

Fabricação de sabonetes glicerizados



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.....	2
Localização.....	3
Exigências Legais e Específicas.....	5
Estrutura.....	6
Pessoal.....	7
Equipamentos.....	8
Matéria Prima/Mercadoria.....	10
Organização do Processo Produtivo.....	11
Automação.....	13
Canais de Distribuição.....	14
Investimentos.....	15
Capital de Giro.....	17
Custos.....	18
Diversificação/Agregação de Valor.....	20
Divulgação.....	21
Informações Fiscais e Tributárias.....	22
Eventos.....	24
Entidades em Geral.....	24
Normas Técnicas.....	24
Glossário.....	25
Dicas de Negócio.....	25
Características Específicas do Empreendedor.....	26
Bibliografia Complementar.....	27
Fonte de Recurso.....	28
Planejamento Financeiro.....	28
Produtos e Serviços - Sebrae.....	29
Sites Úteis.....	30

1. Apresentação de Negócio

A constante necessidade de bem-estar, qualidade de vida e higiene tem gerado uma busca constante na utilização de produtos que contenham benefícios estéticos e de higiene, que possibilite ao usuário o alcance de benefícios com o menor efeito colateral possível, sobre a pele e a saúde.

A glicerina atua de forma mais efetiva na penetrabilidade dos demais ativos e agentes de limpeza, tornando a higiene mais eficaz. As propriedades do sabonete glicerinado podem ter efeito desejado da mesma forma que os sabonetes industrializados, desde que seu processo de fabricação seja adequado e haja a devida aprovação por parte dos órgãos de controle e fiscalização

Quando produzidos adequadamente, possuem excelentes propriedades, sejam eles industrializados ou elaborados de forma artesanal.

A carência de glicerina nos sabonetes é a principal causa de ressecamento da pele. Entre as vantagens do sabonete de glicerina destaca-se a possibilidade de hidratação que mantém a umidade natural da pele. Este tipo de produto é indicado para pessoas com alergias, pele ressecada e para higiene íntima. A glicerina possui ainda ação eficaz na lubrificação da pele e cabelos, proporcionando absorção eficiente da água e produzindo resultados favoráveis de hidratação e maciez.

Um dos grandes desafios para os interessados em iniciar no segmento é a capacidade de adotar ações inovadoras para se sobressair perante a concorrência. Por isso é necessário que o empreendedor conheça bem as estratégias de negócio que irá adotar, utilizando-se de ferramentas apropriadas para a conquista da clientela.

Uma das grandes dificuldades para este segmento é a forte concorrência das grandes indústrias e marcas que já se encontram estabelecidas no segmento. Entretanto a qualidade dos produtos ofertados pode ser o grande diferencial para o sucesso do empreendimento.

Os primeiros passos para a abertura de um empreendimento de fabricação de sabonetes glicerinados podem ser os seguintes:

Passo

Item

Descrição

Passo 1

Modelagem de negócios

Saber quais serão os produtos, serviços e como divulgá-los.

Passo 2

Plano de negócios

Realizar cálculo da viabilidade do negócio: quanto investir para alcançar a lucratividade.

Norteia o planejamento e auxilia na prevenção de riscos.

Passo 3

Criação da marca

Definir a cara da empresa, o nome, a cor, o posicionamento.

Passo 4

Abertura da empresa

Procurar por um especialista para auxiliar na parte trabalhista e tributária.

Passo 5

Escolha do ponto comercial

Informar-se sobre o público da região, fluxo, potencial, imóvel, aluguel, acesso, mercado local e concorrência.

Passo 6

Adequação do espaço

Elaborar projetos, orçar a obra, contratar um gerenciamento de obra, comprar móveis, comprar insumos e comprar equipamentos.

Passo 7

Contratação de profissionais

Contratar profissionais especializados.

Passo 8

Treinamento

Treinar a equipe de profissionais e ensinar todas as técnicas.

Passo 9

Definição do cardápio de produtos e serviços

Definir o que vai oferecer aos clientes.

Passo 10

Precificação

Estabelecer os preços a serem praticados, tendo como base o plano de negócios e os custos fixos e variáveis.

Passo 11

Marketing

Definir pra quem vender e como comunicar o que se está vendendo. Investir em redes sociais, construir marca forte, oferecer bom atendimento, fazer plano de marketing.

Passo 12

Gestão do dia a dia

Administrar tudo para que os clientes tenham certeza de um excelente serviço. É importante atingir o break even (ponto de equilíbrio), receber de receita pelo menos o que se teve de custo no mês.

Este documento não substitui um Plano de Negócio. Para elaborá-lo, procure o Sebrae.

2. Mercado

Este documento não substitui o Plano de Negócio. Para elaboração do plano consulte o SEBRAE mais próximo.

O conceito de sustentabilidade vem ganhando espaço e visibilidade na sociedade e nas empresas, e a cada dia este conceito está mais próximo das famílias e consumidores. Há alguns anos o assunto era restrito apenas ao contexto de meio ambiente. Atualmente, o assunto ultrapassou barreiras e ganhou abrangência sendo discutido sob vários aspectos e ambientes.

O número de consumidores que adotam o conceito de sustentabilidade como critério em suas aquisições tem aumentado de forma significativa de maneira que as empresas precisam estar atentas e começar a enxergar as perspectivas desse novo perfil de consumidores. Segundo Margareth Utimoa, líder da Indústria de Higiene & beleza na Nielsen Brasil “A indústria pode ter um papel ativo na concretização e educação do seu consumidor. Esse mercado está crescendo, as empresas precisam estar atentas para decidirem se querem ser

protagonistas ou seguidoras”.

Dados da ABIHPE (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos), mostram que as vendas diretas no mercado de cosméticos e perfumaria geraram trabalho para 3,9 milhões de pessoas no ano de 2017, ficando à frente até mesmo de serviços de beleza e de abertura de franquias, o que demonstra o bom momento que vive o mercado de cosméticos e perfumaria.

Esse mercado também permanece em alta representando 2% do PIB brasileiro

A ABIHPEC) mostra que desde 2013 o mercado de beleza e estética cresceu 567% no Brasil, passando de 72 mil para mais de 480 mil profissionais. Ainda, segundo a associação, as perspectivas de crescimento para 2019 são de 1,5% a 2% em comparação a 2018, quando o setor movimentou R\$47,5 bilhões.

Para acompanhar as tendências e diversas análises do setor, a ABIHPEC disponibiliza, na sua seção de publicações, panoramas do setor por ano (<https://abihpec.org.br/institucional/publicacoes/>).

Segundo estudo realizado pela Nielsen Brasil, os consumidores preocupados com sustentabilidade adquirem com maior frequência os seguintes produtos: shampoo (29,9%), sabonete (24,1%), pré-shampoo (22,5%). Considerando o crescimento do ramo, os empreendedores interessados nesse segmento devem estar atentos aos novos hábitos do mercado consumidor.

Para se fazer uma avaliação do mercado de uma fábrica de sabonetes glicerizados, é preciso analisar três características que influenciam o negócio:

1. Mercado consumidor: Pessoas que usam ou podem a vir usar os produtos. A análise pode contemplar faixa etária, gênero, classe social, local de trabalho, bairros residenciais, estilos de vida, condições de saúde, condição de renda entre outros fatores.
2. Mercado concorrente: avaliar a concorrência, principais métodos utilizados e demais variáveis que possa trazer um diferencial na abertura do seu negócio.
3. Mercado fornecedor: conhecer os potenciais fornecedores, sua localização, seu tempo e sua capacidade de entrega, o volume de produtos, a qualidade dos insumos, os preços praticados, as formas de pagamento, entre outros.

