

# PRIMEIRO PASSO

Planejamento Empresarial  
Planejamento Empresarial  
Planejamento Empresarial

## *Loja de Artigos para Festas*



RIO DE JANEIRO, 2012

## APRESENTAÇÃO



O SEBRAE/RJ – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro apóia o desenvolvimento da atividade empresarial de pequeno porte, por meio de programas e projetos que visam à promoção e ao fortalecimento das pequenas e microempresas fluminenses.

Neste sentido, o Primeiro Passo objetiva colaborar no planejamento do investimento, oferecendo informações sobre atividades empresariais.

Muitas pessoas têm interesse em criar sua própria empresa. Vários são os fatores que ocorrem para motivá-las a montarem seus próprios negócios, dentre eles: dificuldade de colocar-se no mercado de trabalho, vontade de ser seu próprio patrão, sensação de liberdade, aplicação de recursos disponíveis, idealização de um empreendimento, habilidades próprias.

Definir o tipo de atividade que a empresa irá exercer requer uma análise do mercado, na qual devem ser levados em consideração a localização da empresa, seus consumidores, concorrentes e fornecedores.

Reuniram-se neste estudo, informações básicas sobre os diferentes aspectos de uma atividade, como: processo produtivo, exigências legais específicas, sugestões de leitura, vídeos e cursos, e dicas sobre as principais feiras e eventos direcionadas para o ramo da atividade.

Estas informações foram organizadas para colaborar na transformação da sua idéia de negócio numa oportunidade. Este é o **Primeiro Passo** em direção à sua própria empresa, realize suas pesquisas e planeje criteriosamente o seu empreendimento.

## SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	
A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO .....	4
FICHA TÉCNICA DA ATIVIDADE.....	5
ASPECTOS OPERACIONAIS.....	6
ASPECTOS MERCADOLÓGICOS.....	9
INVESTIMENTO INICIAL .....	11
ASPECTOS LEGAIS.....	12
ASPECTOS COMPLEMENTARES .....	16
REFERÊNCIAS.....	18

## A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO

Caro Empreendedor,

Todos os dias, inúmeras pessoas desejam atingir um objetivo comum: transformar a sua idéia ou sonho em um negócio bem sucedido e lucrativo no menor espaço de tempo possível. Ao longo dos anos, a experiência do SEBRAE no apoio às Micro e Pequenas Empresas demonstra que é fundamental planejar cada etapa do empreendimento, já que uma série de fatores precisa ser levada em consideração na decisão de abrir uma empresa. Diversas pesquisas apontam os altos índices de falência das Micro e Pequenas Empresas nos primeiros anos de existência. Quando consultados, os empresários relatam diversas causas para o fechamento de suas empresas, entre elas:

- Falta de Clientes
- Desconhecimento do Mercado
- Ponto comercial ou local inadequado
- Alta carga tributária
- Concorrência muito forte

Para que muitas dessas causas sejam evitadas, é necessário que o empreendedor planeje cuidadosamente cada um dos passos que precisará caminhar em direção à abertura de sua empresa. A forma mais adequada é a elaboração de um plano de negócios detalhado da atividade que pretende iniciar, coletando informações sobre o ramo de atividade de seu interesse.

### O que é um Plano de Negócios?

Plano de Negócios é um documento que descreve todas as etapas que o empreendedor precisará avançar ao planejar a abertura ou a expansão de uma empresa. Através do plano de negócios é possível identificar e restringir possíveis erros ainda na etapa de planejamento ao invés de cometê-los no mercado, com a empresa já em funcionamento. Por isso, ele deverá responder a algumas perguntas como: O que é o negócio? Quais são os seus principais produtos e/ou serviços? Quem serão seus clientes? Onde será instalada a empresa? Qual o montante de capital a ser investido? Qual será o faturamento mensal? Que lucro espera obter do negócio? Em quanto tempo espera que o capital investido retorne? Quem serão seus concorrentes?

Para auxiliar você nessa etapa, o SEBRAE/RJ oferece soluções como o [Negócio Certo](#), programa on line gratuito que auxilia na construção de um plano de negócios e que orienta na busca, na análise de viabilidade, na legalização, na administração e na melhoria de um empreendimento.

