Ideias de Negócios SEBRAE

Gráfica

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..... 4

Exigências Legais e Específicas..... 5

Estrutura..... 6

Pessoal..... 7

Equipamentos..... 9

Matéria Prima/Mercadoria..... 10

Organização do Processo Produtivo..... 12

Automação..... 13

Canais de Distribuição..... 14

Capital de Giro..... 15

Custos..... 17

Diversificação/Agregação de Valor..... 18

Divulgação..... 19

Informações Fiscais e Tributárias..... 21

Eventos..... 22

Entidades em Geral..... 22

Normas Técnicas..... 23

Glossário..... 24

Dicas de Negócio..... 26

Características Específicas do Empreendedor..... 27

Bibliografia Complementar..... 29

Fonte de Recurso..... 29

Planejamento Financeiro..... 30

Investimentos estimados..... 31

Ferramentas Sebrae..... 32

1. Apresentação de Negócio

Apresentação de negócio

O mercado gráfico está em constante transformação, impulsionado pela tecnologia digital e pela crescente demanda por soluções de impressão personalizadas e de alta qualidade. Sua gráfica pode se destacar nesse cenário competitivo oferecendo serviços inovadores e adaptados às necessidades do cliente. Mais do que apenas transferir tinta para um substrato (papel, plásticos etc.), você estará entregando soluções criativas que impulsionam marcas e comunicam ideias.

Imagine a possibilidade de oferecer desde impressões tradicionais, como offset e rotogravura, até soluções digitais de alta performance, como impressão 3D e personalização em larga escala. A combinação de métodos garante flexibilidade para atender diferentes demandas e orçamentos. Além disso, serviços de pós-impressão, como acabamentos especiais (verniz, hot stamping), encadernação criativa e cortes personalizados, agregam valor e diferenciam seu negócio.

O setor gráfico brasileiro, apesar dos desafios econômicos, continua relevante para o progresso socioeconômico do país. A qualidade das produções nacionais tem crescido significativamente, impulsionando setores como educação e cultura. Sua gráfica, com uma estratégia bem definida, pode se beneficiar dessa dinâmica e contribuir ativamente para este desenvolvimento.

Tendências a se observar:

- Sustentabilidade – a crescente demanda por materiais ecológicos e processos de impressão sustentáveis é uma oportunidade para se destacar. Investigue opções de tintas vegetais, papéis reciclados e tecnologias de impressão mais eficientes;
- Personalização em grande escala – a tecnologia permite criar produtos personalizados em grande escala, atendendo às necessidades individuais dos clientes. Explore soluções que

permitam essa personalização, como impressão digital variável e rótulos personalizados;

- Digitalização e automação – invista em softwares de gestão e automação de processos para otimizar a produção, reduzir custos e melhorar a eficiência;
- Marketing digital - crie uma forte presença online para alcançar novos clientes e promover seus serviços. Utilize as redes sociais e o marketing de conteúdo para se conectar com seu público-alvo.

Este documento apresenta uma visão geral do negócio. Para um planejamento mais completo e detalhado, adaptado à sua realidade e região, recomendamos fortemente a elaboração de um Plano de Negócios completo com o auxílio do Sebrae ou de um consultor especializado.

Lembre-se: pesquisa de mercado, planejamento financeiro e definição de público-alvo são fundamentais para o sucesso do seu empreendimento.

2. Mercado

Mercado

A indústria gráfica brasileira, apesar dos desafios da era digital, permanece um mercado robusto e cheio de oportunidades. Embora a tendência online seja inegável, a demanda por materiais impressos de alta qualidade e soluções personalizadas continua forte, especialmente em nichos específicos. Dados recentes indicam um mercado dinâmico, com espaço para inovação e crescimento sustentável. Segundo dados de 2021, a indústria gráfica brasileira contava com 17.671 empresas (Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério da Economia). Naquele mesmo ano, o setor registrou tanto um aumento nas exportações (US$ 231,8 milhões) quanto nas importações (US$ 223,8 milhões). Um relatório da Abigraf aponta que o ramo gráfico cresceu 7,8% e as atividades de impressão subiram para 23,7% em 2021.

Embora dados oficiais atualizados sobre o faturamento total do setor sejam escassos (as estatísticas da Abigraf, por exemplo, não são atualizadas com a mesma frequência), observa-se um cenário de adaptação. A indústria está deixando de lado a

dependência de grandes volumes de impressão em massa para focar em serviços personalizados, tiragens menores, e produtos de alta qualidade e valor agregado. Essa mudança impulsiona a demanda por gráficas ágeis e eficientes, capazes de atender às necessidades específicas dos clientes com rapidez e precisão.

O crescimento do e-commerce, por exemplo, impulsiona a necessidade de embalagens criativas e funcionais, um nicho promissor para gráficas especializadas. A crescente conscientização ambiental também abre espaço para soluções de impressão sustentáveis, utilizando materiais reciclados e processos eco-friendly. A personalização de produtos, como convites de casamento, materiais promocionais exclusivos e impressos de alta qualidade para pequenos negócios, representa outra área de grande potencial.

Tecnologias de impressão digital de última geração, com custos cada vez mais acessíveis, democratizam o acesso a impressão de alta qualidade, permitindo que pequenas e médias gráficas entrem em novos mercados. A automação e a integração de sistemas também são fatores cruciais para aumentar a eficiência e a competitividade, reduzindo custos e tempo de produção. É fundamental dominar as novas tecnologias e softwares de design e pré-impressão para oferecer soluções inovadoras e personalizadas.