3. Localização

Para obter êxito na escolha do local, no caso de uma fábrica de sabonetes, é preciso avaliar, primeiramente, as características desse fator que podem impactar nas vendas da empresa. A localização de uma loja em um lugar movimentado com grande fluxo de pessoas é, geralmente, algo crucial no sucesso do negócio. No entanto, esta talvez não seja, primordialmente, uma condição necessária para uma fábrica. Em todo caso, o fator localização tem sua importância e deve ser cuidadosamente avaliado.

- **Perfil do empreendimento:** os melhores pontos para a instalação de uma fábrica de sabonetes glicerizado, geralmente, são polos industriais e locais afastados de zonas

residenciais, evitando que os eventuais ruídos ou odores emitidos no processo de fabricação possam ser um problema junto a vizinhança.

- **Aluguel:** Ao definir o local do empreendimento, verifique se o valor do aluguel está adequado com o seu plano de negócios e quais as condições para renovação contratual. Encontrar um ponto extraordinário com um aluguel muito alto pode consumir todo o lucro esperado e não trazer retorno proporcional ao custo fixo. O valor do condomínio, instalações, reformas, possibilidade de ampliações e taxas anuais, também devem ser levadas em consideração.

- **Acessibilidade:** A acessibilidade envolve desde o estacionamento até as condições de circulação interna. As condições de acessibilidade devem seguir as normas sobre o tema de modo a permitir o acesso a quaisquer pessoas, tendo elas alguma deficiência ou não, podendo ser funcionários, visitantes, fornecedores e clientes.

- **Visibilidade:** A depender da proposta da fábrica, esse fator pode ter muita ou pouca importância. Em todo caso, caso possa ser garantido, é sempre bom ser visto.

- **Aspectos legais:** Observe ainda as regularizações, de acordo com o local e licenças exigidas. Verifique se existem restrições de instalação para determinado tipo de negócio naquele endereço, em relação ao plano da Lei de Zoneamento e do Plano Diretor da cidade.

É importante também que o imóvel escolhido ofereça condições para expansão do empreendimento que ocorrerá à medida que o negócio conquistar mais clientes.

De maneira resumida, estão listados alguns pontos de atenção na escolha do imóvel onde a empresa será instalada:

a) A relação entre receitas e despesas estimadas precisa ser compatível com os objetivos definidos pelo empreendedor. É preciso estar atento ao custo do aluguel, prazo do contrato, reajustes e reformas a fazer.

b) Certifique-se de que o imóvel atende às necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança, serviços de água, luz, esgoto, telefone, transporte etc.

b) Verifique se existem facilidades de acesso, estacionamento e outras comodidades que possam tornar mais conveniente e menos onerosa a adaptação do imóvel.

c) Cuidado com imóveis situados em locais sujeitos a inundação ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito.

d) Confira a planta do imóvel aprovada pela Prefeitura, e veja se não houve nenhuma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área, que deverá estar devidamente regularizada.

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU), que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. A consulta de local junto à Prefeitura deve atentar para:

- se o imóvel está regularizado, ou seja, se possui HABITE-SE;

- se as atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento do Município, pois alguns tipos de negócios não são permitidos em qualquer bairro;
- se os pagamentos do IPTU referente ao imóvel estão em dia;
- no caso de serem instaladas placas de identificação do estabelecimento, letreiros e outdoors, será necessário verificar o que determina a legislação local sobre o licenciamento das mesmas;
- exigências da legislação local e do Corpo de Bombeiros Militar.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. 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.

Para abertura e registro da empresa é necessário realizar 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: empresa ficará obrigada a recolher a contribuição sindical patronal, por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o “Habite-se” pela prefeitura.

Será necessário ainda a 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 (Anvisa); já em âmbito estadual e municipal fica a cargo das secretarias estadual e municipais de saúde (quando for o caso);

· Contatos das vigilâncias sanitárias estaduais e municipais:
<http://portal.anvisa.gov.br/vigilancias-sanitarias>

É necessário observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) que regula a relação de consumo em todo o território brasileiro, buscando equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores. O CDC só se aplica às operações comerciais em que haja relação de consumo.

A Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças etc. Sugere-se consultar o endereço <http://www.leigeral.com.br> para mais informações.

5. Estrutura

O tamanho da estrutura irá variar segundo a expectativa produtiva e de vendas do empreendedor, e a forma com que será estruturado seu empreendimento. Apresenta-se a seguir uma proposta de estrutura com áreas para a produção, administração e comercial.

Produção: área ideal de cerca de 200m². Nesse espaço deverá ser instalado todo o maquinário que será utilizado na fabricação de sabonetes glicerizados. Deve-se estruturar também nesse ambiente um lugar para estocagem de matéria-prima e de produtos acabados, prontos para serem comercializados.

Comercial: a área destinada às ações comerciais pode ser montada em outra localidade (distante da produção) ou ocupar a frente do imóvel da sede, em aproximadamente 30m². Ela deve ser estruturada com estantes ou prateleiras, de preferência, de vidro, de forma que seja possível expor os produtos fabricados na empresa. Este mesmo espaço deve contemplar pelo menos duas mesas com três cadeiras para atendimento aos clientes, de forma personalizada. Este ambiente deve estar bem iluminado, aconchegante, limpo e arrumado, dando aos clientes uma sensação agradável e de organização.

Administração: área ideal de cerca de 30m² para as atividades administrativas. Nesse espaço deverá ser instalado o escritório destinado ao desenvolvimento das atividades administrativas e financeiras da empresa (compras e relacionamento com fornecedores, controle de contas a pagar, atividades de recursos humanos, controle financeiro e de contas bancárias, acompanhamento do desempenho do negócio e outras que o empreendedor julgar necessárias para o bom andamento do empreendimento).

Banheiros: destinados ao uso dos colaboradores, com escaninhos individuais fechados a chave, para guarda de seus pertences pessoais.

Copa: destinada ao uso dos funcionários para realização das refeições.

A popularização dos termos “orgânico”, “consciência ecológica” e “sustentabilidade” já se faz também presente neste segmento de negócios. Nesse sentido, uma opção de estrutura em consonância com estas tendências alia espaços agradáveis e ao mesmo tempo ecologicamente corretos. Para tanto, a planta arquitetônica do empreendimento é desenvolvida estrategicamente buscando minimizar o impacto ambiental, e especialmente:

- a. Maximizar a utilização da luz solar, reduzindo a necessidade de energia;
- b. Facilitar uma possível expansão física do espaço quando do crescimento da operação do negócio, evitando obras desnecessárias e utilização excessiva de materiais de construção.

6. Pessoal

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento e aos serviços oferecidos. O empreendedor deverá ter estrutura de pessoal suficiente para atender as demandas contratadas

A respeito do quantitativo, o quadro de funcionários estimado é:

- 1 (um) técnico de produção, CBO: 3912:

Principais atribuições: Inspeccionam o recebimento e organizam o armazenamento e movimentação de insumos; verificam conformidade de processos; liberam produtos e serviços de acordo com normas e procedimentos técnicos, de qualidade e de segurança e demonstram domínio de conhecimentos técnicos específicos da área.

- 1 (um) Auxiliar de produção, CBO 7842-05

Principais atribuições: Preparam materiais para alimentação de linhas de produção; organizam a área de serviços; abastecem linhas de produção; alimentam máquinas e separam materiais para reaproveitamento, se for o caso.

- 1 (um) auxiliar administrativo, CBO 4110-10

Principais atribuições: Executam serviços de apoio nas áreas de recursos humanos, administração, finanças e logísticas; atendem fornecedores e clientes; fornecendo e recebendo informações sobre produtos e serviços; tratam de documentos variados, cumprindo todo o procedimento necessário referente aos mesmos.

2 (dois) vendedores, CBO 5211-05

Principais atribuições: Vendem mercadorias, auxiliando os clientes na escolha; registram entrada e saída de mercadorias; promovem vendas de mercadorias, informando sobre suas qualidades e vantagens; fazem inventários de mercadorias para reposição; elaboram relatórios de vendas.

