

Fabricação de bolsas em couro e acessórios



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	1
Localização.....	2
Exigências Legais e Específicas.....	2
Estrutura.....	3
Pessoal.....	4
Equipamentos.....	4
Matéria Prima/Mercadoria.....	5
Organização do Processo Produtivo.....	6
Automação.....	6
Canais de Distribuição.....	9
Investimentos.....	9
Capital de Giro.....	9
Custos.....	10
Diversificação/Agregação de Valor.....	10
Divulgação.....	10
Informações Fiscais e Tributárias.....	11
Eventos.....	12
Entidades em Geral.....	13
Normas Técnicas.....	13
Glossário.....	14
Dicas de Negócio.....	14
Características Específicas do Empreendedor.....	14
Bibliografia Complementar.....	15
Fonte de Recurso.....	15
Planejamento Financeiro.....	15
Produtos e Serviços - Sebrae.....	15
Sites Úteis.....	15

1. Apresentação de Negócio

Surge uma nova era no mercado de Bolsas e acessórios em couro, com a chegada de um ícone, que é a mulher independente e emancipada, atuante no mercado e disputando salários com o público masculino. Com todos estes atributos, esta consumidora em potencial chega ao mercado à procura de produtos que a satisfaçam, dentro de vários segmentos que unem qualidade, beleza, versatilidade e, acima de tudo, que seja um produto de moda. Para atender a este mercado deve-se estar atento e preparado para suprir estes consumidores com produtos que reúnam tais características. É preciso interpretar este acontecimento como uma nova maneira de enriquecer o produto dentro de um segmento lógico de tendência de moda e de mercado. As bolsas, mais do que um adorno, são uma espécie de complemento do corpo. Incentivada pela evolução tecnológica e de consumo, a produção no segmento aumenta a olhos vistos, acompanhada das inovações em formas, materiais, cores e tamanhos. Os resultados atraem as sempre vaidosas mulheres e, de maneira crescente, os homens e as crianças. O couro é considerado o material mais nobre para a confecção de cinto, carteira, bolsa, maleta, pasta e marroquinaria. Entretanto, além de ser de custo alto, a tendência da moda e as exigências práticas da vida concorreram para o desenvolvimento tecnológico na área de outros materiais de mais fácil acesso e aquisição. Assim, ampliou-se consideravelmente o mercado de materiais diversos: sintéticos e naturais, adequados a cinto, carteira, bolsa, maleta, pasta e marroquinaria. Também alcançou grande projeção no mercado o couro sintético, misto de couro, resinas e outros produtos. De qualquer forma, o couro não perdeu sua posição de material nobre sendo requisitado para a confecção de cinto, carteira, maleta, pasta e marroquinaria no mundo inteiro. Depois de curtido, o couro é usado na fabricação de calçados, bolsas, carteiras, cintos, malas, chapéus, revestimento de móveis, etc. O couro bovino é o mais empregado. Entretanto, tem crescido a procura de couros suíno, caprino, ovinos e de outras espécies de animais como o jacaré, cobra e atualmente, de rã e peixe. O couro bovino compõe-se duas partes importantes: a flor e a carnal. A flor é a parte externa do couro que, antes do uso, é submetida a tratamentos especiais. A parte carnal é a parte interna, fibrosa. Às vezes recebe tratamento para substituir a flor. O couro é considerado de boa qualidade quando apresenta fibras consistentes, elasticidade, boa aparência e facilidade de manipulação. A produção de bolsas e de acessórios em couro é um processo muito artesanal, envolve correria diária e muita organização. O Couro, como um produto nobre, destina-se a um público consumidor de renda elevada. É por isso que, no Brasil, ele é considerado produto com mercado relativamente limitado. No exterior, existe boa demanda o que proporciona condições favoráveis à exportação, porém, as exigências desse mercado também são maiores. Este documento não substitui um plano de negócio. Para elaborá-lo procure o Sebrae.

2. Mercado

O complexo industrial emprega cerca de 50 mil pessoas, movimenta um PIB estimado em US\$ 3,5 bilhões, exportou US\$ 1,8 bi em 2008, contribuindo em 7% para o saldo da balança comercial brasileira. Já a cadeia produtiva do couro que abrange os setores de curtumes, calçados, componentes, máquinas e equipamentos para calçados e couros, artefatos e artigos de viagem em couro, reúne 10 mil indústrias, gera mais de 500 mil pessoas e movimenta receita superior a US\$ 21 bilhões de dólares por ano. É fato que o mercado de bolsas brasileiro vem se expandindo nos últimos anos. (Fonte: MDIC/CICB). Os principais destinos do produto nacional foram a China e Hong Kong, ambos com US\$ 373,78 milhões (36,35% de participação); Itália, com US\$ 232,51 milhões (22,61% de participação); Estados Unidos, US\$ 89,35 milhões (8,7%), Vietnã, com US\$ 38,23 milhões (3,72%), México, US\$