A transição para a emissão digital de documentos fiscais (NF-e e NFS-e), como o SPED, embora tenha reduzido a demanda por alguns tipos de impressos, não eliminou a necessidade de serviços gráficos. Na verdade, abriu espaço para a especialização em outros nichos, como a impressão de materiais promocionais, embalagens e rótulos de alta qualidade, que exigem acabamentos e impressões mais sofisticadas.

Empreender no setor gráfico exige visão estratégica e adaptação constante. Um plano de negócios bem estruturado, focado em um nicho específico, aliando qualidade, rapidez, personalização e atendimento personalizado, são elementos-chave para o sucesso. Acompanhar as tendências do mercado, investir em tecnologia e em qualificação profissional são imprescindíveis para garantir a competitividade e construir um

negócio lucrativo e sustentável.

3. Localização

Localização

Vamos analisar o cenário atual para te ajudar a tomar a melhor decisão sobre a localização ideal para a sua gráfica.

O tipo de serviço oferecido define, em grande parte, a localização ideal. Uma gráfica focada em projetos de grande porte, com equipamentos pesados e possivelmente ruidosos, requer um espaço industrial em zona devidamente regulamentada para atividades comerciais, distante de áreas residenciais, para minimizar possíveis problemas com ruídos. A legislação ambiental, como a NBR 10.151 da ABNT, deve ser rigorosamente observada, garantindo o cumprimento das normas de emissão de ruídos e vibrações. Para isso, busque assessoria técnica especializada.

Já uma gráfica voltada para impressão rápida e serviços de menor porte pode se beneficiar de uma localização em área comercial de grande fluxo de pessoas e veículos, facilitando o acesso e a visibilidade do seu negócio. Um ponto estratégico, com fácil estacionamento e visibilidade, pode ser a chave para atrair clientes e maximizar a sua receita. Pense também na proximidade de outros serviços complementares, como agências de publicidade ou escritórios comerciais.

Independentemente do porte da sua gráfica, a infraestrutura do local escolhido precisa ser adequada. Considere a necessidade de espaço para armazenamento de matéria-prima (papéis, tintas etc.), equipamentos e produtos acabados. Facilidade de acesso para caminhões de carga e descarga é fundamental para garantir a eficiência da sua operação. A logística eficiente impacta diretamente na sua produtividade e nos custos operacionais.

Lembre-se: a escolha da localização é um investimento estratégico. Analise cuidadosamente as opções disponíveis, pesquise a legislação local, procure aconselhamento profissional e escolha o local que melhor se adapta ao seu

plano de negócio. Com planejamento e estratégia, você encontrará o endereço perfeito para o sucesso da sua gráfica!

4. Exigências Legais e Específicas

Exigências legais e específicas

Abrir uma gráfica requer planejamento e atenção às normas legais. O sucesso do seu negócio depende não apenas de criatividade e inovação, mas também da completa conformidade com a legislação. Imagine o quão frustrante seria investir tempo e recursos em um empreendimento que não pode operar legalmente. Portanto, este guia lhe fornecerá as informações essenciais para iniciar sua jornada com segurança e tranquilidade.

Primeiramente, você precisará definir a estrutura jurídica da sua empresa: individual ou sociedade (Ltda., S/A etc.). A escolha ideal dependerá de seu perfil e objetivos. Um contador especializado em empresas do setor gráfico (CNAE 1813-0/99) é fundamental nessa etapa. Ele auxiliará na constituição da empresa, registro na Junta Comercial, obtenção do CNPJ (Receita Federal), e demais registros essenciais.

Além disso, certifique-se de obter todas as licenças necessárias para o funcionamento, incluindo o alvará de funcionamento dos bombeiros e o alvará da Vigilância Sanitária. Antes de escolher seu endereço, realize uma consulta prévia na Prefeitura Municipal/Administração Regional sobre o zoneamento urbano, assegurando a compatibilidade da atividade com a legislação de uso do solo.

Aproveite as vantagens oferecidas pela Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar nº 123/2006 e suas atualizações). Essa legislação concede benefícios significativos para micro e pequenas empresas, como simplificação de processos e redução de taxas. Lembre-se de consultar as atualizações desta lei periodicamente, pois as mudanças podem impactar diretamente seu negócio.

A proteção ao consumidor é crucial. Certifique-se de estar totalmente em conformidade com o Código de Defesa do

Consumidor (CDC) - Lei nº 8.078/1990. A transparência nas relações comerciais e o respeito aos direitos do consumidor são pilares de um negócio sólido e duradouro.

Sua gráfica também deverá observar legislações específicas do setor gráfico, como a Portaria nº 142/2001 do Ministério do Trabalho (que estabelece normas para certificação profissional em áreas como desenho gráfico e operação de impressão), e legislações ambientais (como a Resolução CONAMA nº 01/1990, sobre emissão de ruídos e poluição). Acompanhe as atualizações destas normas e, se necessário, procure consultoria especializada para garantir a conformidade.

Por fim, a Convenção Coletiva de Trabalho do setor gráfico, disponível para consulta no site da ABIGRAF (http://www.abigraf.org.br/), deve ser analisada cuidadosamente. Ela define direitos e deveres trabalhistas específicos da sua atividade e é fundamental para garantir a legalidade e um ambiente de trabalho justo e produtivo.

Lembre-se: a conformidade legal não é apenas uma obrigação, mas um investimento no sucesso a longo prazo da sua gráfica. Invista em conhecimento.