1 (um) auxiliar de limpeza: CBO 5143-20

Principais atribuições: trabalham em serviços de limpeza e conservação seguindo as normas de segurança, higiene, qualidade e proteção ao meio ambiente.

Além dos profissionais que devem compor a equipe, deve ser dada atenção especial à questão de segurança do trabalho e saúde ocupacional. Os funcionários devem participar de capacitações que orientem sobre os cuidados necessários na manipulação de produtos químicos e do manuseio dos equipamentos, além das informações sobre o uso de

Equipamentos de Proteção Individual (EPI). A estrutura de todo o estabelecimento também deve ser compatível com a realização das atividades, no sentido de não expor ou promover sobrecarga no profissional que atua neste local.

O empreendedor deverá participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor

Fator importante na gestão de pessoas é a capacitação. A qualificação dos profissionais aumenta o comprometimento com a empresa, além de elevar o nível de retenção dos funcionários e de melhorar a performance do negócio.

Por fim, é preciso estar atento em relação à Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores, utilizando-a como base para os salários e relações trabalhistas. O Sebrae poderá ser consultado para ajudar com as orientações sobre o perfil do quadro de funcionários e treinamentos adequados.

7. Equipamentos

A disposição dos equipamentos é importante para a integração das atividades do estabelecimento. Portanto, ao fazer o layout do espaço físico, o empreendedor deve levar em consideração a ambientação, circulação, ventilação e iluminação. Na área externa, deve-se atentar para a fachada, letreiros, entradas, saídas e estacionamento.

Os equipamentos, materiais e utensílios necessários para a instalação de uma fábrica de sabonetes glicerizados são:

Área Administrativa:

Equipamentos e acessórios

Quant

Valor

Total

microcomputador completo

1

R\$ 2.129,00

R\$ 2.129,00

Impressora

1

R\$ 1.299,00

R\$ 1.299,00

telefone

1

R\$ 90,00

R\$ 90,00

Mesa

1

R\$ 500,00

R\$ 500,00

cadeiras

2

R\$ 150,00
 R\$ 300,00
 armário para o escritório
 1
 R\$ 400,00
 R\$ 400,00

INVESTIMENTO

R\$4.718,00

Área de Produção:

Equipamentos e acessórios

Quant

Valor

Total

Gondolas de Centro

5

R\$ 600,00

R\$ 3.000,00

Seladora

4

R\$ 2.800,00

R\$ 11.200,00

Máquina de fabricar sabonetes

2

R\$ 1.185,00

R\$ 2.370,00

Caixas de polietileno

5

R\$ 263,00

R\$ 1.315,00

molde para sabonete

5

R\$ 116,00

R\$ 580,00

Rotuladoras

4

R\$ 134,91

R\$ 539,00

Veículo utilitário de pequeno porte

1

R\$ 38.000,00

R\$ 38.000,00

Estantes para depósitos

4

R\$ 1.899,00

R\$ 7.596,00

Prensa pneumática

1

R\$ 8.000,00

R\$	8.000,00
Extrusora para sabonete	
1	
R\$	1.499,00
R\$	1.499,00
Tanque banho maria	
1	
R\$	579,00
R\$	579,00
INVESTIMENTO	

R\$ 74.678,00

INVESTIMENTO TOTAL: R\$ 78.856,64

Estas quantidades e valores são apenas estimativas podendo variar em função do porte da empresa e de cidade para cidade.

Todos os materiais e equipamentos devem ser disponibilizados em condições de uso. Os materiais devem sempre estar limpos e esterilizados, se for o caso, atendendo às orientações do fabricante. Os equipamentos devem possuir registro no órgão competente, observando suas restrições de uso. É necessário dispor de programa de manutenção preventiva e corretiva dos equipamentos.

8. Matéria Prima/Mercadoria

Os insumos e as respectivas quantidades variam consideravelmente a depender da atividade realizada. A definição de quais insumos são necessários depende da avaliação precisa dos fluxos dos processos produtivos. Ou seja, é preciso analisar os materiais necessários para a produção de cada tipo de produto para estimar a obtenção da matéria-prima/insumos.

O passo seguinte à identificação dos insumos é levantar os fornecedores, identificar onde buscar essa mercadoria, podendo ser em seu estado, município ou em outras regiões do país.

É preciso ainda verificar se os fornecedores estão em situação regular junto aos órgãos fiscalizadores do segmento, bem como junto à Vigilância Sanitária.

É necessário ainda verificar se há oferta permanente em quantidade e na qualidade necessárias e qual o custo para obtenção desses insumos. É necessário identificar se o volume de produtos que as empresas situadas em sua área de atuação possuem é o suficiente para suprir a demanda da empresa ou se será necessário buscar os insumos fora de seu estado, o que resulta em uma elevação dos custos, maior demora para sua reposição, resultando num maior custo com manutenção do estoque. E sabe-se que quanto maior for o volume em estoque, maior a perda com recursos financeiros parados em prateleiras.

O controle de estoques é algo crucial na gestão. Ele deve ser suficiente para o adequado funcionamento da empresa, mas mínimo, para reduzir o impacto no capital de giro.

nestes três indicadores de desempenho:

1 - Giro dos estoques: número de vezes que o capital investido em estoques é recuperado por meio das vendas. É medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

2 - Cobertura dos estoques: indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

3 - Nível de serviço ao cliente: demonstra o número de oportunidades de prestação de serviço que podem ter sido perdidas pelo fato de não existir a matéria-prima em estoque.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo de uma fábrica de desse segmento, ou seja, a sequência de atividades com o objetivo de produzir os sabonetes glicerizados, contém, basicamente, as seguintes etapas:

Figura 1 - Processo produtivo

Os processos produtivos de uma fábrica de sabonetes glicerizados são constituídos de:

- Compra de matéria-prima e insumos – Inclui a pesquisa de fornecedores dos itens que serão usados no processo de produção e a realização das compras. Dá preferência aos fornecedores que vendem no atacado.
- Estoque de matéria-prima – Deve garantir quantidades suficientes para suportar o processo de produção, tomando-se o cuidado de manter níveis de estoque de acordo com a demanda de produtos fabricados. A matéria-prima deve ser armazenada em condições adequadas, visando à manutenção da qualidade e à segurança, uma vez que a indústria utiliza produtos que oferecem risco à saúde das pessoas e ao meio ambiente. É importante garantir que as matérias-primas sejam devidamente beneficiadas segundo os preceitos legais requeridos pelos órgãos fiscalizadores, em especial a Anvisa. Como se sabe, a produção de sabonetes exige uma alta qualidade da matéria-prima empregada.

· Produção - apresenta três etapas básicas:

1) SAPONIFICAÇÃO - emprega-se como matéria prima básica o sebo de gado e o óleo de coco, que são compostos de glicerina e ácido graxo. Adiciona-se também, em alguns casos, soda cáustica e também o sal, que atuam como removedores de impurezas. Nessa etapa são empregados três sistemas: fervura integral; semifervura; fervura e a frio.

a) Sistema de fervura integral: é considerado o melhor e mais usado, isso porque pode produzir sabonetes mais puros e também subprodutos de glicerina. Nesse processo, a gordura, o óleo e a soda cáustica líquida são adicionados numa caldeira e processados, seguindo-se os estágios de fervura; salga; lavagem; fervura para lavagem e sedimentação. Nesse processo de fervura integral chega-se a um estágio em que os ingredientes são separados no encerramento da operação. Na camada superior fica o sabão e na camada

inferior, os restos de sabão e glicerina, que são descartados. A “apuração” do sabonete demanda em média de dois a três dias completos. Após esse período, permanecem três camadas distintas na caldeira: a camada superior, de sabão puro (líquido); a segunda, intermediária, de nigre, e a terceira camada, inferior, de restos de sabão.