O Negócio Certo é apenas o começo. Ao longo dessa pesquisa, você conhecerá outras soluções do SEBRAE/RJ que apóiam o empreendedor na decisão de abrir, legalizar e futuramente gerenciar sua empresa.

Então, boa leitura e mãos à obra!

## FICHA TÉCNICA DA ATIVIDADE

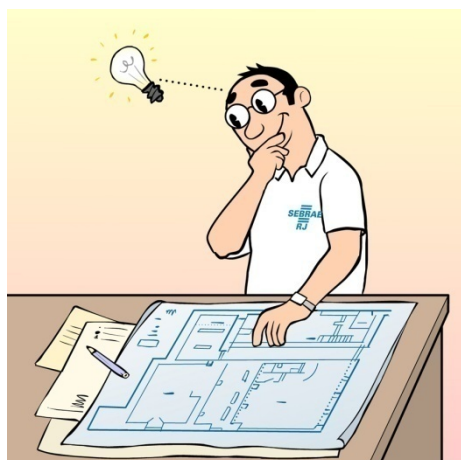


A ficha técnica da atividade é um quadro-resumo que tem por objetivo apresentar um detalhamento da atividade pretendida, fornecendo elementos necessários para:

- facilitar o preenchimento de fichas de consulta para verificação de exigências na instalação comercial;
- permitir a correta descrição do tipo de negócio no momento da elaboração do contrato social;
- revelar o perfil da variedade de produtos ou serviços oferecidos.

<b>Ramo de atividade</b>	Comércio varejista.
<b>Tipo de Negócio</b>	Comércio varejista de artigos para decoração de festas.
<b>Produtos Ofertados</b>	Balões, papéis para presente, copos e pratos de papelão, convites, sacolinhas, velas, balas, pirulitos etc.

## ASPECTOS OPERACIONAIS



Decorar uma festa para crianças exige muito mais do que a montagem de uma mesa enfeitada de doces, balas coloridas e bolo de chocolate. É preciso entrar no mundo imaginário da fantasia, que não é só das crianças, como também de seus pais e avós.

Hoje, a maior parte das festinhas de crianças é totalmente decorada com recursos que compõem cenários encantadores e levam os pais a disporem de suas economias para dar vida ao mundo encantado. Devem-se considerar também as inúmeras variedades de festas realizadas ao longo do ano, como Carnaval, Dia das Bruxas, Festa Junina, Casamentos, Bodas, 15 anos etc.

Este é um setor que sofre impactos da sazonalidade. Nos períodos de festas, como Natal, Carnaval, Páscoa, Festas Juninas, Dia das Mães, Dia dos Namorados etc., existe um acréscimo considerável nas vendas, ao contrário do período das férias escolares quando normalmente as vendas caem. Garantir um bom mercado o ano todo é o grande desafio deste segmento e que só poderá ser alcançado com uma boa dose de criatividade, originalidade e diversificação.

O público consumidor é bastante abrangente e caracterizado pela maioria feminina, apesar dos homens estarem cada vez mais participantes e interessados. Entretanto, definir o alvo é importantíssimo para o empreendimento. Conhecer a faixa etária, hábitos de consumo e faixas salariais são alguns dos itens necessários para esta definição. Sem dúvida alguma, a diferenciação é conseguida pela qualidade e variedade dos produtos comercializados e pelo atendimento aos clientes.

A localização ideal para este empreendimento é aquela com grande concentração de pessoas, seja em áreas comerciais ou residenciais e que preferencialmente ofereçam estacionamento. O empreendedor precisará analisar os imóveis disponíveis no bairro, o poder aquisitivo da população local, o número de concorrentes, a qualidade dos produtos oferecidos por eles e optar por aquele imóvel que ofereça as condições adequadas para instalação e ampliação.

A estrutura básica de uma Loja de artigos para festa, poderá ser dividida em:

- área de exposição( estantes e gôndolas);
- balcão de atendimento;
- área de vendas (caixa, empacotamento e entrega)
- administração;
- estoque;
- sanitários.

Os itens básicos são:

- balcões;

- prateleiras;
- vitrinas;
- estantes expositoras;
- computadores;
- *softwares* gerenciais;
- móveis;
- impressora;
- sistema de telefonia / fax;
- embalagens;
- uniformes.