5. Estrutura

Estrutura

A estrutura da sua gráfica dependerá de diversos fatores, incluindo o porte da empresa, os serviços oferecidos e sua capacidade produtiva. No entanto, uma organização eficiente é essencial para o sucesso, garantindo conforto e produtividade tanto para a equipe quanto para os clientes. Vamos analisar um modelo para uma pequena gráfica, adaptável e escalável para diferentes necessidades.

Considerando uma gráfica de pequeno porte, com foco em formulários e utilizando máquinas planas, rotativas e para PDV, um espaço de aproximadamente 300m² pode ser suficiente para abrigar as áreas de produção, comercial, administrativa e apoio. A otimização do layout é fundamental para garantir a fluidez do trabalho.

- Área de produção (cerca de 150m²) – espaço para equipamentos de impressão, corte, acabamento e montagem. A disposição dos equipamentos (máquinas planas, rotativas e PDV) deve facilitar o movimento de materiais e pessoas. A iluminação é fundamental, priorizando a luz natural sempre que possível. Caso necessário, utilize lâmpadas LED de baixo consumo e que não geram excesso de calor. Uma pequena área para criação e arte também deve ser contemplada, permitindo a organização do processo criativo. Deve ter acesso fácil ao almoxarifado e entrada de carga e descarga;
- Área comercial (cerca de 40m²) – local de atendimento ao cliente, vendas e exibição de produtos. Precisa ser aconchegante e funcional. Um balcão de atendimento, mesas, cadeiras, computador, impressora e telefone são essenciais para atender os clientes com eficiência e profissionalismo;
- Área administrativa (cerca de 40m²) – local de gestão financeira, planejamento e reuniões interna. Mantenha-a organizada com mobiliário adequado para o trabalho administrativo, incluindo computadores e equipamentos de escritório. Uma boa organização nesta área é fundamental para o sucesso do seu negócio;
- Almoxarifado (cerca de 30m²) – área para armazenar materiais em estoque, embalagens e insumos não perecíveis;
- Circulação e serviços (cerca de 30m²) – área com corredores de passagem, copa, sala de serviço/parte elétrica;
- Área de banheiros (cerca 10m²) – deve ser projetada levando-se em conta as normas de higiene e acessibilidade.

Lembre-se: esta é uma sugestão de estrutura para uma gráfica de pequeno porte. Adapte-a às suas necessidades e ambições. Invista em um projeto que priorize a ergonomia, a segurança e a eficiência, criando um ambiente de trabalho agradável e produtivo. O sucesso da sua gráfica depende de uma boa gestão e de um ambiente otimizado para o trabalho.

6. Pessoal

Pessoal

Em um cenário competitivo, a qualificação e o treinamento da

sua equipe são tão importantes quanto a qualidade das máquinas e a criatividade do design. Para uma gráfica de pequeno porte, um time inicial estratégico pode incluir profissionais nas seguintes áreas:

- Atendimento ao cliente – profissional responsável por receber demandas, tirar dúvidas e garantir uma experiência positiva. Esse profissional também pode auxiliar na área de vendas;
- Vendas – profissional que atue internamente, por telefone ou WhatsApp, ou externamente. Este profissional precisa conhecer profundamente seus produtos e serviços para apresentar soluções personalizadas e eficazes aos clientes. Em alguns casos, pode ser o mesmo profissional que faz o atendimento ao cliente;
- Designer gráfico (ou arte-finalista) – profissional criativo e experiente, capaz de transformar ideias em peças visuais impactantes e otimizadas para a produção gráfica. Lembre-se: uma arte bem elaborada impacta diretamente na eficiência da produção e na qualidade final do produto;
- Operação de máquinas gráficas – profissionais qualificados e treinados para operar os equipamentos de forma segura e produtiva. A capacitação contínua nesta área é imprescindível para garantir a eficiência e minimizar problemas;
- Controle de estoque e expedição – profissional que garanta a organização, o fluxo eficiente de materiais e a entrega dos produtos acabados no prazo e em perfeitas condições.

Inicialmente, você, como empreendedor, terá um papel fundamental na administração do negócio (finanças, compras, gestão de pessoal), no acompanhamento do controle de qualidade e nas atividades comerciais. Sua presença e experiência ativa, principalmente nas etapas de criação e produção, serão essenciais para o sucesso inicial do seu empreendimento.

Invista em treinamento! Um programa de capacitação contínua para sua equipe, abrangendo novas tecnologias, softwares de design e técnicas de atendimento ao cliente, é um investimento que se traduz em maior produtividade, qualidade e satisfação dos clientes. Busque cursos e workshops que atendam às necessidades específicas da sua gráfica, e considere

programas de incentivo e reconhecimento para motivar sua equipe.

Lembre-se: uma equipe motivada e bem treinada é a base de um negócio gráfico próspero e sustentável. Construa sua equipe com cuidado, investindo em pessoas talentosas e comprometidas com o sucesso da sua empresa.

7. Equipamentos

Equipamentos

Montar uma gráfica de sucesso exige planejamento cuidadoso, e a escolha dos equipamentos certos é fundamental. No cenário atual, a tecnologia e a eficiência são imprescindíveis para garantir competitividade e lucratividade. Vamos analisar os equipamentos-chave para uma gráfica de pequeno porte, considerando as tendências de mercado dos últimos 12 meses. Lembre-se que os valores apresentados são estimativas e podem variar conforme o fornecedor e a especificação dos equipamentos.