Na fabricação dos sabonetes, as matérias graxas devem ser tão puras quanto possível e a saponificação das mesmas deve ser feita de forma apropriada para apresentar: 0,1% máximo de insaponificáveis; 0,5% máximo de cloreto de sódio 154/05; 0,05% máximo de soda livre do produto final. Para sabonetes sólidos em barra, é aconselhável ter-se uma composição de matérias graxas que resulte em índice INS =160 a 170 e índice ISS=1,5 a 1,9 (RITTER, 1995, p. 358).

b) Sistema de semifervura: este processo é geralmente empregado para o preparo de sabão de potassa ou sabão macio, a partir de óleo de coco. Quantidades equivalentes de gordura, óleo e álcali são aquecidas e misturadas num recipiente próprio ou máquina de misturar sabão até que a saponificação fique completa. Esse método geralmente apresenta resultados fracos porque produz sabão contendo muitas impurezas. Outra desvantagem é que a glicerina não pode ser extraída nesse método. Comparado ao processo de fervura integral, que reduz o conteúdo de álcali do sabão líquido para menos de 0,1%, o processo de semifervura deixa mais de 0,3% de álcali no sabão líquido. Além do que, é muito possível contar com a presença de gordura não saponificada no sabão líquido, provocando a oxidação, o descolorimento e o desprendimento de odores. O hipossulfito de sódio ou qualquer outro antioxidante são frequentemente adicionados para minimizar esta tendência.

c) Sistema de fervura e a frio: nesse processo, gorduras, óleos e uma solução alcalina são misturados em proporções equivalentes em um misturador de sabão, onde se forma uma emulsão. Esta emulsão é colocada numa estrutura de resfriamento, na qual a saponificação é efetivada a uma temperatura razoavelmente quente, por um período de vários dias. As características dos sabões líquidos produzidos pelo processo a frio são similares às daqueles sabões produzidos pelo processo de semifervura. Tanto o processo de semifervura quanto o processo a frio são econômicos e simples na preparação de sabões de potassa, requerendo investimentos pequenos em equipamentos e técnicas não sofisticadas. O uso de ambos os processos, contudo, vem apresentando notável redução em virtude do pequeno volume de sabão produzido e da impossibilidade da recuperação de glicerina.

2) ACABAMENTO DOS SABÕES - existem três sistemas para a fase de acabamento:

a) Sistema automático de secagem contínua a vácuo: é um aparelho capaz de, continuamente, produzir sabões a partir de sabão líquido. O sabão líquido é enviado por uma bomba, aquecido pelos permutadores de calor e secado pelo secador spray a vácuo, sendo então pulverizado. Em seguida, é amassado pela máquina amassadora e segue pelo condutor até a máquina misturadora, onde recebe perfume e coloração. O produto é transformado em tabletes, novamente amassado pela máquina amassadora e extrusado, cortado, secado e estampado, transformando-se em sabonetes.

b) Sistema de resfriamento em estrutura própria: o perfume e o pigmento são adicionados ao líquido e misturados na máquina misturadora de sabão. Após o término da mistura, o sabão é colocado na estrutura de resfriamento, por meio do conformador inferior, e deixado resfriar durante dois ou três dias para adquirir solidez. Depois, as chapas do conformador são removidas e então o sabonete é cortado longitudinalmente e lateralmente em tamanhos adequados. Em seguida, cada pedaço é estampado com a marca registrada do fabricante.

Este sistema serve para pequenas produções e o processo é ideal na produção de sabão utilizado para banhos.

c) Resfriamento em tambor: o sabão líquido é bombeado no misturador de sabão através de uma bomba, junto com carbonato de sódio, se necessário. O sabão líquido, após a mistura, é espalhado sobre a superfície do tambor de resfriamento localizado abaixo, em uma fina camada de espessura uniforme. Como o interior do tambor rotativo é resfriado com água, a placa de sabão é formada em sua superfície. Essa placa é retirada e, em seguida, submetida ao processo de mistura, refinamento e conformação pela máquina amassadora dúplice a vácuo, para então ser transformada em barras de sabão. Conforme o processo anterior, o sabão é cortado, secado e estampado. Esse processo é ideal para a produção de sabão utilizado em lavanderias.

3) EMBALAGENS – as embalagens devem ser escolhidas cuidadosamente, pois são a apresentação do produto e influenciam diretamente na escolha do cliente. Devem trazer o máximo de informações sobre o produto, principalmente as químicas e de composição técnica, visando a dar ao consumidor tranquilidade em usar o referido produto. A tendência é de que a embalagem estabeleça uma relação emocional ou racional com o usuário, conforme seu posicionamento no mercado. Seja com apelo ecológico, por meio de embalagens biodegradáveis e composição de elementos naturais, seja com apelo sofisticado, que representa uma diferenciação estética do produto.

· Estoque de produto acabado - será necessário manter um nível de estoque para garantir o fornecimento de produtos na empresa de fabricação de sabonetes glicerizados. O empreendedor deverá tomar cuidado para não manter níveis exagerados de estoque, produzindo de acordo com a demanda e contando com um pequeno volume de reserva.

· Administração - destina-se às atividades de relacionamento com fornecedores e clientes, controle de contas a pagar e a receber, atividades de recursos humanos, controle financeiro e de contas bancárias, acompanhamento do desempenho do negócio e outras que o empreendedor julgar necessárias para o bom andamento do empreendimento.

10. Automação

Automação inclui os sistemas em que os processos são controlados por meio de dispositivos eletrônicos, por exemplo. O objetivo é dinamizar e otimizar os processos. A adoção de sistemas que facilitam a realização de tarefas rotineiras acaba permitindo mais tempo de dedicação às atividades que mais impactam o negócio. Para isso, é necessário que o empreendedor selecione equipamentos, softwares, metodologias ou procedimentos que melhorem, acelerem e/ou diminuam custos no processo de produção dos sabonetes. Enfim, a automação faz com que uma atividade do fluxo que seria desenvolvida manualmente possa ser feita, acompanhada ou mesmo reduzida a partir do uso de um novo equipamento, de um novo software ou por meio da adoção de metodologia ou novos procedimentos.

Com relação à gestão de uma fábrica de sabonetes glicerizados existem sistemas de gerenciamento de pequenos negócios que podem auxiliar o empreendedor. Esses sistemas podem integrar as compras, as vendas e o financeiro, auxiliando o empreendedor na sua tomada de decisão. Contudo, 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.

A seguir, segue sugestões de sistemas de gestão específicos para o empreendimento em questão:

SOFTWARE ERP

ALTERDATA SOFTWARE

NOMUS

VISUAL SOFTWARE

ADV TECNOLOGIA

C&S SISTEMAS

GRV SOFTWARE

GESTÃO CLICK

EXACTUS SOFTWARE

UNO ERP

Apesar de ser necessário procurar softwares de custo acessível e compatível com uma pequena empresa desse ramo, deve ser observado que se trata de ferramenta fundamental no controle gerencial. Muitos destes programas, além do custo de aquisição, cobram taxa de manutenção mensal e para este tipo de empreendimento.

Caso exista a intenção de trabalhar com e-commerce (loja virtual), recomenda-se um software que integre os estoques da loja física e virtual.

11. Canais de Distribuição

Os canais de distribuição são os meios pelos quais o empreendedor entrega o seu produto ao cliente final, no local certo e na hora esperada pelos clientes. É a resposta às seguintes perguntas: Como o produto chega ao cliente? Ou qual a estratégia da empresa para que o cliente chegue à sua empresa?

Para responder, e assim definir seus canais de distribuição e venda, é preciso considerar, minimamente, quatro fatores: (1) produto; (2) estratégias de disponibilização dos produtos; (3) preço; (4) estratégia de captação e manutenção dos clientes.

Sobre o fator 1, produto, a decisão consiste em definir os produtos ofertados e a forma e a qualidade de apresentá-los. Essa decisão orienta a estratégia de valor, os materiais e a forma que os produtos devem ser produzidos.