O balcão de atendimento, além de permitir a demonstração dos produtos pelo vendedor, pode servir de expositor para os mesmos. Assim, ele deve dispor de vidros no tampo superior, de modo que o cliente possa escolher aqueles produtos que mais lhe agradem.

A decoração da loja é resultado do conjunto de detalhes definidos no projeto arquitetônico. Mobiliário, pintura, iluminação, revestimentos, tudo é importante para o efeito final que se pretende. Uma boa decoração depende fundamentalmente de um bom detalhamento de todos esses itens.

Uma das formas deste tipo de negócio tem para se diversificar dos outros é ter o maior número possível de mercadorias para atender às mais diversas necessidades dos clientes e de preferência fazer com que todos que entrarem na loja, saiam satisfeitos com suas compras. Os diferenciais estão em atendimento personalizado e qualificado (com pessoal uniformizado e bem humorado), logística (entrega em domicílio) e qualidade nos produtos. Estes fatores tornam a empresa um referencial para a clientela e até mesmo para os concorrentes, pois os clientes, quando bem atendidos, possivelmente voltarão e se tornarão fiéis à empresa.

Entretanto, especial atenção deve ser dada ao arranjo físico. O empreendedor não pode abrir mão das técnicas de *merchandising* que tanto favorecem. Localização por tipo de produtos; gôndolas ou prateleiras; produtos que devem ficar próximos ao caixa; como disponibilizar os corredores; sinalização; promoções; enfim, há uma série de orientações que compõem a estratégia do negócio e que precisam ser devidamente consideradas. Este é um elemento importante e essencial para esta atividade. O ambiente do salão de vendas precisa ser valorizado, assim como seus espaços e circulações, de modo que ofereçam condições adequadas ao trânsito dos clientes.

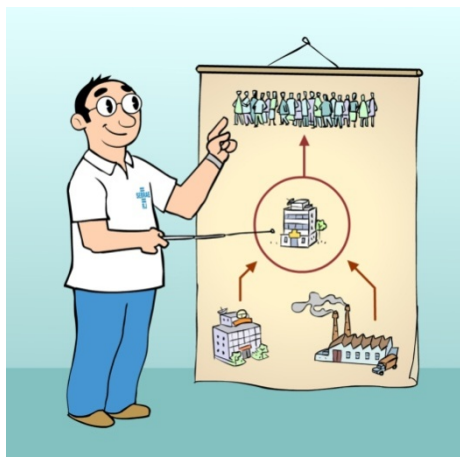
Recomenda-se ao empreendedor investir em informatização do negócio. Existem muitas opções que possibilitam essa facilidade: caixas eletrônicas isoladas ou integradas, impressoras para preenchimento automático de cheques, impressoras de notas fiscais nos caixas, código de barras nos produtos, banco de dados sobre cada produto ou serviço e cadastro de clientes. Essa tecnologia facilitará o atendimento, pois reduzirá o tempo de espera na fila, e facilitará o pós-venda, proporcionando um alcance maior de clientela em épocas de promoções.

A parceria com os fornecedores é fundamental e proporciona ganhos em relação às grandes campanhas de *marketing* feitas por eles, sinalizações que podem ser compartilhadas e até mesmo cedidas e principalmente a oferta de produtos reconhecidos pela clientela em geral.

A mão-de-obra é variável de acordo com a estrutura do empreendimento. Necessariamente, deverá contar com balconistas ou atendentes, caixas e auxiliares administrativos. Os funcionários responsáveis pelo contato com os consumidores devem ser cordiais e atenciosos, já que a qualidade no atendimento é tão importante quanto a dos produtos comercializados. É recomendável que os funcionários tenham condição de prestar informações sobre os artigos comercializados, além de assessorar na escolha do consumidor.



## ASPECTOS MERCADOLÓGICOS



Conhecer o mercado é fundamental na análise de viabilidade de um empreendimento. Observando o mercado, é possível conhecer e fidelizar os seus clientes, elaborar e estabelecer estratégias para aumentar suas vendas, criando-se um diferencial competitivo em seus produtos ou serviços.

Para que você possa ter um mapa completo do comportamento de seu mercado, é necessário que você conheça:

**1- O Mercado Consumidor:** Representa os clientes que comprarão suas mercadorias ou utilizarão os seus serviços. No mercado consumidor é que está o seu público-alvo, ou seja, para quem você vai vender produtos ou serviços (homens, mulheres, idosos, crianças, empresas, etc).