A área de produção precisa ser equipada com máquinas robustas e confiáveis. Investir em equipamentos modernos, apesar do alto custo inicial (cerca de R$ 150mil), se traduz em produtividade, qualidade de impressão e redução de custos a longo prazo. Considere os seguintes itens:

Equipamento

Preço Estimado (R$)

Observações

Impressora Digital de alta resolução (HP Indigo ou similar)

A partir de R$ 80.000

Oferece versatilidade e alta qualidade de impressão, ideal para trabalhos de pequeno e médio porte. Avalie modelos com opções de acabamentos integrados.

Acabamento digital (corte, vinco, perfuração)

A partir de R$ 30.000

Considere uma solução integrada ou máquinas individuais, dependendo do volume de trabalho e tipos de serviços oferecidos.

Corte e vinco (guilhotina e dobradeira)

A partir de R$ 20.000

Fundamental para garantir a precisão e qualidade no acabamento dos impressos.

Computador(es) com softwares gráficos

A partir de R$ 5.000 (cada)

Escolha configurações robustas, com processadores e memória RAM adequados para lidar com os softwares de edição gráfica. Invista em softwares como Adobe Creative Suite ou alternativas mais acessíveis.

Scanner de alta resolução

A partir de R$ 3.000

Essencial para digitalização de artes e documentos.

Impressora a laser para uso administrativo

A partir de R$ 1.500

Para impressão de documentos administrativos e internos.

Mobiliário (mesas, cadeiras, armários)

A partir de R$ 5.000

Escolha móveis ergonômicos e resistentes para garantir o conforto e a organização do espaço.

8. Matéria Prima/Mercadoria

Matéria-prima/mercadoria

O sucesso de uma gráfica depende muito da gestão eficiente de seus estoques. Imagine a seguinte situação: você tem um grande estoque de papel de um tipo específico, mas a demanda atual é por outro tipo. Isso resulta em prejuízo, não só pelo dinheiro imobilizado, mas também por possíveis oportunidades de vendas perdidas. Portanto, uma gestão inteligente da matéria-prima é fundamental para a rentabilidade do seu negócio.

Sua principal matéria-prima é o papel, disponível em diversas variações: gramatura, textura, cor e acabamento. A escolha do papel certo impacta diretamente o custo e a qualidade final do produto. Para te ajudar, vamos analisar alguns aspectos importantes:

- Gramatura – este é o peso do papel em gramas por m². Uma gramatura mais alta significa um papel mais grosso e resistente, ideal para impressos que exigem maior durabilidade. Uma gramatura baixa é mais adequada para impressos leves, como folhetos, reduzindo o custo de impressão e envio. A escolha ideal depende do projeto e do seu público;
- Acabamento – papéis coated (revestidos) oferecem um brilho intenso e cores vibrantes, perfeitos para imagens de alta qualidade. Já os uncoated (não revestidos) proporcionam um toque mais natural e são ideais para textos e impressos que necessitam de uma melhor absorção da tinta. A escolha dependerá do tipo de impressão e efeito desejado;
- Outros fatores importantes – a porosidade (influencia a absorção da tinta); a rigidez (resistência à flexão); a opacidade (capacidade de impedir a passagem da luz); o brilho e a alvura (aparência de branco) devem ser considerados na seleção do papel, garantindo a qualidade final do produto impresso. Lembre-se que cada característica do papel influencia no resultado final e no custo da impressão.

Para otimizar a gestão de estoques, considere:

- Giro de estoques – monitore quantas vezes seu estoque é renovado ao longo do ano. Um giro rápido indica eficiência, enquanto um giro lento sinaliza a necessidade de ajustes na compra de matéria-prima;

- Cobertura de estoques – calcule o tempo que seu estoque atual consegue atender à demanda. Isso ajuda a evitar faltas e desperdícios;
- Nível de serviço ao cliente – avalie quantas vendas você pode ter perdido devido à falta de algum tipo de papel. Essa análise ajuda a otimizar seu estoque e a satisfação do cliente.

Lembre-se: a gestão eficiente de estoques não se limita a ter papel em mãos. Trata-se de ter o papel certo, na quantidade certa e no momento certo. Com planejamento e monitoramento, você otimiza seus recursos e reduz custos.

9. Organização do Processo Produtivo

Organização do processo produtivo

O sucesso de uma gráfica moderna depende de um processo produtivo eficiente e integrado, que abrange desde o atendimento ao cliente até a entrega final do produto.. Vamos explorar como estruturar esse processo para maximizar seu potencial.

- Atendimento ao cliente – entenda as necessidades do cliente com precisão, capturando todos os detalhes do projeto – tipo de impressão, quantidade, acabamentos, prazos – e transmita isso com transparência para a equipe de produção. Ferramentas de gestão de projetos e plataformas online podem auxiliar nessa organização e comunicação;
- Design e pré-impressão – hoje, a maioria das gráficas utiliza processos digitais, com softwares de design sofisticados que facilitam a criação e a revisão da arte. A tecnologia CTP (Computer to Plate) elimina a etapa do fotolito em muitos casos, agilizando significativamente o processo e reduzindo custos. É essencial a aprovação do cliente em todas as etapas do processo de pré-impressão para garantir que o resultado final atenda perfeitamente às suas expectativas;
- Impressão – requer equipamentos de alta performance e bem mantidos. Os seis sistemas de impressão mais comuns (offset, rotogravura, flexografia, tipografia, serigrafia e impressão digital) oferecem diferentes possibilidades para atender a diversos tipos de projetos. A escolha do método de impressão ideal dependerá das características do trabalho, da

quantidade de impressões e dos recursos disponíveis;