Sobre o fator 2 relacionado à estratégia de disponibilização dos produtos, é preciso levantar e avaliar pontos como a localização e a forma como os produtos serão ofertados. Ou seja, é

preciso definir se as vendas serão feitas em um único lugar ou em vários locais. Aqui pode-se decidir entre vendas no próprio estabelecimento a partir de um showroom montado na empresa (podendo as vendas serem realizadas no atacado e varejo) e/ou por meio de representantes comerciais que vão até os clientes. A definição desse canal de disponibilização também envolve a definição de outros meios para fazer o produto chegar ao cliente, podendo utilizar-se também de e-commerce ou outras ferramentas como aplicativo próprio, whatsapp, etc.

Esse é o ponto que orienta a estratégia de onde e como estar para atender o cliente.

O fator 3 refere-se à definição dos preços dos produtos. Para além da verificação do custo e da margem de lucro, é preciso definir os demais critérios a serem considerados para definição dos preços. Isso depende, em alguma medida, do público-alvo que se pretende atingir. Aqui também devem ser considerados as formas de pagamento pelo cliente e as parcerias com outras empresas.

O fator 4 refere-se às estratégias da empresa para manter os clientes que já consumiram os produtos da empresa e para fazer com que novos clientes busquem seus produtos. Essa estratégia depende muito do perfil do público-alvo incluindo aqui seu comportamento, sua localização, suas preferências, seu poder aquisitivo entre outros.

12. Investimentos

O valor a ser investido num novo negócio envolve um conjunto de fatores, identificados ao longo do processo de instalação do empreendimento. O investimento para o início das atividades varia de acordo com o porte do empreendimento e os produtos e serviços que serão oferecidos. O valor das aquisições varia de cidade para cidade e depende do tamanho do empreendimento e do seu nível de complexidade. Portanto, os valores aqui abrangidos são apenas uma estimativa.

São investimentos comuns a uma empresa deste segmento:

INVESTIMENTOS FIXOS

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

Equipamentos e acessórios

Quant

Valor

Total

microcomputador completo

1

R\$ 2.129,00

R\$ 2.129,00

Impressora

1

R\$ 1.299,00

R\$ 1.299,00

telefone

1

R\$ 90,00
R\$ 90,00
Mesa
1
R\$ 500,00
R\$ 500,00
cadeiras
2
R\$ 150,00
R\$ 300,00
armário para o escritório
1
R\$ 400,00
R\$ 400,00
Gondolas de Centro
5
R\$ 600,00
R\$ 3.000,00
Seladora
4
R\$ 2.800,00
R\$ 11.200,00
Máquina de fabricar sabonetes
2
R\$ 1.185,00
R\$ 2.370,00
Caixas de polietileno
5
R\$ 263,00
R\$ 1.315,00
molde para sabonete
5
R\$ 116,00
R\$ 580,00
Rotuladoras
4
R\$ 134,91
R\$ 539,00
Veículo utilitário de pequeno porte
1
R\$ 38.000,00
R\$ 38.000,00
Estantes para depositos
4
R\$ 1.899,00
R\$ 7.596,00
Prensa pneumática
1
R\$ 8.000,00
R\$ 8.000,00
Extrusora para sabonete

1
 R\$ 1.499,00
 R\$ 1.499,00
 Tanque banho maria
 1
 R\$ 579,00
 R\$ 579,00

INVESTIMENTO

R\$ 149.357,00

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

ITEM
 QUANTIDADE
 VALOR UNITÁRIO
 LEGALIZAÇÃO
 1
 R\$ 9.000,00
 REFORMAS E REPAROS
 1
 R\$ 30.000,00
 DIVULGAÇÃO E PUBLICIDADE
 1
 R\$ 8.000,00
 PREVISÃO DE FATURAMENTO

ITEM
 QUANTIDADE
 FATURAMENTO MENSAL
 R\$ 58.000,00

Antes de montar sua empresa, é fundamental que o empreendedor elabore um Plano de Negócios, onde os valores necessários à estruturação da empresa podem ser mais detalhados, em função dos objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado. O capital de giro necessário para os primeiros meses de funcionamento do negócio também deve ser considerado neste planejamento.

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando o segmento de clientes, os atores com quem se relacionará, as atividades chave, as parcerias necessárias, sua estrutura de custos e fontes de receita.

13. Capital de Giro

O capital de giro é uma parte do investimento que compõe uma reserva de recursos que devem ser usados para necessidades financeiras. É o valor necessário para a empresa fazer seus negócios acontecerem (girarem). É o dinheiro necessário para bancar o funcionamento da empresa e suportar as oscilações de caixa. Em suma, é a parte do patrimônio que sofre

constante movimentação.

É importante, portanto, administrar o capital de giro, avaliando o momento atual, as faltas e as sobras de recursos. Ele garante a saúde financeira da empresa e proporciona a manutenção dos estoques, além de assegurar o pagamento aos fornecedores, dos impostos, salários e demais custos. Tudo depende de um planejamento, detalhando os custos de curto e de longo prazo e as previsões de receitas.

Quanto maior o prazo concedido aos clientes para pagamento e quanto maior o prazo de estocagem, maior será a necessidade de capital de giro do negócio. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode amenizar a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Prazos médios recebidos de fornecedores também devem ser considerados nesse cálculo: quanto maiores os prazos, menor será a necessidade de capital de giro.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos.

Sempre será muito útil que se tenha certo montante de recursos financeiros reservado para que o negócio possa fluir sem sobressaltos, especialmente no início do projeto. No entanto, ter esse recurso disponível não é suficiente para se ter uma boa gestão, ou seja, esse recurso somente deverá ser utilizado para honrar compromissos imediatos ou lidar com problemas de última hora.

Entre as dicas para se ter um capital de giro saudável estão: identificar e cortar gastos, ficar sempre atento ao fluxo de caixa; ter disciplina, ser chato com o controle financeiro, possuir um controle orçamentário rígido; saber negociar com os fornecedores e os clientes, procurar as melhores formas de pagamento e de prazos, antecipar pagamentos a receber (PORTAL SEBRAE).

Conforme previsto no tópico anterior. Recomenda-se em pensar uma margem de lastro para no mínimo 3 meses. Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

14. Custos

Conhecer os custos é imprescindível para o sucesso o negócio. Custo e despesa são conceitos distintos. Custos são gastos que dizem respeito ao que é produzido pela empresa, possuem relação direta com a atividade-fim, tais como matéria prima, mão de obra. Já as despesas não possuem ligação direta com a atividade central do negócio, são os gastos relativos à administração: área de marketing, desenvolvimento de produtos, tais como água, energia, internet, aluguel, materiais de escritório, impostos, contador. Para fazer a diferenciação basta se perguntar se eliminando o gasto, a produção seria afetada. Caso a resposta seja afirmativa, trata-se de um custo.

Para estimar os custos do funcionamento de uma fábrica de sabonetes glicerizados, é preciso avaliar o tamanho da estrutura, o volume de serviços, a quantidade de funcionários,

despesas fixas. É fundamental levantar esses valores totais para realizar um controle sobre todos os custos do empreendimento. Isso ajudará a reduzir desperdícios, controlar as despesas internas. A gestão de custos é o gerenciamento inteligente dos gastos de uma organização e é essencial para manter o bom funcionamento do negócio, tornando-o mais competitivo, evitando prejuízos e permitindo um crescimento sustentável da empresa.