34,7 milhões (3,37%), Indonésia, US\$ 26,77 milhões (2,6%) e Alemanha, com US\$ 25,34 milhões (2,47%). Até pouco tempo, a fabricação restringia-se a empresas focadas no ramo. Hoje, quem produz sapatos e roupas também faz bolsas. Da mesma forma, pequenas fábricas e ateliês de costura estão se voltando ao segmento, sem falar na presença crescente dos produtos chineses. Sabe-se que 82% do mercado de bolsas, malas, carteiras e acessórios de couro estão no Sul e Sudeste. A concorrência é grande, mas sempre se sobressai quem valoriza bom gosto, moda e, acima de tudo, qualidade. O mercado de bolsas infantis ganhou a atenção e a simpatia da garotada e também se expande a cada ano. As crianças querem imitar o mundo dos adultos e levam para seus guarda-roupas exemplares que, muitas vezes, são cópias fiéis dos utilizados pelos pais. Antes de abrir um negócio, recomenda-se a realização de ações de pesquisa de mercado para avaliar a demanda e a concorrência. Seguem algumas sugestões:

- Pesquisa em fontes como prefeitura, guias, IBGE e associações de bairro para quantificação do mercado alvo;
- Visita aos concorrentes diretos, identificando os pontos fortes e fracos dos estabelecimentos que trabalham no mesmo nicho;
- Participação em seminários especializados. Em relação a concorrência, a invasão predatória das bolsas chinesas, geralmente feitas de materiais sintéticos, e que são vendidas nas calçadas de várias cidades do País, preocupa muito o empresário. O que se detecta é que a procura por produtos feitos com materiais sintéticos está aumentando, devido ao alto custo do couro. Aí entram os produtos chineses, que ameaçam o setor produtivo. Já no mercado fornecedor, algumas questões devem ser analisadas e investigadas a fim de determinar o grau de rivalidade deste mercado, são elas:
- Em que grau, fornecedores individuais têm poder de negociar preços do insumo com uma empresa típica do setor produtor?
- O segmento dos fornecedores é mais concentrado do que o segmento comprador?
- As empresas do segmento comprador adquirem baixo volume em relação a outros compradores do segmento fornecedor?
- Os fornecedores podem discriminar preços entre compradores específicos de acordo com a habilidade/disposição para pagar pelo insumo?

Após investigar e analisar todas as questões do mercado, dividindo entre consumidores, concorrentes e fornecedores, o empreendedor estará apto a um melhor posicionamento neste mercado."

3. Localização

Dentre todos os aspectos importantes para a escolha do ponto, deve-se considerar prioritariamente a densidade populacional, o perfil dos consumidores locais, a concorrência, os fatores de acesso e locomoção, a visibilidade, a proximidade com clientes e fornecedores, a segurança e a limpeza do local. No caso da fábrica de bolsas e acessórios em couro, o importante é a escolha de um lugar próximo de seus fornecedores, que garanta a disponibilidade aos seus clientes e que atenda às necessidades operacionais do empreendimento. O imóvel deve ter possibilidade de expansão e disponibilidade dos serviços de água, luz, esgoto, telefone e internet. A localização deve ter fácil acesso, possuir estacionamento para veículos, local para carga e descarga de mercadorias e contar com serviços de transporte coletivo nas redondezas.

4. Exigências Legais e Específicas

Para registrar uma empresa, a primeira providência é contratar um contador – profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. O contador pode informar sobre a legislação tributária pertinente ao negócio. Mas, no momento da escolha do prestador de