- Acabamento e entrega – fatores que definem a experiência final do cliente. Aqui, processos de corte, dobra, encadernação, plastificação, entre outros, adicionam valor ao produto. A embalagem precisa ser eficiente e proteger o material durante o transporte. A logística de entrega, seja própria ou terceirizada, deve ser eficiente e confiável, garantindo que o produto chegue em perfeito estado e no prazo combinado. Sistemas de rastreamento podem ser valiosos para acompanhar o processo. Lembre-se: a administração permeia todo o processo. Um sistema eficiente de gestão de estoque, controle de custos e fluxo de caixa é fundamental para a sustentabilidade do negócio. Utilize softwares de gestão empresarial (ERP) para monitorar o desempenho da gráfica, analisar dados e tomar decisões estratégicas. A capacitação da sua equipe é igualmente vital para otimizar todos os processos.

Construir uma gráfica de sucesso requer organização, planejamento estratégico, investimento em tecnologia e, acima de tudo, paixão pelo que você faz. Com uma visão clara do processo produtivo e a dedicação necessária, seu empreendimento tem o potencial de prosperar no competitivo mercado gráfico.

10. Automação

Automação

Em um mercado gráfico competitivo, a automação não é apenas uma vantagem, mas uma necessidade.

A tecnologia já faz parte do dia a dia da sua gráfica, mas investir em softwares de gestão integrados eleva a sua operação a um novo patamar. Soluções modernas oferecem funcionalidades que abrangem todas as áreas do negócio, desde a criação do orçamento até a entrega do produto final. Tenha um controle preciso de custos, agendamento automatizado de tarefas, gestão de estoque em tempo real e relatórios completos para tomada de decisões estratégicas. Tudo isso, em um único sistema, facilitando a sua rotina e proporcionando uma visão completa da sua empresa.

O mercado oferece uma variedade de softwares, cada um com suas particularidades e funcionalidades. Alguns focam na gestão de produção, otimizando fluxos de trabalho e reduzindo desperdícios. Outros se concentram na gestão financeira, automatizando processos como emissão de notas fiscais, controle de contas a pagar e receber e projeções financeiras. Há ainda soluções que integram CRM, permitindo um melhor relacionamento com clientes e prospecção de novos negócios. A escolha ideal dependerá das necessidades específicas da sua gráfica e do tamanho da sua equipe. Busque o aconselhamento de especialistas para avaliar qual software melhor se adapta à sua realidade.

Investir em automação é investir no futuro do seu negócio. Um software de gestão eficiente te dará tempo para focar no que realmente importa: a criatividade, a inovação e o crescimento da sua gráfica. A facilidade de acesso a informações, aliada a uma gestão otimizada, permite que você tome decisões mais assertivas e acompanhe de perto o desempenho da sua empresa. Não subestime o poder da tecnologia para impulsionar o seu sucesso. O caminho para uma gráfica eficiente e lucrativa passa pela automação inteligente. Dê o próximo passo e explore as infinitas possibilidades que o mercado oferece!

11. Canais de Distribuição

Canais de distribuição

Os canais de distribuição de sua gráfica representam o caminho que seus produtos e serviços percorrerão até alcançar seus clientes, impactando diretamente sua lucratividade e alcance de mercado. A escolha ideal depende de fatores como seu público-alvo, localização geográfica, tipo de serviço oferecido e orçamento.

Tradicionalmente, as gráficas utilizam a venda direta, seja por meio de atendimento presencial, com vendedores que prospectam clientes e constroem relacionamentos, ou por telefone (telemarketing). Este modelo permite um contato mais personalizado, ideal para projetos complexos ou clientes que valorizam a interação direta. A venda direta presencial continua

relevante, especialmente para trabalhos que exigem aprovação de provas e acabamentos personalizados.

No entanto, o cenário atual impulsiona fortemente a venda online. É importante ter um website profissional com funcionalidades de upload de arquivos, opções de personalização online e sistema de pagamento integrado. Plataformas de e-commerce e marketplaces também se apresentam como canais eficientes, expandindo seu alcance para além da sua região. O atendimento online via e-mail, chat e redes sociais permite agilidade e comodidade aos clientes, gerando mais leads e facilitando o processo de compra.

Além desses canais diretos, você pode considerar parcerias estratégicas. Colaborar com agências de marketing, designers, escritórios de arquitetura, ou empresas de eventos pode ampliar significativamente seu alcance e gerar um fluxo constante de pedidos. Avalie também a possibilidade de distribuição indireta por meio de revendas, embora isso exija um gerenciamento mais complexo.

Lembre-se: a diversificação dos canais de distribuição é uma estratégia inteligente. Combinar o atendimento pessoal com a praticidade do online amplia suas chances de conquistar novos clientes e fidelizar os existentes. Invista em uma presença digital forte e um atendimento excepcional, independentemente do canal escolhido. Sua gráfica tem um enorme potencial de crescimento - explore-o!

12. Capital de Giro

Capital de giro

A necessidade de capital de giro varia de acordo com diversos fatores. Prazos de pagamento a fornecedores, clientes e colaboradores impactam diretamente. Quanto mais longos os prazos de recebimento dos clientes e mais curtos os prazos para pagamento a fornecedores, maior será a necessidade de capital de giro. Da mesma forma, estoques elevados demandam maior investimento inicial e consequentemente maior capital de giro. Otimizar esses processos é fundamental. Um controle rigoroso de estoque, por exemplo, minimiza o

capital imobilizado em materiais e reduz a necessidade de financiamento.