Tomando como base uma fábrica de sabonete Glicerizados, os custos estimados para a operação do negócio são:

CUSTOS VARIÁVEIS

Item	Quantidade	Valor
Salários, comissões e encargos	6	R\$ 9.850,00
Alimentação e transporte	3	R\$ 4080,00
Matéria-prima e insumos	1	R\$ 7.800,00
Armazenamento e transporte	1	R\$ 1.500,00
Manutenção corretiva	1	R\$ 600,00
TOTAL		R\$ 23.830,00

DESPESAS

Item	Quantidade	Valor
Aluguel (se for o caso), condomínio	1	R\$ 6.000,00
Água	1	R\$ 900,00
Luz	1	R\$ 1.250,00
Internet	1	R\$ 200,00
Impostos, tributos, taxas	1	R\$ 3.480,00

Assessora contábil

1

R\$ 700,00

Materiais de escritório

1

R\$ 300,00

Materiais de limpeza, manutenção

1

R\$ 200,00

Telefone

1

R\$ 400,00

Propaganda, publicidade

1

R\$ 800,00

TOTAL

R\$ 14.230,00

Dessa forma, o custo total mensal seria de R\$ 38.060,00 (trinta e oito mil e sessenta reais). Importante registrar, novamente, que são apenas estimativas e podem variar de cidade para cidade, variando também do porte do negócio.

15. Diversificação/Agregação de Valor

Identificar um diferencial em relação aos concorrentes e vê-lo reconhecido pelo consumidor significa vantagem para uma frente em relação às demais empresas do mercado. Observe que não basta oferecer algo que os concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto.

Há duas formas clássicas de estratégia de agregação de valor: de custo ou de diferenciação.

Na estratégia de custos, na qual o empreendedor pratica um preço mais baixo que os concorrentes, é preciso ter uma grande quantidade de clientes para ter lucro. Afinal, nessa estratégia, a empresa não possui a mesma margem de lucro que locais mais caros. Importante lembrar que esta alternativa precisa ser percebida pelo cliente como algo valioso. Se o preço não for um fator importante para o cliente, esta estratégia de diferenciação por custo não é a adequada ao seu negócio.

Ao optar por essa estratégia, o cuidado com custos administrativos reduzidos deve ser redobrado, pois vão impactar diretamente no resultado financeiro final.

Na estratégia de diferenciação, é fundamental pensar em oferecer algum valor agregado ao seu cliente diferente de preço. Algumas tendências nesse ramo são: (a) designer diferenciado do produto; (b) formato diferenciado para crianças; (c) investimento em embalagens customizadas; (d) parcerias com lojas varejistas; (e) sabonetes personalizados para eventos. Exemplo: Chá de fraldas, lembranças de aniversário; (e) lojas virtuais.

Para a definição da estratégia e do valor agregado, é importante pesquisar junto aos concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas com o objetivo de proporcionar um produto diferenciado ao cliente.

Além disso, conversar com os clientes atuais para identificar suas expectativas é muito importante, tendo em vista o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os atuais clientes, e cativar novos.

O empreendedor também deve manter-se sempre atualizado com as novas tendências, novas técnicas, novos métodos, por meio da leitura de colunas de jornais e revistas especializadas, pois a agregação de valor pode acontecer das mais diversas formas. A busca pela criatividade, o contínuo aprendizado e a quebra de paradigmas são as possíveis soluções para os desafios das empresas atualmente.

Após levantamento de possibilidades de agregação de valor, o passo seguinte é avaliar a compatibilidade da estratégia com seu empreendimento e sua capacidade de investimento.

16. Divulgação

A forma de comunicação com o público-alvo é de suma importância no desenvolvimento da estratégia de divulgação dos serviços prestados. Uma boa divulgação pode gerar resultados positivos à empresa, aumentando o número de pessoas interessadas nos produtos e serviços divulgados, o que pode ocasionar um aumento da procura pelos produtos/serviços oferecidos pelo empreendimento.

Entre as formas mais eficientes para a divulgação do empreendimento pode-se citar a internet, que já se consolidou como a principal ferramenta de comunicação entre as pessoas, se tornando em nossos dias como uma das mais efetivas, se destacando na promoção e divulgação de empreendimentos.

As redes sociais utilizadas no formato de marketing digital também têm evoluído de forma significativa na divulgação dos serviços ofertados. Os empreendimentos cada dia mais utilizam os recursos disponíveis nas redes sociais (geralmente Facebook, Instagram e Twitter) para divulgar os serviços e produtos oferecidos. Ressalta-se que esse tipo de comunicação apresenta custo relativamente baixo e com forte e crescente apelo popular.

Nota-se, também, que as empresas que utilizam o marketing digital têm tido seu destaque no mercado empreendedor, fazendo com que a oferta de produtos e serviços possam ser apresentados de forma instantânea, com custos relativamente inferiores às formas tradicionais de divulgação.

O Sebrae disponibiliza o material “10 dicas para seu negócio bombar nas redes sociais”, no site

[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3ea04204d20069890db71fcef72051c/\\$File/19268.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3ea04204d20069890db71fcef72051c/$File/19268.pdf) para dar suporte ao empreendedor que deseja utilizar esse formato de divulgação em seus negócios.

Na medida do interesse e das possibilidades do empreendedor, e da característica da clientela do empreendimento, a divulgação também pode se dar por meios tradicionais, como propagandas em rádios locais, TV locais, panfletos, anúncios em jornais de bairro, jornais de circulação local, sites, rádio, revistas e/ou outdoor; e até divulgação nos próprios produtos como embalagens customizadas, cartões-fidelidade, etc.

atendidos. Por recomendação deles, novos clientes poderão procurar pelo produto ou serviço oferecido. A propaganda “boca a boca” é fator de fortalecimento para a empresa.

Antes de iniciar efetivamente o processo de divulgação, é importante ter definido o logotipo, a identidade visual do estabelecimento e ter disponível o material de apoio à divulgação, como cartões, sites, redes sociais. Pode-se contratar um profissional de marketing e comunicação para desenvolver campanha específica.

Por fim, tão importante quanto a divulgação, é preciso sempre entregar o prometido e superar as expectativas dos clientes.

17. Informações Fiscais e Tributárias

Quando se trata da abertura e instalação de novos negócios, as questões relativas aos tributos estaduais e municipais são essenciais. Ao iniciar uma empresa, é importante saber quanto se pagará pelos tributos na sua região. Os conteúdos aqui informados são de âmbito nacional. Para informações locais, é preciso buscar auxílio junto às Secretarias Estaduais e Municipais da Fazenda.

Recomendamos que o empreendedor consulte sempre um contador, para que ele o oriente sobre o enquadramento jurídico e o regime de tributação mais adequado ao seu caso.

Há empresas que podem e empresas que não podem optar pelo SIMPLES Nacional. Há ainda aquelas que podem, mas preferem não optar pelo Simples.

Existem cinco modalidades de apuração e recolhimento de tributos no Brasil: MEI, Simples Nacional, Lucro Arbitrado, Lucro Real e Lucro Presumido. O regime tributário influencia no gasto com os impostos e por isso deve ser escolhido de forma cuidadosa, com a ajuda de um profissional, por exemplo.

1. Simples Nacional:

O Simples Nacional é um Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições (Lei Complementar nº 123/2006), no qual o empreendedor poderá recolherá os tributos e arrecadações por meio de um único documento – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), gerado no Portal do Simples Nacional. As alíquotas variam de acordo com a atividade exercida e da receita bruta auferida.

Os pequenos negócios podem optar por esse regime, desde que a sua categoria esteja contemplada, a receita bruta anual não ultrapasse R\$360 mil para microempresa (ME) e que seja entre R\$360.000,00 e R\$4,8 milhões para empresa de pequeno porte (EPP) e sejam respeitados os requisitos previstos na Lei. Se a receita bruta anual não ultrapassar R\$81 mil, o empreendedor pode optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que não seja dono ou sócio de outra empresa e que tenha até um funcionário. Para se enquadrar no MEI, é preciso verificar se sua atividade se encaixa nesse quesito (<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/as-atividades-permitidas-ao-mei-de-a-a-z,9a3913074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>).

2. Lucro Presumido:

Para os empreendedores que preferirem não optar pelo Simples, há também o Lucro Presumido – se presume através da receita bruta de vendas de mercadorias e/ou prestação de serviços. É uma forma de tributação simplificada, usada para determinar a base de cálculo dos tributos de pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração pelo Lucro Real. A base de cálculo varia de acordo com a atividade. A apuração dos impostos é feita trimestralmente.