serviço, deve-se dar preferência a profissionais indicados por empresários com negócios semelhantes. Para legalizar a empresa, é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições. As etapas do registro são: Registro de empresa nos seguintes órgãos: Junta Comercial; Secretaria da Receita Federal (CNPJ); Secretaria Estadual da Fazenda; Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento; Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (a empresa ficará obrigada ao recolhimento anual da Contribuição Sindical Patronal); Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”; Corpo de Bombeiros Militar. Visita à prefeitura da cidade onde pretende montar a sua empresa (quando for o caso) para fazer a consulta prévia de local para verificar se o zoneamento é compatível com a atividade comercial. Obtenção do alvará de licença sanitária – adequar às instalações de acordo com o Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas). Em âmbito federal, a fiscalização cabe a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, estadual e municipal, fica a cargo das Secretarias Estadual e Municipal de Saúde (quando for o caso); Preparar e enviar o requerimento ao Chefe do DFA/SIV do seu Estado, solicitando a vistoria das instalações e equipamentos. As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). O CDC somente se aplica às operações comerciais em que estiver presente a relação de consumo, isto é, nos casos em que uma pessoa (física ou jurídica) adquire produtos ou serviços como destinatário final. Ou seja, é necessário que em uma negociação estejam presentes o fornecedor e o consumidor, e que o produto ou serviço adquirido satisfaça às necessidades próprias do consumidor, na condição de destinatário final. Portanto, operações não caracterizadas como relação de consumo não estão sob a proteção do CDC, como ocorre, por exemplo, nas compras de mercadorias para serem revendidas pela casa. Nestas operações, as mercadorias adquiridas se destinam à revenda, e não ao consumo da empresa. Tais negociações se regulam pelo Código Civil brasileiro e legislações comerciais específicas. Alguns itens regulados pelo CDC são: forma adequada de oferta e exposição dos produtos destinados à venda, fornecimento de orçamento prévio dos serviços a serem prestados, cláusulas contratuais consideradas abusivas, responsabilidade dos defeitos ou vícios dos produtos e serviços, os prazos mínimos de garantia, cautelas ao fazer cobranças de dívidas. Segundo o artigo 27 do CDC, o prazo para pedir a reparação dos prejuízos causados pela venda é de cinco anos.

5. Estrutura

O aumento da produtividade é um importante fator para o desenvolvimento e permanência de uma empresa fabril, frente a acirrada concorrência vigente no setor. Dentre as técnicas utilizadas para o aumento da produtividade tem-se o planejamento das instalações através do estudo de layout, otimizando o fluxo de pessoas e materiais, que associado a engenharia de métodos possibilitam meios para o aperfeiçoamento do sistema produtivo de uma empresa. Para uma estrutura mínima de produção, estima-se ser necessária uma área de 100 m², com flexibilidade para ampliação conforme o desenvolvimento do negócio. Os ambientes devem ser divididos em: Recepção de Matéria Prima Depósito de Matéria Prima Sala de Cortes Sala de Montagem (Costura, Acabamento) Revisão e Embalagem Depósito de Produtos Acabados Expedição Escritório Vestiários Refeitório Os fatores determinantes para o estudo de layout são: 1) A alocação de máquinas, o fluxo de pessoas e matérias-primas no piso fabril dispostos de forma ordenada, facilitando o inter-relacionamento entre os setores; 2) A descrição do processo produtivo; 3) Levantamento de máquinas no piso fabril para construção do fluxograma; 4) A construção de um fluxograma e mapo fluxograma; 5) Entrevista com os funcionários com o intuito de identificar as necessidades latentes dos

mesmos;6) Levantamento da capacidade de produção;7) O levantamento da matéria-prima utilizada;

6. Pessoal

O número de funcionários varia de acordo com o tamanho do empreendimento. Para a estrutura anteriormente sugerida, a empresa Fábrica de bolsas exige alguns profissionais descritos em cargos que relatam as competências necessárias para atender as fases de produção, a saber: embalagem; colagem; corte; serigrafia; costura e acabamento. Fora os profissionais de produção, faz-se necessário cargos administrativos e comerciais:

- Gerente: responsável pelas atividades administrativas, financeiras, de controle de estoque e da comercialização. Deve ter conhecimento da gestão do negócio, do processo produtivo e do mercado. Deve conhecer em profundidade o perfil dos clientes para definir o que comprar e quanto pagar pelos insumos. Pode ser o proprietário.
- Vendedor: responsável pelo atendimento aos clientes e venda dos produtos. Suas principais qualidades devem ser:
 - oConhecer em profundidade os produtos oferecidos;
 - oEntender as necessidades dos clientes;
 - oConhecer a cultura e o funcionamento da empresa;
 - oConhecer as tendências do mercado;
 - oDesenvolver relacionamentos duradouros com os clientes;
 - oTransmitir confiabilidade e carisma;
 - oAtualizar-se sobre as novidades do segmento;
 - oZelar pelo bom atendimento após a compra.
- Estes dois cargos podem ser executados, inicialmente pela mesma pessoa a fim de reduzir custos. O atendimento é um item que merece uma atenção especial do empresário, visto que nesse segmento de negócio há uma tendência ao relacionamento de longo prazo com o cliente e a indicação de novos clientes. A qualificação dos profissionais aumenta o comprometimento com a empresa, eleva o nível de retenção de funcionários, melhora a desempenho do negócio e diminui os custos trabalhistas com a rotatividade de pessoal. O treinamento dos colaboradores deve desenvolver as seguintes competências:
- Capacidade de percepção para entender e atender as expectativas dos clientes;
- Agilidade e presteza no atendimento;
- Capacidade de apresentar e vender os produtos da loja;
- Motivação para crescer juntamente com o negócio.