Para uma gráfica, a gestão eficiente do capital de giro envolve a análise cuidadosa dos prazos de pagamento. No cenário atual, com a crescente digitalização do setor gráfico e o aumento da concorrência, a velocidade de giro do capital é ainda mais importante. Procure negociar prazos de pagamento mais longos com seus fornecedores e, ao mesmo tempo, ofereça incentivos para pagamentos antecipados aos seus clientes. Esta estratégia contribui para um fluxo de caixa mais previsível e saudável.

Um planejamento financeiro detalhado é imprescindível. Antes de iniciar as operações, projete cuidadosamente suas receitas e despesas, considerando os custos de produção (materiais, mão de obra, energia), impostos, marketing e outros gastos operacionais. Lembre-se de incluir o seu pró-labore no orçamento. Um controle rigoroso de gastos, aliado a uma estratégia eficaz de vendas, é fundamental para garantir a disponibilidade de recursos para o capital de giro.

Considerando o atual cenário do mercado gráfico, com demanda crescente por impressão digital e soluções personalizadas, deve-se avaliar a necessidade de investimentos em novas tecnologias. Embora o ideal seja financiar equipamentos e máquinas separadamente do capital de giro, às vezes o empreendedor precisa recorrer a empréstimos. Neste caso, busque opções com taxas de juros competitivas, prazos longos e, se possível, períodos de carência para aliviar o fluxo de caixa nos primeiros meses de operação. Lembre-se que a escolha de um software de gestão empresarial (ERP) pode auxiliar na otimização do fluxo de caixa e no controle financeiro, melhorando a gestão do capital de giro.

Em resumo, o capital de giro para sua gráfica é mais do que um simples número; é o alicerce da sua estabilidade financeira. Com planejamento, controle e uma gestão eficiente, você estará pronto para navegar pelas demandas do mercado e construir um negócio próspero e sustentável. Acredite no seu potencial e invista em um futuro de sucesso!

Você pode calcular a sua Necessidade de Capital de Giro usando a Planejadora Financeira do Sebrae. Para isso basta simular sua estimativa de vendas e custos mensais, prazo do giro de estoque e prazos de pagamento e recebimentos. Com esses dados a ferramenta vai calcular ainda seus indicadores de lucratividade, rentabilidade e prazo de retorno do investimento.

13. Custos

Custos

Os custos se dividem em duas categorias principais: custos fixos e custos variáveis.

Custos variáveis – são custos que mudam diretamente com o volume de produção. Em uma gráfica, eles incluem principalmente o custo da matéria-prima (papel, tintas etc.), as comissões de vendas (se aplicável) e, em alguns casos, a mão de obra diretamente relacionada à produção de cada trabalho (por exemplo, horas extras de impressores para atender picos de demanda).

Imagine que o custo médio de matéria-prima por trabalho seja de R$ 50. Se você realizar 100 trabalhos em um mês, seus custos variáveis com matéria-prima serão de R$ 5.000. Se realizar 200, esse valor dobra para R$ 10.000. Este é um exemplo simplificado, pois os preços de materiais podem flutuar com o mercado e a complexidade do trabalho. Monitorar esses preços é essencial.

Custos Fixos – são os custos que permanecem constantes, independentemente do volume de produção. Em uma gráfica, eles incluem:

- Aluguel e IPTU: R$ 6.000 (considerando um espaço adequado para a operação, levando-se em conta a localização e a infraestrutura necessária para uma gráfica moderna);
- Salários e encargos trabalhistas: R$ 15.000 (considerando seis colaboradores com salários compatíveis com o mercado e todos os encargos trabalhistas, incluindo benefícios e impostos. Esta estimativa é baseada em uma pesquisa de mercado recente e pode variar;
- Energia elétrica, água e internet: R$ 2.000 (este custo pode

variar significativamente dependendo do tamanho da gráfica e do consumo de energia das máquinas);

- Manutenção de equipamentos: R$ 1.000 (considerando custos preventivos e corretivos, importantes para garantir a produtividade e a qualidade da impressão);
- Materiais de escritório e limpeza: R$ 1.000;
- Serviços contábeis: R$ 1.200 (valor médio para o serviço contábil de uma pequena empresa);
- Marketing e publicidade (digital): R$ 1.500 (essencial para gerar leads e divulgar os serviços oferecidos).

Total de Custos Fixos (mensal): R$ 27.700,00 (Observação: Estes valores são estimativas e precisam ser ajustados de acordo com a realidade da sua gráfica.

14. Diversificação/Agregação de Valor

Diversificação e agregação de valor

A oferta de produtos gráficos tradicionais, como impressos sob encomenda, notas fiscais, cartões de visita, folders e cartazes permanece relevante, porém, a agregação de valor é fundamental para atrair e reter clientes em um cenário cada vez mais digital.

A qualidade começa com a matéria-prima. Priorize fornecedores nacionais reconhecidos por sua atuação ética e sustentável, verificando a origem da madeira (reflorestamento ou manejo sustentável) utilizada na produção de celulose. Essa transparência na cadeia de suprimentos garante a qualidade do produto final e demonstra seu compromisso com práticas responsáveis, atraindo clientes conscientes.

A diversificação é fundamental. Explore novas oportunidades de mercado, analisando a demanda por itens como bobinas de PDV (para máquinas registradoras ou emissoras de cupons ECF), formulários personalizados, cartazes e folders com pigmentação diferenciada, e cartões de visita de alta qualidade a custos competitivos. Considere também serviços complementares, como arte final, fotolito, gravação de chapa e digitalização de imagem, respeitando sempre os direitos autorais.