Sobre o resultado da equação: Receita Bruta x % (percentual da atividade), aplicam-se as alíquotas:

- IRPJ (Imposto de Renda – Pessoa Jurídica) – 15%: Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, no mês, ou R\$ 60 mil, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;
- CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro) – 9%;
- PIS (Programa de Integração Social) – 0,65%: sobre a receita bruta total;
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social) – 3,00% - sobre a receita bruta total.

Além desses, incidem também os impostos estaduais e municipais:

- ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) – Varia de acordo com o estado;
- ISS (Imposto Sobre Serviço) – Varia conforme o município.

Sobre a folha de pagamento incidem as contribuições previdenciárias e encargos sociais:

- INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) - Valor devido pela Empresa - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;
- INSS - Autônomos - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11% da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos, observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS);
- FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço) – 8%.

3. Lucro Real:

É o lucro líquido do período ajustado pelas adições, exclusões ou compensações. As alíquotas são:

- IRPJ (Imposto de Renda – Pessoa Jurídica) – 15%: Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, multiplicado pelo número de meses do período. Pode ser determinado trimestralmente ou anualmente;
- CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro) – 9% - mesmas condições do IRPJ;

- PIS (Programa de Integração Social) – 1,65% sobre a receita bruta total;
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social) – 7,60% - sobre a receita bruta total.

Os demais impostos e contribuições são iguais ao Lucro Presumido.

18. Eventos

COLAMIQC: www.colamiqc.com.br

HAIR BRASIL: <http://www.hairbrasil.com>

SUL BELEZA: <http://www.sulbeleza.com.br>

EXPOBELEZA: <https://www.facebook.com/feira.expobebeza>.

FCE COSMETIQUE: <http://www.fcecosmetique.com.br>

BARBERWEEK: <http://www.barberweek.com.br>.

HAIRNOR: <http://www.hairnor.com.br>

PROFESSIONAL FAIR: <https://www.professionalfair.com.br/index.aspx>

ESTÉTIKA: <http://www.congressoestetica.com.br>

BEAUTY FAIR: <http://www.beautyfair.com.br>

IN-COSMETICS LATIN AMERICA: <https://latinamerica.in-cosmetics.com>

19. Entidades em Geral

Associação Brasileira de Cosmetologia - ABC Rua Ana Catharina Randi, 25, Jardim Petrópolis - São Paulo - SP CEP: 04637-130 (11) 5044-5466 www.abc-cosmetologia.org.br

Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos – ABIHPEC Av. Paulista, 1313 – 10º andar – Conj. 1.080, Bela Vista- São Paulo – SP CEP: 01311-923 (11) 3372-9899 www.abiphpec.org.br

Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa www.anvisa.gov.br

Conselho Federal de Química – CFQ: <http://cfq.org.br>

20. Normas Técnicas

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, utilizados como referências importantes para o mercado.

As normas técnicas podem estabelecer requisitos de qualidade, de desempenho, de segurança (seja no fornecimento de algo, no seu uso ou mesmo na sua destinação final), mas também podem determinar procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar classificações ou terminologias e glossários, definir a maneira de medir ou determinar as características, como os métodos de ensaio. Segue norma aplicável à produção de sabonetes glicerizados.

NBR 13.903 de 1997: Sabão e sabonete em barras - Determinação de umidade e voláteis - Método do forno de microondas.

21. Glossário

Glicerol ou propanotriol: Composto orgânico pertencente a função álcool. É líquido à temperatura ambiente, hidrosscópico, inodoro, viscoso e de sabor adocicado. O nome origina-se da palavra grega glykos, que significa doce. O termo glicerina refere-se ao produto na forma comercial, com pureza acima de 95%.

Sustentabilidade: característica ou condição do que é sustentável.

Ácidos Graxos: São compostos formados por cadeias de átomos de carbono ligados a hidrogênio, presentes em gorduras e óleos.

Extrato Glicólico: Solução retirada de alguma planta através da maceração.

Imolados: sacrificados

Fontes naturais: Pode significar extraído de fontes animais ou vegetais.

Lauril: É um composto utilizado para a elaboração de produtos de limpeza.

Microrganismos: Designação comum dada a organismos microscópicos, como por exemplo: bactérias e vírus, fungos e protozoários.

Rancificação: Alteração provocada nas substâncias gordas em contato com o ar, oxigenando-se, apresentando um cheiro característico nauseante e de mau sabor.

Sedimentação: Assentamento no fundo do recipiente dos materiais através da gravidade.

Saponificação: Converter em sabão algum produto

Sedimentação: Processo de formação ou acumulação de sedimento em camadas, em ambiente aquoso ou aéreo.

22. Dicas de Negócio

Para o sucesso do empreendimento, deverão ser tomadas diversas medidas que irão agregar valor ao produto oferecido, um maior nível de satisfação, cativando os clientes e oferecendo produtos de alta qualidade.

Entre as diversas ações que deverão ser tomadas para a fidelização e satisfação dos clientes,

podemos citar: Investimento em capacitação no segmento, investimento em divulgação, conhecimento do mercado, fidelização de clientes, planejamento e gestão do empreendimento, qualidade no atendimento.

O empreendedor deve buscar contínuo aperfeiçoamento das atividades necessárias para a excelência do negócio, buscando informações em cursos, eventos relacionados ao tema, mídia especializada no assunto ou junto a profissionais que atuam na área. Além dessas características básicas é fundamental que os profissionais dessa área tenham habilidades tanto técnicas quanto humanas, visando a correta receptividade de seus clientes.

Outras dicas importantes são a utilização de designer diferenciado do produto, sabonetes com formatos diferenciado para crianças, investimento em embalagens customizadas, parcerias com lojas varejistas, sabonetes personalizados para eventos. Exemplo: Chá de fraldas, lembranças de aniversário e a utilização de lojas virtuais.

Para o empreendedor que está iniciando no segmento uma dica para diminuir os custos com a aquisição de equipamentos, adquirindo equipamentos seminovos. Também é interessante a realização de seguros para o mobiliário, considerando o alto custo desses equipamentos.

O empreendedor deverá acompanhar constantemente o desempenho dos concorrentes, suas práticas, inovações em relação aos serviços ofertados.

23. Características Específicas do Empreendedor

Ser empreendedor é ser dono do seu próprio negócio. Abrir uma empresa requer preparo, planejamento, cuidados, foco. O empreendedor deve estar atento às necessidades dos seus clientes e comprometido com o seu negócio. É aconselhável uma autoanálise para verificar qual a situação do empreendedor frente ao conjunto de características desejáveis, visando identificar oportunidades de desenvolvimento. Além de conhecer as características do seu produto/serviço é preciso também possuir características empreendedoras:

- Iniciativa e proatividade: mostrar que é engajado e quer crescer, demonstrar organização, conhecer bem o ramo do negócio;
- Autoconfiança: confiar em si mesmo para tomar decisões, arriscar, buscar novas soluções;
- Análise e planejamento: analisar a concorrência, a economia, setores ligados ao negócio, o mercado, saber sobre o funcionamento da empresa, pesquisar e observar permanentemente o mercado;
- Conexão e criatividade: estar atento às inovações e mudanças no mercado;
- Controle: não esquecer quem está no controle, saber administrar todas as áreas;
- Liderança: liderar com eficácia, planejar, dividir funções, estabelecer metas, liderar a equipe de profissionais;
- Persistência e otimismo: para driblar os possíveis problemas;
- Aprendizagem contínua: buscar se capacitar sempre;

- Criatividade; buscar novos caminhos e soluções, estar disposto a inovar e promover mudanças;
- Comprometimento, determinação e perseverança: planejar o crescimento da empresa, cuidar da saúde financeira, manter clientes satisfeitos;
- Negociação: ser bom negociador para lidar com clientes e fornecedores, vender benefícios;
- Lidar bem com o fracasso: usar suas experiências ruins como formas de aprendizado;
- Eficiência: usar o dinheiro disponível com inteligência, estudando a melhor forma de aplicá-lo.