Deve-se estar atento para a convenção coletiva do sindicato dos trabalhadores nessa área, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, conseqüências desagradáveis. O empreendedor pode participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor. O SEBRAE da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados.

7. Equipamentos

A produção deverá ser equipada com mesas, cadeiras, armários para guardar insumos para produção de bolsas e acessórios em couro. Alguns equipamentos necessários à produção:

Quant. Descrição 1 Balancim Hidráulico 1 Balancim Mecânico 1 Máquina de cortar tira com mesa, navalha e motor 1 Máquina de virar tira 1 Lixadeira horizontal 1 Lixadeira Vertical 1 Canhão de vapor - TIRAR RUGAS 1 Facão para cortar papel de modelo 1 Estufa 1 Cabide de pintura com motor 1 Bebedouro 1 Compressor 1 Escova 1 Máquina manual de pregar arrebite 1 Máquina industrial para couro ziguezague 1 Máquinas de coluna para couro 1 Máquina de transporte Duplo de coluna 1 Máquina de costura

Para o bom funcionamento das máquinas é recomendável a manutenção dos equipamentos. A forma mais indicada de manutenção dos equipamentos é a forma preventiva, com recomendações e instruções de manuseio correto dos equipamentos e utensílios aos funcionários. Convém que o empreendedor busque informações junto aos fabricantes para conhecer o tempo médio de

obsolescência dos equipamentos, podendo assim, realizar a análise de custo-benefício para a aquisição dos equipamentos (se novos ou usados) e planejar a reposição.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho: Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques. Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento. Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão. Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa. O empreendedor precisará de uma sala dentro ou anexa a produção, destinada a atividades administrativas. Esta sala poderá ser equipada com uma mesa, duas a três cadeiras, telefone, aparelho de fax, computador com acesso a internet e armário para guardar documentos. A qualidade da matéria-

prima é fator de vital importância. O couro ainda é visto na cadeia da pecuária de corte como um subproduto do boi. Mas, se bem aproveitado, geraria uma riqueza ao Brasil de cerca de 2,2 bilhões de dólares e mais de 200 mil novos empregos (Fonte: Sinacouro). Arregaçar as mangas e despertar para essa realidade é um compromisso de todos os setores da cadeia produtiva do couro: fazendeiros, frigoríficos, curtumes, indústrias e governo. No couro, 60% dos defeitos ocorrem na propriedade rural. Destes, 10% por causa de marcação errada do gado, o restante com manejo inadequado, falta de controle de parasitoses, entre outras razões. O local mais adequado para a marcação do gado é na articulação da coxa com a perna, mas, também, pode ser marcado na articulação da paleta com a canela ou na fronte. Por não receber o pagamento do couro diferenciadamente (é taxado em 7,5% sobre a arroba, independentemente da sua qualidade), muitos produtores marcam o gado em áreas nobres. Os outros 40% de defeitos no couro acontecem no transporte do animal (com pregos e parafusos expostos) e por salga e esfolagem mal feitas.

O empreendedor deve estar atento ao grau de satisfação dos clientes buscando identificar qual a percepção que se têm em relação à qualidade e diferencial dos produtos oferecidos, para tanto, pode realizar pequenas pesquisas de satisfação, utilizando formulários criativos, de preferência com no máximo três questões que permitam extrair as informações desejadas. Alguns fornecedores: BUHLER Curtume S/A Rua Mons Andrade, 144 Bras - Sao Paulo - SPTel: (11) 3228-6347

CANDIX Comércio de Couros e representações, LTDA. Brusque/SCTel: (47) 3351-2243

KOURO ARTELgo Claudio Pascal, 65, Centro, Gramado-RSTel: (54)3286-1835

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo na indústria de bolsas e acessórios em couro caracteriza-se pela sua descontinuidade, com o fluxo de produção ocorrendo entre estágios bastante distintos entre si. As seis principais etapas são: modelagem, armazenamento da matéria-prima, corte, costura, pré-montagem e montagem. Em cada uma dessas etapas, as operações realizadas também são bastante variadas, de acordo com o tipo de bolsa ou acessório produzido. A etapa de modelagem constitui-se o estágio mais importante do processo produtivo, dado que é nela que se realiza toda a concepção do produto em si, e a maneira ao qual o produto será disponibilizado no processo produtivo. Dentro desta etapa cabe ao estilista-modelista idealizar o produto final considerando aspectos como as tendências da moda, os materiais a serem utilizados, as definições dos modelos e das formas que compõem os produtos. Abaixo as etapas do processo produtivo da empresa: O setor de estoque e armazenagem repassa para o setor de tingimento o tamanho do couro a ser tingido. É necessário o tingimento somente nas laterais do couro, para que não haja diferença de tons, pois as laterais apresentam cores diferentes. Após o tingimento o couro é levado para o setor de corte. Esse processo tem início de acordo com a programação feita pelo gerente de produção, decorrente da quantidade a ser produzida na semana. A data da entrega dos pedidos é solicitada pelo cliente. O processo é executado por máquina de corte junto com o trabalho manual da colocação dos moldes sobre a peça do couro a ser cortada. Tudo de acordo com os modelos, tamanhos e quantias solicitadas. Depois das peças serem cortadas elas são enroladas com tiras e repassadas para o setor de separação, que as repassa já separadas para o setor de montagem. Após isso vão para o setor de colagem. Neste setor é preciso fazer uma análise criteriosa para que as peças sejam coladas corretamente e evitar erros no final do produto. A peça colada é encaminhada para o setor de preparação do forro aonde chega semi-pronta. Feitos os devidos acabamentos passa-se para o setor de preparação de ferragens. Aqui são colocados puxadores, alças, fivelas e outras ferramentas que a peça exigir. Depois de realizado o acabamento final e a conclusão do processo produtivo, as peças são levadas para o setor de expedição e armazenagem.