A razão de ser de uma empresa é o consumidor. Por isso, é extremamente importante que você conheça seus hábitos: o que ele gosta de comprar e quando, de que maneira prefere pagar (dinheiro, cartão de crédito), se prefere o sistema de delivery, etc.

Identificar e conhecer bem os hábitos de consumo de seu público-alvo vai permitir que você selecione a linha de produtos que irá comercializar, o atendimento que vai oferecer, além das instalações e equipamentos de que vai precisar.

A melhor forma de conhecer o mercado consumidor é através de uma pesquisa de mercado. Ela pode ser realizada por você através da observação e também de pesquisas na localidade onde você pretende abrir a sua empresa. Verifique quem são as pessoas que consomem os produtos ou serviços de sua futura empresa. É importante também pesquisar o seu concorrente. Como ele atua? Para quem ele vende? Através dessas informações você poderá identificar um diferencial para o seu negócio.

**2- O Mercado Concorrente:** Conhecer o mercado concorrente é procurar descobrir quem comercializa produtos ou presta o mesmo serviço que você. Quando bem analisada, a concorrência pode ser um estímulo para o crescimento de sua empresa. Você pode começar a pesquisar o seu mercado concorrente respondendo às seguintes perguntas:

- Como meus concorrentes vendem seus produtos e serviços (preço, prazo de entrega, forma de pagamento, promoções etc.)
- Quantos são os meus concorrentes?
- Onde estão localizados?

- O que minha empresa pode fazer além do meu concorrente? (Que vantagens posso oferecer, quais são os meus diferenciais competitivos)

**3- O Mercado Fornecedor:** São as empresas que fornecem matéria-prima, tecnologia, embalagens, equipamentos, serviços, mão-de-obra e tudo o que for necessário para que sua empresa possa funcionar. A escolha de bons fornecedores é fundamental para o sucesso de seu negócio. Escolha-os criteriosamente, analisando seus preços, formas e prazos de pagamento, pontualidade na entrega e qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

Você pode localizar fornecedores de diversas formas:

- Através de pesquisa com empresários que já atuam no mesmo ramo que o seu;
- Em catálogos distribuídos pelas empresas;
- Através da Internet;
- Em feiras e exposições do setor

Escolhido o fornecedor, não se esqueça de verificar a idoneidade da empresa.

Para auxiliá-lo na etapa de pesquisa dos mercados consumidor, concorrente e fornecedor, o SEBRAE/RJ disponibiliza pra você o seguinte serviço:

- [Informações Socioeconômicas do Estado do Rio de Janeiro, seus 92 municípios e 33 regiões administrativas do município do Rio de Janeiro](#)

Através da análise de dados como área, população e potencial de consumo, você poderá mapear e conhecer as preferências do público-alvo da localidade onde você pretende instalar sua empresa. É uma etapa importante na sua pesquisa de mercado.

## INVESTIMENTO INICIAL



O investimento inicial depende diretamente do tipo de negócio, do porte, da localização, do público-alvo e de outros aspectos do empreendimento.

Antes de desembolsar o primeiro R\$ (real), é recomendável pesquisar, estudar e relacionar todas as despesas que terá, por exemplo: com imóvel, instalações, equipamentos, contratações de serviços e de empregados, treinamento, documentação, legalização da empresa etc.

Por mais minuciosa que seja a definição dos gastos que irão compor o investimento inicial, o empreendedor deve ter a clareza de que, quando iniciar a montagem da empresa, surgirão situações de gastos que não foram imaginadas antes, portanto, será necessária a reserva de uma boa quantia de dinheiro para estes imprevistos.

É preciso lembrar também do “capital de giro”, isto é, do dinheiro que precisará para pagar empregados, aluguel e despesas com o imóvel, luz, telefone etc., nos primeiros meses de operação e, também, como reserva de capital para suportar períodos iniciais com baixo número de clientes.