Identifique nichos de mercado pouco explorados pela concorrência. A impressão sob demanda, por exemplo, atende às necessidades de pequenos negócios e empreendedores que buscam tiragens menores e maior flexibilidade. O mercado digital também apresenta oportunidades significativas. A crescente demanda por materiais de marketing digital, como banners online e peças para redes sociais, abre portas para a integração de serviços de impressão com soluções digitais.

A sustentabilidade é um diferencial cada vez mais importante. Busque certificações que comprovem seu compromisso com a preservação ambiental e com práticas socialmente justas. Utilize papéis certificados (FSC, por exemplo) e invista em tecnologias de impressão mais ecoeficientes. Destaque essas iniciativas em seu marketing, atraindo clientes que valorizam a responsabilidade ambiental e social.

Lembre-se: o sucesso no mercado gráfico requer uma estratégia proativa de busca por novos clientes. Esteja atento às tendências do mercado, participe de feiras e eventos do setor, e utilize as ferramentas digitais para alcançar seu público-alvo. Invista em um marketing estratégico que destaque a qualidade, a inovação e o compromisso da sua gráfica.

Com planejamento estratégico, foco na qualidade e uma abordagem inovadora, sua gráfica poderá prosperar e se destacar em um mercado competitivo e em constante transformação.

15. Divulgação

Divulgação

Enquanto meios tradicionais como rádio, folders e outdoors ainda podem ter seu lugar (considerando custos e regulamentações locais), o foco da divulgação de uma gráfica deve estar em ações mais eficazes e de custo-benefício superior. O telemarketing e a ação de representantes comerciais continuam sendo fundamentais para o relacionamento direto com clientes, construindo confiança e abrindo portas mesmo sem o fechamento imediato de negócios. Esse contato pessoal é essencial para a construção de uma

sólida reputação, que pode incluir o tradicional boca-a-boca, tão valioso neste setor.

A internet, porém, se destaca como ferramenta imprescindível. Seu alcance abrange diversos perfis de clientes, independentemente do poder aquisitivo, e o seu custo é significativamente menor do que o da mídia tradicional. Mas não se trata apenas de ter um site; é preciso otimizá-lo para mecanismos de busca (SEO), investindo em conteúdo relevante (blog com dicas de design e impressão, por exemplo), e utilizando estratégias de marketing digital como:

- Redes Sociais – Instagram, Facebook e LinkedIn são plataformas ideais para mostrar o portfólio, compartilhar cases de sucesso e interagir com potenciais clientes. Anúncios segmentados podem direcionar o investimento para públicos específicos, maximizando o retorno;
- Marketing de Conteúdo – criar conteúdo de valor, como ebooks, infográficos e webinars atrai leads qualificados e posiciona a gráfica como especialista no setor;
- Email Marketing – manter contato com clientes e prospects por meio de newsletters, com promoções, novidades e dicas, é uma forma eficaz de nutrir o relacionamento e impulsionar vendas;
- Google Meu Negócio – otimizar o perfil no Google Meu Negócio garante maior visibilidade nas pesquisas locais, facilitando a descoberta da gráfica por clientes próximos;
- Anúncios Online (Google Ads etc.) – campanhas de anúncios online permitem atingir um público altamente segmentado, com controle preciso do orçamento e resultados mensuráveis.

Lembre-se: a chave para o sucesso é a combinação de estratégias online e offline, criando uma presença consistente. Monitore os resultados, analise o que funciona e ajuste sua estratégia continuamente para otimizar o alcance e o retorno sobre o investimento em divulgação. A inovação e a adaptação às novas tecnologias são essenciais para se manter competitivo neste mercado dinâmico. Invista em treinamento para sua equipe de vendas, mantendo-a atualizada sobre as melhores práticas de atendimento e vendas consultivas.

16. Informações Fiscais e Tributárias

Informações Fiscais e Tributárias

Abrir uma gráfica (CNAE 1813-0/99) envolve entender as opções tributárias disponíveis para garantir a saúde financeira do seu negócio. Vamos explorar as principais alternativas:

- Simples Nacional – o regime mais comum para microempresas e empresas de pequeno porte (ME e EPP), o Simples Nacional simplifica o recolhimento de impostos em um único documento: o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional). Para se enquadrar, sua receita bruta anual não deve ultrapassar R$ 4,8 milhões (para EPP, em 2024 - verifique a legislação vigente para atualizações). A alíquota varia de acordo com a sua receita e a atividade, sendo que para gráficas, no Anexo I da Lei Complementar nº 123/2006, a alíquota pode variar de 4,5% a 12,11%. Acesse o Portal do Simples Nacional para detalhes e cálculo da alíquota;
- Microempreendedor Individual (MEI) – se sua receita bruta anual for de até R$ 81.000 (em 2024, verifique a legislação vigente para atualizações) e você atende aos requisitos (um empregado, no máximo, e sem participação em outra empresa), o MEI é uma excelente opção. O recolhimento é simplificado, com valores fixos mensais. No entanto, lembre-se que ultrapassando esse limite de faturamento, a migração para o Simples Nacional como microempresa se torna obrigatória;
- Regimes Tributários Além do Simples Nacional – caso você ultrapasse os limites de receita do Simples Nacional, outras opções existem, como o Lucro Presumido e o Lucro Real. O Lucro Presumido, por exemplo, utiliza um percentual da sua receita bruta para calcular o imposto de renda e outros tributos. A escolha do regime ideal dependerá da sua estrutura de custos e da complexidade do seu negócio. Um contador especializado poderá auxiliar na melhor decisão;
- Importância do Planejamento – independentemente da opção escolhida (Simples Nacional, MEI ou outros), um bom planejamento financeiro e tributário é fundamental. Acompanhe sua receita mensalmente e projete seu faturamento anual para escolher o regime que melhor se adapta à sua realidade. Considere também a possibilidade de auxílio profissional de um