10. Automação

Da Produção: Na produção pode-se automatizar, inicialmente, dois processos: o de corte e o de costura. 1) Balancim A principal função do balancim é cortar peças que exigem maior exatidão e produtividade. O corte nestas máquinas é feito através do molde de aço sobre um cepo (madeira, borracha, plástico ou metal). 1.1) Balancim Hidráulico O balancim hidráulico é acionado por pressão a óleo, além de ser econômico, é de fácil manejo. O material a ser cortado é colocado sobre o cepo, fixado a mesa da máquina. Ao acionar a máquina, o cabeçote prensa o molde de aço sobre o material, cortando-o. 1.2) Balancim Eletrônico Neste tipo de balancim, a válvula de comando de óleo não estabelece um curso certo para o cabeçote, sendo comandada eletronicamente, abrindo-se e fazendo o cabeçote voltar ao seu lugar sempre que houver contato entre o cabeçote e o cepo, sendo este metálico.

2) Costura A costura em couro pode ser automatizada através das máquinas de costura disponíveis no mercado. Vale ressaltar que a costura em couro depende muito em qualidade, da agulha usada. Basicamente, as agulhas têm ponta redonda ou ponta cortante. As agulhas de ponta redonda perfuram o material por percussão e não por corte. São adequadas a costuras de materiais flexíveis. As agulhas de pontas cortantes têm a função de costurar

material resistente como o couro. As pontas cortantes basicamente fazem cortes na mesma direção ou no sentido vertical da costura. No primeiro caso, faz-se costura interna e no segundo, faz-se costura na superfície do material. O tipo de linha usado também é de grande importância. O uso das linhas, por tipo e por tamanho, está relacionado com o material a costurar e com a agulha que deve ser usada. A tabela abaixo dá algumas indicações de uso:

Fonte: www.sinacouro.org.br

COURO

AGULHA Nm

Linha Real seda

Linha Seda

Linha Sintética Contínua

Linha Algodão

Linho

Couro Leve bezerro

60 - 70

150/3 até 130/3

150/3 até 100/3

200/3 até 180/3

120/3 até 80/3

Couro leve Nobuk

75 - 80

120/3 até 80/3

100/3 até 80/3

150/3 até 120/3

80/3 até 70/3

Couro Médio Napas

85 - 90

80/3

80/3

70/3 até 60/3

Couro pesado cromo

95 - 110

70/3 até 50/3

60/3 até 40/3

70/3 até 50/3

60/3 até 30/3

40/3 até 30/3

Couro super-pesado atarrados

120 - 140

30/3

30/3

40/3 até 30/3

30/3 até 20/3

30/3 até 20/3

Na administração Atualmente, existem diversos sistemas informatizados (softwares) que podem auxiliar o empreendedor na gestão de uma empresa de produção de bolsas e acessórios em couro (vide <http://www.baixaki.com.br> ou <http://www.superdownloads.com.br>). Seguem algumas opções:•AS Gestor empresarial 1.59;•Empresarial Master Plus 2.0 (gratuito);•Empresarial Master Senior 2.0 (gratuito);•Express Gestão de Tele-vendas (gratuito);•Gestão de Clientes (CRM) 2.10;•Hábil empresarial (gratuito);•Praticus Gestão empresarial;•TOTUS FREE 70608 (gratuito). Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor, verificando ainda se o aplicativo possui funcionalidades, tais como:•Controle dos dados sobre faturamento/vendas, gestão de caixa e bancos (conta corrente);•Contas a pagar e receber;•Fluxo de caixa;•Emissão de pedidos e orçamentos;•Controle de taxa de serviço;•Lista de espera;•Relatórios e gráficos gerenciais para análise real do resultado operacional da empresa.