É de fundamental importância ter certeza de **quanto** vai gastar para montar a empresa e **quando** terá de efetuar cada pagamento. Veja o exemplo do quadro a seguir:

INVESTIMENTO INICIAL – ANTES DA INAUGURAÇÃO (Os valores são simbólicos)				
Detalhamento	Desembolso no 1º mês	Desembolso no 2º mês	Desembolso no 3º mês	Subtotal
Investimento em Instalações	1.500,00	1.000,00	2.000,00	4.500,00
Investimento em equipamentos	2.500,00	2.000,00	2.000,00	6.500,00
Investimento em veículos	-	-	-	-
Serviços de terceiros	3.000,00	1.000,00	1.000,00	5.000,00
Material de consumo e utensílios	-	-	1.000,00	1.000,00
Gastos com a abertura da empresa e inauguração	-	-	2.000,00	2.000,00
Reserva para gastos não previstos	5.000,00	-	-	5.000,00
Estoque	2.000,00	-	-	2.000,00
<b>Subtotal</b>	<b>14.000,00</b>	<b>4.000,00</b>	<b>8.000,00</b>	<b>26.000,00</b>
Reserva para capital de giro	-	-	5.000,00	5.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>14.000,00</b>	<b>4.000,00</b>	<b>13.000,00</b>	<b>31.000,00</b>

Este quadro é um exemplo de como organizar os gastos com o investimento inicial. O ideal é que ele seja formado com o maior detalhamento possível, e que seja complementado na medida em que o empreendedor for se inteirando dos aspectos reais do empreendimento.

O quadro deve ser pensado como um grande mapa, quanto mais completo e detalhado for, mais acertado será o planejamento e serão reduzidas as oportunidades de surpresas desagradáveis com falta de recursos. Certamente, os erros no dimensionamento do investimento inicial, que provoquem esta falta de recursos, costumam ser a causa do fracasso de muitas empresas.

## ASPECTOS LEGAIS



Para que uma empresa possa iniciar suas atividades, é necessário que esteja devidamente legalizada, ou seja, deverá estar registrada em determinados órgãos nos âmbitos federal, estadual e municipal. Alguns registros são comuns para todas as empresas, outros são exigidos apenas para aquelas que realizem determinadas atividades.

O SEBRAE/RJ, procura contribuir com informações sobre os registros comuns a todas as empresas, informando os órgãos a serem percorridos, bem como os documentos exigidos para sua legalização. Verifique em nosso [site](#) os procedimentos para [legalizar sua empresa](#).

Dependendo da atividade a ser desenvolvida, além dos procedimentos descritos para a Legalização de Empresas, poderão surgir outras exigências. Verifique os aspectos específicos dessa atividade:

Não existem exigências estaduais específicas para esta atividade, contudo destacam-se:

O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC, regulamentado pelo [Decreto Federal nº. 2.181, de 20 de março de 1997](#), estabelece as normas gerais de aplicação das sanções administrativas previstas na [Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990](#), Código de Proteção e Defesa do Consumidor.

Integram o SNDC a Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça - SDE, por meio do seu Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - DPDC, e os demais órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal, municipais e as entidades civis de defesa do consumidor.

No estado do Rio de Janeiro, o [PROCON – RJ](#), Autarquia de Proteção e Defesa do Consumidor do Estado do Rio de Janeiro, instituída pela [Lei nº 5.738, de 07 de junho de 2010](#), compõe o Sistema Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor – SEDC, instituído pelo [Decreto Estadual nº. 35.686, de 14 de junho de 2004](#).

Abaixo, destacam-se **Art. 2º e 3º** do Código de Defesa onde Consumidor, Fornecedor, Produto e Serviço encontram-se definidos.

“(...)

**Art. 2º Consumidor** é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

*Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.*

**Art. 3º Fornecedor** é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

**§ 1º Produto** é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º **Serviço** é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista. (...)"

De acordo com a [Lei nº. 9610, de 19 de fevereiro de 1998](#), disponível no site da [Presidência da República do Brasil](#), que altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais, os estabelecimentos que utilizam músicas em suas dependências estão obrigados a pagar direitos autorais ao [ECAD](#) (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição), que representa os autores na cobrança de seus direitos.

"(...)

Art. 1º Esta Lei regula os direitos autorais, entendendo-se sob esta denominação os direitos de autor e os que lhes são conexos.

(...)

Art. 68. Sem prévia e expressa autorização do autor ou titular, não poderão ser utilizadas obras teatrais, composições musicais ou lítero-musicais e fonogramas, em representações e execuções públicas.

