico

└─ Diretor Administrativo-Financeiro

|

EQUIPE OPERACIONAL

├─ Gerência de Comunicação

├─ Coordenação de Eventos

├─ Produção Cultural

└─ Administração

5. PROGRAMAÇÃO E SERVIÇOS

5.1 EIXOS PROGRAMÁTICOS

MÚSICA - Shows e concertos de artistas brasileiros em turnê europeia - Ciclos de MPB, Samba, Bossa Nova, Forró, Axé, Baião, Funk, Trap BR - Masterclasses com músicos brasileiros renomados - Festival Anual de Música Brasileira em Berlim

ARTES VISUAIS - Exposições de artistas plásticos brasileiros - Residências artísticas internacionais (artistas brasileiros em Berlim) - Feiras de arte com curadorias do Brasil - Fotografia, street art, design gráfico, moda

DANÇA E PERFORMANCE - Espetáculos de dança contemporânea brasileira - Workshops de capoeira, samba, forró, frevo, maracatu - Apresentações de grupos folclóricos em parceria com consulados

CINEMA E AUDIOVISUAL - Mostra de Cinema Brasileiro (anual) - Ciclos temáticos: Cinema Nordeste, Cinema Negro Brasileiro, Animação BR - Parcerias com Berlinale e festivais europeus

GASTRONOMIA E CULTURA COTIDIANA - Noites gastronômicas brasileiras - Workshops de culinária regional (comida baiana, mineira, nordestina) - Feira cultural brasileira semestral

EDUCAÇÃO E LÍNGUA - Cursos de português para estrangeiros (níveis A1 ao C2) - Workshops culturais nas escolas de Berlim - Programas de intercâmbio universitário Brasil-Europa - Lectures e seminários acadêmicos sobre Brasil

5.2 ESPAÇO FÍSICO

A sede em Berlim terá aproximadamente **200-250m²**, contendo: - Espaço multiuso para eventos (100 lugares) - Galeria permanente de arte brasileira - Sala de aulas / workshops (30 lugares) - Biblioteca / acervo cultural brasileiro - Escritório administrativo - Café / área de recepção com produtos brasileiros

6. MODELO DE NEGÓCIO

6.1 FONTES DE RECEITA (VER DOCUMENTO FINANCEIRO DETALHADO)

1. **Ingressos e bilheteria** — eventos, shows, exposições
2. **Cursos e workshops** — português, dança, capoeira, gastronomia
3. **Mensalidades de membros** — planos associativo IBC
4. **Patrocínios corporativos** — empresas brasileiras e europeias
5. **Editais e financiamentos públicos** — Creative Europe, Kulturstiftung, FUNARTE, Itamaraty
6. **Aluguel do espaço** — para eventos de terceiros
7. **Produtos e merchandise** — loja do instituto
8. **Serviços de produção cultural** — consultoria para artistas

7. ESTRATÉGIA DE MARKETING E COMUNICAÇÃO

7.1 POSICIONAMENTO

O IBC se posiciona como **a casa da cultura brasileira na Europa** — não um espaço nostálgico para a diáspora, mas um **centro de excelência cultural contemporâneo** que apresenta o Brasil em toda sua complexidade e modernidade ao público europeu.

7.2 CANAIS

- **Instagram / TikTok / YouTube** — conteúdo cultural permanente em PT, DE e EN

- **Newsletter** — agenda cultural mensal para membros e parceiros
- **Parcerias com mídia** — Berliner Zeitung, tip Berlin, Zitty, Exberliner
- **Relações públicas** — assessoria de imprensa em Berlim e São Paulo
- **Eventos de lançamento** — press events, noites de inauguração

7.3 PARCEIROS ESTRATÉGICOS

- **Embaixada e Consulados Brasileiros** na Alemanha
- **Itamaraty** — Divisão de Promoção da Língua Portuguesa
- **FUNARTE** — Fundação Nacional das Artes
- **Goethe-Institut** — parcerias de programação bilateral
- **Berlinale** — mostra de cinema brasileiro
- **Universidades** — FU Berlin, HU Berlin, UdK Berlin
- **Empresas brasileiras na Europa** — Embraer, Petrobras, Vale, Banco do Brasil, Nubank, etc.

8. PLANO DE EXPANSÃO EUROPEIA

(Ver documento 05 — Estratégia Europa — para detalhamento completo)

Ano 1: Consolidação em Berlim **Ano 2:** Abertura de representações em Lisboa e Paris **Ano 3:** Expansão para Madrid, Milão e Amsterdam **Ano 4-5:** Rede de 8-10 cidades europeias interconectadas

9. GESTÃO DE RISCOS

RISCO	PROBABILIDADE	IMPACTO	MITIGAÇÃO
Demora no reconhecimento Gemeinnützig	Média	Alto	Iniciar com apoio jurídico especializado
Baixa captação de patrocínios no 1º ano	Média	Alto	Foco em editais públicos e membros
Dificuldade de visto para artistas	Alta	Médio	Protocolo com consulados antecipado
Concorrência de eventos informais	Baixa	Baixo	Diferencial de curadoria e qualidade
Inestabilidade política Brasil-Europa	Baixa	Médio	Diversificação de fontes de financiamento

10. INDICADORES DE SUCESSO (KPIs) — ANO 1

- Número de eventos realizados: **mínimo 48/ano** (4/mês)
- Público total: **mínimo 5.000 pessoas/ano**
- Membros associados: **mínimo 200**
- Artistas brasileiros apoiados: **mínimo 30**

- Receita própria (bilheteria + cursos): **mínimo €80.000**
- Patrocínios captados: **mínimo €150.000**
- Editais/grants aprovados: **mínimo 2**

Documento elaborado em março de 2026. Todos os valores em Euros (€). Sócio Fundador: Jose Eugenio Soares Santiago