11. Canais de Distribuição

Um produtor de bolsas e acessórios em couro não pode contar apenas com o seu próprio ponto de venda para garantir a viabilidade do negócio. A parceria com canais de distribuição é fundamental para o seu sucesso. E é justamente neste aspecto que o empreendedor encontra as maiores dificuldades para a comercialização do produto. Para o pequeno empreendedor, restam outros canais: pequenas lojas, shoppings e bancas em feiras. Canais alternativos também podem ser utilizados, como encomendas pela internet, telefone e venda direta. Por fim, outro canal interessante é o contrato com exportadores e a produção de bolsas com a marca do próprio varejista. Esta opção diminui os custos de marketing, pois não exige maciços investimentos em propaganda para a divulgação da marca do fabricante, e garante o acesso a milhares de consumidores.

12. Investimentos

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento. Empresa de fabricação de bolsas e acessórios em couro, estabelecida em uma área de 100 m², exige um investimento inicial estimado em R\$ 100 mil, aproximadamente, a ser alocado majoritariamente nos seguintes itens: - Reforma do local e Mobiliário: R\$ 20.000,00 - Divulgação inicial: R\$ 3.000,00 - Equipamentos: R\$ 80.000,00 - Abertura da empresa: R\$ 7.000,00 - Capital de giro: cerca de 30% do faturamento esperado. As informações aqui prestadas são referências a partir de um exemplo ou hipótese. Os valores acima foram coletados em diversas fontes, como: Levantamentos de mercado; anúncios de fornecedores e entrevistas em empresas do ramo. Estes valores poderão variar conforme a região geográfica que a fábrica irá se instalar, necessidade de reforma do imóvel, tipo de mobiliário e etc. Para uma informação mais apurada sobre o investimento inicial, sugere-se que o empreendedor utilize o modelo de plano de negócio disponível no SEBRAE.

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa. O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC). Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa. Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e

imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros. Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão. Geralmente para empresa que fabrica bolsas e acessórios em couro, o investimento em capital de giro, geralmente é alto. Se o volume de vendas estiver acima do ponto de equilíbrio, o empreendedor respeitar uma estocagem mínima e o prazo concedido ao cliente para pagamento não superar os trinta dias, o capital de giro a ser investido será minimizado, geralmente em torno de 20% a 30% do faturamento previsto.

14. Custos

Os custos de uma fábrica de bolsas e acessórios em couro são os gastos realizados na formação de seu estoque. O objeto de custo são produtos produzidos que deve ter cada um, uma ficha técnica, referindo-se ao preço que foi comprado, data e quantidade. O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos no negócio indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio. As despesas são os gastos realizados para operar o negócio. Abaixo elencou-se alguns valores referenciais que devem ser revistos conforme região, tamanho do negócio, localização e proposta de valor escolhida: • Água, luz, telefone e acesso a internet, em torno de R\$ 400,00 mensais; • Aluguel, taxa de condomínio, segurança, em torno de R\$ 2.000,00 mensais; • Assessoria contábil, em torno de R\$ 510,00 mensais; • Despesas com armazenamento e transporte, estima-se uma relação de 3% do faturamento; • Despesas com vendas, estima-se 5% do faturamento; • Produtos para higiene e limpeza da empresa e funcionários, em torno de R\$ 7.000,00; • Propaganda e publicidade da empresa, em geral deve ser proporcional ao faturamento, estima-se até 5% do faturamento; • Recursos para manutenções corretivas, em geral 2% ao ano do valor investido em máquinas e equipamentos; • Salários administrativos, em torno de R\$ 3.000,00. Seguem algumas dicas para manter os custos controlados: • Comprar pelo menor preço; • Evitar gastos e despesas desnecessárias; • Manter equipe de pessoal enxuta e treinada.

15. Diversificação/Aggregação de Valor

Agregar valor significa oferecer produtos e serviços complementares ao produto principal, diferenciando-se da concorrência e atraindo o público-alvo. Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação como produto ou serviço prestado. As pesquisas quantitativas e qualitativas podem ajudar na identificação de benefícios de valor agregado. No caso de uma empresa que atua na venda de bolsas e acessórios no mercado, há diversas oportunidades de diferenciação, tais como: • Atendimento diferenciado e localizado; • Qualidade e design dos produtos ofertados; • Ampliação de linhas de vendas, como artigos de couro, costura e moda em geral, broches em couro, diferentes canais de distribuição, etc.