§ 1º Considera-se representação pública a utilização de obras teatrais no gênero drama, tragédia, comédia, ópera, opereta, balé, pantomimas e assemelhadas, musicadas ou não, mediante a participação de artistas, remunerados ou não, em locais de frequência coletiva ou pela radiodifusão, transmissão e exibição cinematográfica.

§ 2º Considera-se execução pública a utilização de composições musicais ou lítero-musicais, mediante a participação de artistas, remunerados ou não, ou a utilização de fonogramas e obras audiovisuais, em locais de frequência coletiva, por quaisquer processos, inclusive a radiodifusão ou transmissão por qualquer modalidade, e a exibição cinematográfica.

§ 3º Consideram-se locais de frequência coletiva os teatros, cinemas, salões de baile ou concertos, boates, bares, clubes ou associações de qualquer natureza, lojas, estabelecimentos comerciais e industriais, estádios, circos, feiras, restaurantes, hotéis, motéis, clínicas, hospitais, órgãos públicos da administração direta ou indireta, fundacionais e estatais, meios de transporte de passageiros terrestre, marítimo, fluvial ou aéreo, ou onde quer que se representem, executem ou transmitam obras literárias, artísticas ou científicas.

**§ 4º Previamente à realização da execução pública, o empresário deverá apresentar ao escritório central, previsto no art. 99, a comprovação dos recolhimentos relativos aos direitos autorais.**

§ 5º Quando a remuneração depender da frequência do público, poderá o empresário, por convênio com o escritório central, pagar o preço após a realização da execução pública.

§ 6º O empresário entregará ao escritório central, imediatamente após a execução pública ou transmissão, relação completa das obras e fonogramas utilizados, indicando os nomes dos respectivos autores, artistas e produtores.

§ 7º As empresas cinematográficas e de radiodifusão manterão à imediata disposição dos interessados, cópia autêntica dos contratos, ajustes ou acordos, individuais ou coletivos, autorizando e disciplinando a remuneração por execução pública das obras musicais e fonogramas contidas em seus programas ou obras audiovisuais.

(...)"

Conforme o [Decreto n.º 897, de 21 de setembro de 1976](#), que estabelece o Código de Segurança Contra Incêndio e Pânico – COSCIP, disponível no site da Secretaria de Estado da Defesa Civil e do Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Rio de Janeiro, todas as empresas devem possuir o Certificado de Aprovação do Corpo de Bombeiros, que será emitido depois que o Laudo de Exigências

da Diretoria Geral de Serviços Técnicos (DGST) for cumprido. Recomenda-se a leitura da íntegra deste documento legal e consulta no Destacamento do Corpo de Bombeiros do Município onde a empresa será estabelecida.

Destaca-se o [Decreto n.º 35.671, de 09 de junho de 2004](#), também disponível no *site* da Secretaria de Estado da Defesa Civil e do Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Rio de Janeiro, que dispõe sobre a segurança contra incêndio e pânico nas edificações comprovadamente licenciadas ou construídas antes da vigência do [Decreto n.º 897, de 21 de setembro de 1976](#).

De acordo com o [Decreto Estadual n.º 42.159, de 2 de dezembro de 2009](#), para os empreendimentos com potencial poluidor insignificante e com porte mínimo ou pequeno, a licença ambiental é inexigível.

No [Portal de Licenciamento do Instituto Estadual do Ambiente - Inea](#) é possível verificar a exigência de licenciamento para a atividade, no item "[Onde e como licenciar](#)".



Recomenda-se consulta à Prefeitura do Município onde a empresa será legalizada para conhecimento das exigências regionais.



Abaixo, destacam-se documentos legais de interesse empresarial, no âmbito do Estado do Rio de Janeiro.