Para empreender uma fábrica de sabonetes glicerinado, as competências necessárias que se destacam são:

- a) O empreendedor deverá ser muito bem informado sobre novos procedimentos, novos equipamentos e tecnologias, além de ter facilidade no relacionamento, ser dinâmico e inovador.
- b) Profissional com foco, de metas e de ações corretas na condução do negócio.
- c) Iniciativa, especialização da atividade, capacidade de planejamento e de liderança.

24. Bibliografia Complementar

Tendências para o mercado de beleza. Disponível em: www.sebrae.com.br/sites/portalsebrae/artigos/tendências-para-o-mercado-de-beleza,65acae21e224f410vgnVC1000004c00210Arcred. Acesso em 04/09/2019

Panorama do Setor de Beleza. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor-2019/>, acesso em 04/09/2019

Mercado de Estética e Beleza no Brasil segue em Crescimento. <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mercado-de-estetica-e-beleza-no-brasil-segue-em-crescimento/>, acesso em 08/09/2019.

Caderno de Tendências 2019. Disponível em: <http://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/CADERNO%20DE%20TENDENCIAS%202019-2020%20Sebrae%20Abihpec%20vs%20final.pdf>, acesso em 08/09/2019.

Legalização de Empresas: Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/forum/legalizacao-de-empresas/14478/abertura-de-empresa-salao-de-beleza/>, acesso em 08/09/2019.

Ideias de Negócios Sebrae. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/appportal/reports.do?metodo=runReportWEM&nomeRelatorio=idEiaNegocio&nomePDF=Pilates&COD_IDEIA=13197a51b9105410VgnVCM1000003b74010a, acesso em 12/10/2019.

como-funciona-o-capital-de-giro,a4c8e8da69133410VgnVCM1000003b74010aRCRD, acesso em 18/11/2019.

CBO Técnico de Produção: <https://www.ocupacoes.com.br/cbo-mte/3912-tecnicos-de-controle-da-producao>, acesso em 15/12/2019.

CBO Auxiliar de Produção: <https://www.ocupacoes.com.br/cbo-mte/784205-alimentador-de-linha-de-producao>, acesso em 15/12/2019.

CBO Auxiliar Administrativo: <https://www.ocupacoes.com.br/cbo-mte/411010-assistente-administrativo>, acesso em 15/12/2019.

CBO Vendedor: <https://www.ocupacoes.com.br/cbo-mte/521105-vendedor-em-comercio-atacadista>, acesso em 15/12/2019.

CBO Auxiliar de Limpeza: <https://www.ocupacoes.com.br/cbo-mte/514320-faxineiro>, acesso em 15/12/2019.

25. Fonte de Recurso

O empreendedor pode buscar junto às agências de fomento linhas de crédito que possam ser utilizadas para ajudá-lo no início do negócio. Algumas instituições financeiras também possuem linhas de crédito voltadas para o pequeno negócio e que são lastreadas pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), em que o Sebrae pode ser avalista complementar de financiamentos para pequenos negócios, desde que atendidas alguns requisitos preliminares. Maiores informações podem ser obtidas na página do Sebrae na web:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/fundo-de-aval-do-sebrae-oferece-garantia-para-os-pequenos-negocios,ac58742e7e294410VgnVCM2000003c74010aRCRD>

26. Planejamento Financeiro

Ao empreendedor não basta vocação e força de vontade para que o negócio seja um sucesso. Independentemente do segmento ou tamanho da empresa, necessário que haja um controle financeiro adequado que permita a mitigação de riscos de insolvência em razão do descasamento contínuo de entradas e saídas de recursos. Abaixo, estão listadas algumas sugestões que auxiliarão na gestão financeira do negócio:

FLUXO DE CAIXA

O controle ideal sobre as despesas da empresa é realizado por meio do acompanhamento contínuo da entrada e da saída de dinheiro através do fluxo de caixa. Esse controle permite ao empreendedor visão ampla da situação financeira do negócio, facilitando a contabilização dos ganhos e gestão da movimentação financeira. A medida que a empresa for crescendo, dificultando o controle manual do fluxo de caixa, tornando difícil o acompanhamento de todas as movimentações financeiras, o empreendedor poderá investir na aquisição de softwares de gerenciamento.

PRINCÍPIO DA ENTIDADE

O patrimônio da empresa não se mistura com o de seu proprietário. Portanto, jamais se deve confundir a conta pessoal com a conta empresarial, isso seria uma falha de gestão gravíssima que pode levar o negócio à bancarrota. Ao não separar as duas contas, a lucratividade do negócio tende a não ser atingida, sendo ainda mais difícil reinvestir os recursos, gerados pela própria operação. É o caminho certo para o fracasso empresarial.

DESPESAS

O empreendedor deve estar sempre atento para as despesas de rotina como água, luz, material de escritório, internet, produtos de limpeza e manutenção de equipamentos. Embora pequenas, o seu controle é essencial para que não reduzam a lucratividade do negócio.

RESERVAS/PROVISÕES

Esse recurso funcionará como um fundo de reserva, o qual será composto por um percentual do lucro mensal - sempre que for auferido. Para o fundo de reserva em questão, poderá ser estabelecido um teto máximo. Quando atingido, não haverá necessidade de novas alocações de recursos, voltando a fazê-las apenas no caso de recomposição da reserva utilizada. Esse recurso provisionado poderá ser usado para cobrir eventuais desembolsos que ocorram ao longo do ano.

EMPRÉSTIMOS

Poderão ocorrer situações em que o empresário necessitará de recursos para alavancar os negócios. No entanto, não deverá optar pela primeira proposta, mas estar atento ao que o mercado oferece, pesquisando todas as opções disponíveis. Deve ter cuidado especialmente com as condições de pagamento, juros e taxas de administração. A palavra-chave é renegociação, de forma a evitar maior incidência de juros.

OBJETIVOS

Definidos os objetivos, deve-se elaborar e implementar os planos de ação, visando amenizar erros ou definir ajustes que facilitem a consecução dos objetivos financeiros estabelecidos.

UTILIZAÇÃO DE SOFTWARES

As novas tecnologias são de grande valia para a realização das atividades de gerenciamento, pois possibilitam um controle rápido e eficaz. O empreendedor poderá consultar no mercado as mais variadas ferramentas e escolher a que mais adequada for a suas necessidades.

27. Produtos e Serviços - Sebrae

Aproveite as ferramentas de gestão e conhecimento criadas para ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível em seu estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800.

Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

Cursos online e gratuitos - <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>

Para desenvolver o comportamento empreendedor

Empretec - Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado: <http://goo.gl/SD5GQ9>

Para quem quer começar o próprio negócio

As soluções abaixo são úteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa. Ou pessoas que tem experiência em trabalhar por conta própria e querem se formalizar.

Plano de Negócios - O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da empresa: <http://goo.gl/odLojT>

Para quem quer inovar

Ferramenta Canvas online e gratuita - A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado: <https://www.sebraecanvas.com/#/>

Sebraetec - O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação: <http://goo.gl/kO3Wiy>

ALI - O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte: <http://goo.gl/3kMRUh>

28. Sites Úteis

www.sebrae.com.br

www.portaldoempreendedor.gov.br

www.abc-cosmetologia.org.br

www.abiphpec.org.br

Anvisa www.anvisa.gov.br

www.abihpec.org.br/

www.sistemafibra.org.br/senai/

<https://www.senac.br/>

www.sbd.org.br/

www.febrape.org.br

www.abc-cosmetologia.org.br

ww.abiphpec.org.br

www.abc-cosmetologia.org.br