16. Divulgação

A divulgação é um componente fundamental para o sucesso de uma empresa de fabricar bolsas e acessórios em couro. As campanhas publicitárias devem ser adequadas ao

orçamento da empresa, à sua região de abrangência e às peculiaridades do local. Abaixo, sugerem-se algumas ações mercadológicas acessíveis e eficientes:•Confeccionar folders e flyers para a distribuição em empresas e residências;•Oferecer brindes para clientes que indicam outras clientes;•Anunciar em jornais de bairro e revistas;•Oferecer descontos e pacotes promocionais para produtos combinados;•Montar um website com a oferta de produtos e demais valores empresariais para alavancar as vendas.Montar um website é um dos principais meios de divulgação para dinamizar as vendas, assim torna-se mais disponível os produtos e propostas de valor que se pretende ofertar. Um axioma muito conhecido no varejo diz que "aquilo que não se expõe não se vende". O empreendedor deve sempre entregar o que foi prometido e, quando puder, superar as expectativas do cliente. Ao final, a melhor propaganda será feita pelos clientes satisfeitos e bem atendidos.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de FABRICAÇÃO DE BOLSAS DE COURO OU ACESSÓRIOS, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 1521-1/00 como a atividade defabricação de malas, maletas, bolsas, valises e outros artefatos para viagem, de couro natural,poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa e R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional ([http://www8.receita.f](http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/)

[azenda.gov.br/SimplesNacional/](http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/)):

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 4,5% a 12,11%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios

tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de MEI (Microempreendedor Individual). Para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII

(<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/resolucao/2011/CGSN/Resol94.htm>)

). Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

I) Sem empregado

- 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária do empreendedor;
- R\$ 1,00 mensais de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias.

II) Com um empregado: (o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um salário mínimo ou piso da categoria)

O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:

- Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;
- Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

Havendo receita excedente ao limite permitido superior a 20% o MEI terá seu empreendimento incluído no sistema SIMPLES NACIONAL.

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.

18. Eventos

18/01/2010 a 21/01/2010 COUROMODA37ª Feira Internacional de Calçados, Artigos Esportivos e Artefatos de Couro - SP
22/01/2010 a 31/01/2010 FIART15ª Feira Internacional de Artesanato - RN

26/01/2010 a 29/01/2010 EMF- ENCONTRO DA MODA FEMININA38ª Feira de Lançamento da Coleção Outono Inverno - SP

28/01/2010 a 31/01/2010 NÁUTICA FAIR3ª Feira de Negócios Náuticos - SC

08/02/2010 a 12/02/2010 SHOW RURAL COOPAVEL 22ª Feira Show Rural Coopavel
Cooperativa Agroindustrial - PR

18/02/2010 a 07/03/2010 28ª Festa Nacional da Uva e 22ª Feira Agroindustrial - RS
22/02/2010 a 23/02/2010 ATENDIMENTO VIP DE BH 28ª Feira de Folheados, Bijuterias,
Jóias em Prata, Aço Inox e Acessórios de Moda - MG

04/03/2010 a 14/03/2010 EXPO UMUARAMA 2010 36ª Exposição Agropecuária, Industrial e
Comercial de Umuarama e 9ª Internacional - PR 09/03/2010 a 11/03/2010 NOVA SERRANA
FEIRA E MODA 6ª Feira de Calçados - MG

09/03/2010 a 13/03/2010 FEINCO 7ª Feira Internacional de Caprinos e Ovinos - SP
10/03/2010 a 12/03/2010 BIJÓIAS SP 48ª Feira Internacional de Bijuterias, Acessórios, Jóias
de Prata, Aço e Folheados - SP

11/03/2010 a 13/03/2010 COUNTRY FAIR 2ª Feira Internacional de Produtos Country e
Fornecedores de Rodeios - SP

12/03/2010 a 21/03/2010 EXPO PARANAÍ 2010 39ª Exposição Agropecuária e Industrial
de Paranavaí - PR

15/03/2010 a 18/03/2010 TECHMEI 2ª Feira Internacional de Tecnologia em Máquinas e
Equipamentos Industriais - SP

18/03/2010 a 18/03/2010 BRAZIL PROMOTION ROAD SHOW Rio de Janeiro 4ª Exposição
de Marketing Promocional - RJ

20/03/2010 a 28/03/2010 EXPO CONQUISTA 2010 44ª Exposição Nacional de Agronegócios
de Conquista e Exposição Agropecuária, Comercial e Industrial de Vitória da
Conquista - BA

22/03/2010 a 25/03/2010 EXPO VEST OUTONO/INVERNO 2010 25ª Exposição do Vestuário
Atacadista de Cianorte

19. Entidades em Geral

SINACOURO - Sindicato da Indústria de Artefatos de Couro do Estado de São
Paulo. www.siinacouro.org.br

Escola de Design de bolsas - SENAI - Rua Antonio Marcondes, nº 285 – Ipiranga São Paulo
– SP Cep.: 04267-020 - Fone/Fax : (11)2591-2900.