- [Lei n.º 2.150, de 06 de agosto de 1993](#) – Os estabelecimentos comerciais de qualquer natureza estão autorizados a afixar seus dias e horários de funcionamento, desde que não implique à redução da carga normal mensal de operação, de comum acordo com seus empregados e obedecidas às prescrições trabalhistas vigentes.
- [Lei n.º 2.211, de 02 de janeiro de 1994](#), da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro – Todas as empresas comerciais estão obrigadas a afixar em seus estabelecimentos, com destaque e em local visível, a seguinte expressão: “SONEGAR É CRIME. O cidadão consciente, na compra de mercadorias, exige a Nota Fiscal, pois sabe que o Estado, para melhorar a saúde, a educação, a segurança e tudo mais, depende da arrecadação.”
- [Lei n.º 2.487, de 21 de dezembro de 1995](#), disponível no *site* da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro - Os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços estão obrigados a manter fixado, em local visível, o endereço e o telefone do PROCON – Programa de Orientação e Proteção ao Consumidor. Na cidade do Rio de Janeiro, de forma geral, deverá ser adotada a seguinte denominação: “[PROCON/RJ – Autarquia de Proteção e Defesa do](#)

Consumidor". Endereço: Rua da Ajuda nº 05 - 18º andar - Centro - Rio de Janeiro/RJ - CEP: 20040-000 – Telefone: 151".

- [Lei n.º 2.876, de 19 de dezembro de 1997](#), da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro informa que, os estabelecimentos comerciais estão obrigados a afixar em suas lojas comerciais, em locais de fácil acesso ao público, cartazes com os números dos telefones úteis, sendo estes os das seguintes instituições: Corpo de Bombeiros, Pronto Socorro e Hospitais Públicos; Defesa Civil; Delegacia Policial da região onde está localizada a casa comercial; Polícia Federal; Disque Denúncia; Instituto Médico Legal; Delegacia da Mulher e Polícia Militar da Região.
- [Lei nº 4.311, de 29 de abril de 2004](#), da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro - Obriga os estabelecimentos comerciais situados no Estado do Rio de Janeiro a possuírem em local acessível e visível aos consumidores o Código de Defesa do Consumidor.
- [Lei nº 5.161, de 11 de dezembro de 2007](#), da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro - Proíbe que os estabelecimentos comerciais lacrem sacolas de compras dos consumidores que visitam as lojas.
- [Lei nº 5.407, de 16 de março de 2009](#) - Obriga as empresas que promovem vendas a crédito a afixarem, em local visível e de fácil acesso ao cliente, o texto integral da ementa da lei nº 2868, de 18 de dezembro de 1997.
- [Lei n.º 5.517, de 17 de agosto de 2009](#), disponível no *site* da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro, proíbe o consumo de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, na forma que especifica, e cria ambientes de uso coletivo.
- [Lei n.º 5.817, de 3 de setembro de 2010](#), disponível no *site* da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro, obriga a inclusão do telefone e endereço do órgão de fiscalização do Estado do Rio de Janeiro em defesa do consumidor – Programa de Orientação e Proteção ao Consumidor - PROCON–RJ e da Comissão de Defesa do Consumidor da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro – Alerj nos documentos fiscais emitidos pelos estabelecimentos comerciais do Estado do Rio de Janeiro.

## ASPECTOS COMPLEMENTARES

### Leituras

**Papaiurso – Revista de Artesanato On-Line**

Site: <http://www.papaiurso.com.br/>

**Revista Festas Infantis, Buffets e Eventos**

Site: <http://www.revistafestas.com.br/>

### Vídeos

**Atendimento excelente ao cliente.**

Empresa: Link Quality.

Telefone: (21) 2523-5197 / 2523-9997

Fax: (21) 2523-2219

Site: <http://www.linkquality.com.br/>

**Como Produzir Peças e Mecanismos para Festas Infantis.**

Produção: CPT – Centro de Produções Técnicas.

Central de Atendimento: (31) 3899-7000

Site: <http://www.cpt.com.br/>

**Curso de Artesanato em Borracha EVA.**

Produção: CPT – Centro de Produções Técnicas.

Central de Atendimento: (31) 3899-7000

Site: <http://www.cpt.com.br/>

### Cursos

**SEBRAE/RJ**

Central de Relacionamento: 0800-570-0800

Site: <http://www.sebraerj.com.br>

**SENAC/RJ**

Telefone: (21) 4002-2002

Site: <http://www.rj.senac.br/>

### Entidades de Classe

**Sindicato dos Lojistas do Comércio do Município do Rio de Janeiro.**

Telefone: (21) 3125-6667

Fax: (21) 2533-5094

Site: <http://www.sindilojas-rio.com.br/>

**Clube de Diretores Lojistas do Rio de Janeiro - CDL-RJ -**

Tel: (21) 2106-1700

Site: <http://www.cdrlrio.com.br/>





**Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do Estado do Rio de Janeiro FCDL – RJ –**  
Tel.: (21) 2516-5050  
Site: <http://www.fcdlrj.org.br/>