20. Normas Técnicas

As normas técnicas aplicáveis ao negócio são:

ABNT NBR 15533:2007 - Artefatos de couro - Bolsas - Determinação da resistência à
tração de alças

ABNT NBR 15534:2007 - Artefatos de couro - Bolsas - Determinação de análise visual

ABNT NBR 15535:2007 - Artefatos de couro - Bolsas - Terminologia

ABNT NBR 15544:2007 - Artefatos de couro - Bolsas - Limpeza e conservação

21. Glossário

Courino O courino, ou courano, tem textura semelhante ao couro legítimo, possui grande variedade de cores, é mais grosso pois o seu verso é flanelado. É fácil trabalhar com ele, sua textura facilita o deslize na máquina. Só não é bom para apliques, pois como o verso é flanelado e branco, a borda fica com o acabamento ruim, o branco fica aparecendo.

Courvim O courvim pode ser encontrado mais liso, com pouca textura ou bem texturizado. A variedade de cores disponível nas lojas costuma ser mais limitada. O seu verso é liso, portanto, é adequado para apliques. **Couro naval** O couro naval é muito parecido com o courvim: tem texturas variadas e verso liso. A diferença é que ele pode ser utilizado em produtos que serão molhados – é muito utilizado em estofamento de móveis para exterior e de barcos. **Napinha** A napinha é um couro bem fininho, pouco texturizado, quase liso na verdade, parece mais um plástico. É mais barato e difícil de trabalhar por ser muito liso, não desliza bem na máquina. Por ser muito fino, em cores claras é possível ver o traço do molde no verso.

22. Dicas de Negócio

É preciso ter cuidado ao costurar com o couro e treinar bastante, porque uma vez desfeita a costura, os furos ficarão ali. Então comece primeiro com projetos simples, e teste o ponto, a tensão, a agulha, a linha, o pé calçador em um retalho, antes de começar a costura.- Para facilitar a costura, é bom utilizar um pé de teflon. Ele desliza mais facilmente sobre o couro.- Se ainda assim continuar difícil deslizar o couro pela máquina utilize talco.- Quando as agulhas perfuram o material reduzem a resistência do couro devido à espessura da agulha, ao tipo de sua ponta e ao número de pontos por centímetro da costura. A escolha de uma agulha deve considerar estes fatores.**Dicas de como Conservar sua Bolsa de Couro**•Guarde sua bolsa em lugar seco e arejado; •Limpe apenas com água e sabão neutro, e depois passe um flanela seca; •Deixe secar a sombra, pois o sol poderá afetar a cor do couro; •Para limpar os metais use uma flanela com produto adequado; •Excesso de peso podem deformar sua bolsa e danificar as alças; •Tintas das canetas, batom, podem manchar sua bolsa para sempre; •Tesouras, agulhas, podem provocar danos irreparáveis.

23. Características Específicas do Empreendedor

O empreendedor precisa estar atento às tendências do mercado e aos hábitos de seus clientes. Deve identificar os movimentos deste mercado e adaptá-los à sua oferta, reconhecendo as preferências dos clientes e renovando continuamente a oferta de produtos. Os comportamentos observados em empreendedores de sucesso geraram um conjunto de características, resultantes em padrões de condutas. Pessoas que assim se comportam possuem características de comportamento empreendedor, tais como:•Busca constante de informações e oportunidades;•Iniciativa e persistência;•Comprometimento;•Qualidade e eficiência;•Capacidade de estabelecer metas e assumir riscos;•Planejamento e monitoramento sistemáticos;•Independência e autoconfiança;•Senso de oportunidade;•Conhecimento do ramo;•Liderança.

24. Bibliografia Complementar

DOLABELLA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo. Cultura Editores Associados, 1999. FAUDONE, Hilário. El Arte Gaucho Del Cuero Crudo. Porto Alegre - RS. 5ª. Edição. Referências Eletrônicas: Serviço Brasileiro de Respostas técnicas. Dossiê Técnico de Modelagem de Bolsas, Disponível em: <http://www.respostatecn>

[ica.org.br/pages/index.jsp](http://www.respostatecn). Acesso em Janeiro/2010. Serviço Brasileiro de Respostas técnicas. Dossiê Técnico de Modelagem de Carteiras em couro, Disponível em: <http://www.respostatecn>

[ica.org.br/pages/index.jsp](http://www.respostatecn). Acesso em Janeiro/2010. Serviço Brasileiro de Respostas técnicas. Dossiê Técnico de Cintos em couro, Disponível em: <http://www.respostatecn>

[ica.org.br/pages/index.jsp](http://www.respostatecn). Acesso em Janeiro/2010.

25. Fonte de Recurso

26. Planejamento Financeiro

27. Produtos e Serviços - Sebrae

28. Sites Úteis