### **Sites Interessantes**

#### **Biblioteca on line SEBRAE**

Site: <http://www.biblioteca.sebrae.com.br/>

#### **Apex-Brasil – Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos**

Site: <http://www.apexbrasil.com.br/portal/>

#### **Associação Comercial do Rio de Janeiro – ACRJ**

Site: <http://www.acrj.org.br/>

#### **Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro -FECOMERCIO – RJ.**

Site: <http://www.fecomercio-rj.org.br/>

#### **Sociedade de Amigos das Adjacências da Rua da Alfândega – SAARA Rio.**

Site: <http://www.saarario.com.br/>

#### **Portal da Rua 25 de Março – São Paulo**

Site : <http://www.portalda25.com.br/>

### **Feiras e Eventos**

#### **MEGAFESTAS KIDS**

Mega Feira de Festas Infantis.

Realização: Notícias e Notas Promoções e Eventos

Site: <http://www.megafestas.com.br/>

#### **TOYS, PARTIES & CHRISTMAS FAIR**

Feira Profissional e Dirigida de Artigos de Natal, Brinquedos e Festas Sazonais.

Promoção: Grafite Feiras e Promoções Ltda.

Site: <http://www.grafitefeiras.com.br/>

#### **EXPO PARQUES E FESTAS**

Feira Internacional de Produtos e Serviços para Parques Temáticos, Buffets e Festas Infantis

Promoção: **Franca Feiras e Empreendimentos Ltda.**

Site: <http://www.exoparquesefestas.com.br/>

Verifique outros eventos no [Calendário de Eventos](#) disponibilizado pelo SEBRAE/RJ.

Lembre-se que esse é o Primeiro Passo em direção ao seu próprio negócio, conte com o SEBRAE para continuar essa caminhada. Procure uma das nossas Unidades de Atendimento ou Fale Conosco através da nossa [Central de Relacionamento](#).

## REFERÊNCIAS

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Processo legislativo:** Leis estaduais. Disponível em: <http://www.alerj.rj.gov.br/>. Acesso em: 7 mai. 2012.

AUTARQUIA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – PROCON-RJ. **Orientação ao Consumidor.** Disponível em: <http://www.procon.rj.gov.br/>. Acesso em: 7 mai. 2012.

CORPO DE BOMBEIROS MILITAR DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Informações para empresas.** Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: <http://www.defesacivil.rj.gov.br/>. Acesso em: 7 mai. 2012.

GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Secretaria de Saúde e Defesa Civil. **Resoluções.** Disponível em: <http://www.saude.rj.gov.br/>. Acesso em: 7 mai. 2012.

INSTITUTO ESTADUAL DO AMBIENTE. **Portal de Licenciamento.** Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.inea.rj.gov.br/>. Acesso em: 7 de mai. De 2012.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. **Calendário brasileiro de exposições e feiras.** Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/>. Acesso em: 7 mai. 2012.

PAVANI, Claudia; DEUTSCHER, José Arnaldo; LÓPEZ, Santiago Maya. **Plano de negócios:** planejando o sucesso de seu empreendimento. Rio de Janeiro: Minion, 2000. 202p.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL. **Legislação.** Disponível em: <http://www.presidencia.gov.br/>. Acesso em: 7 mai. 2012.

ROSA, Silvana Goulart Machado. **Reposicionamento de produtos.** Porto Alegre: SEBRAE/RS, 1998. 64p. (Série Marketing Essencial, 3).

SEBRAE/ES. **Ideias de negócios: Loja de Produtos Descartáveis para Festas.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/uf/espírito-santo>. Acesso em: 7 mai. 2012.

SEBRAE/RJ. **Calendário de eventos.** Disponível em: <http://www.sebraerj.com.br/>. Acesso em: 7 mai. 2012.

TOALDO, Ana Maria Machado; COSTA, Filipe Campelo Xavier da; TEITELBAUM, Ilton. **Pesquisa de mercado para pequenas empresas.** Porto Alegre: SEBRAE/FAURGS, 1997. 28p. (Série Talentos Empreendedores, 7).