contador para garantir a correta aplicação das leis e evitar problemas futuros.
Lembre-se: As informações aqui apresentadas são para fins informativos e podem sofrer alterações. É fundamental consultar a legislação vigente e buscar orientação profissional para garantir a adequação tributária da sua gráfica. A Receita Federal e o Portal do Empreendedor são ótimas fontes para informações atualizadas.

17. Eventos

Eventos

A busca constante por melhorias nos processos produtivos, por informações sobre novas tecnologias, bem como sobre consumo, produção e políticas públicas setoriais devem fazer parte das práticas de gestão dos empreendedores de qualquer setor. A atualização é uma ação que deve ocorrer constantemente, pois novas informações surgem a cada momento. Os eventos são locais onde as novidades emergem.

A seguir algumas sugestões de eventos referentes a este setor:

- Office PaperBrasil Escolar – Agosto de 2025, Expo Center Norte, São Paulo;
- Expoprint Latin América - Feira Internacional de Equipamentos para pré-impressão, impressão e acabamento – 24 a 28 de março de 2026, Expo Center Norte, São Paulo;
- FESPA Digital Printing 2025 – 17 a 20 de março de 2025, Expo Center Norte, São Paulo;

- FuturePrint 2025 – 16 a 19 de julho de 2025, Distrito Anhembi, São Paulo.

18. Entidades em Geral

Entidades em geral

As instituições organizadas podem fornecer informações importantes sobre o negócio em estudo. Normalmente elas fazem pesquisas e disponibilizam dados de mercado que podem contribuir para o desenvolvimento da ideia de negócio.

Em âmbito estadual, os principais locais para a busca desses dados são as associações locais de classe, sindicatos estaduais/distritais, Câmara de Dirigentes Lojistas, universidades,

entidades de desenvolvimento regional que sistematizam dados sobre o estado ou município.

Relação de entidades setoriais de atuação nacional:

• ABIGRAF – Associação Brasileira da Indústria Gráfica

• ABTG- Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica

• ABTCP – Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel

• ABIMAQ - Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos.

19. Normas Técnicas

Normas técnicas

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, utilizados como importantes referências para o mercado, podendo exigir requisitos de qualidade, desempenho, segurança (seja no fornecimento de algo, seu uso ou mesmo na sua destinação final), mas também podem estabelecer 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.

As normas técnicas são publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Seguem abaixo algumas normas técnicas relacionadas ao negócio de gráfica:

NBR11721 - Tecnologia gráfica - Formulários - Acondicionamento, requisitos específicos e características do papel;

NBR12328 - Tecnologia gráfica - Formulários – Dimensões;

NBR12532 - Tecnologia gráfica - Formulários – Terminologia;

NBR12972 - Tecnologia gráfica - Envelope convencional de papel para correspondência – Especificações;

NBR13284 - Preparação de corpos-de-prova para análise metalográfica;

NBR13314 - Tecnologia gráfica - Envelope tipo saco de papel para correspondência – Especificações;

NBR14397 - Tecnologia gráfica - Envelopes - Especificação de envelopes para insersoras automáticas;

NBR14650 - Tecnologia gráfica - Controle do processo - Avaliação da dureza de rolos de impressoras e equipamentos gráficos;

NBR14934 - Tecnologia gráfica - Terminologia das artes gráficas - Parte 1: Termos fundamentais;

NBR15201 - Tecnologia gráfica - Livros didáticos - Classificação de defeitos e métodos de ensaio;

NBR15388 - Tecnologia gráfica - Cadernos de desenho 1/4 espiralados ou colados ou grampeados ou costurados ou argolados – Requisitos;

NBRNM-ISO12218 - Tecnologia gráfica - Controle de processo - Preparação de chapas offset;

NBRNM-ISO12647-1 - Tecnologia gráfica - Controle de processo e separação de cores, prova e impressão - Parte 1: Parâmetros de processo e métodos de ensaio;

NBRNM-ISO13655 - Tecnologia gráfica - Medição espectral e cálculo colorimétrico para conteúdos de originais em artes gráficas;

NBRNM-ISO12218 - Tecnologia gráfica - Controle de processo - Preparação de chapas offset;

20. Glossário

Glossário

Acabamento – processos finais aplicados a impressos, como laminação, verniz ou corte especial, que melhoram a aparência e a proteção do produto.

CMYK (Ciano, Magenta, Amarelo, Preto) – sistema de cores substrativas usado em impressão.

Cores pantone – sistema de cores padronizado utilizado na impressão, permitindo a reprodução precisa de cores específicas.

Corte – ato de cortar o papel ou material impresso em tamanhos específicos, podendo ser feito manualmente ou por máquinas automáticas.

Design – processo de conceber, planejar e organizar elementos visuais (cores, tipografia, imagens, layout) para transmitir mensagens de forma clara, funcional e esteticamente coerente, atendendo a objetivos comunicacionais e técnicos específicos.

Digitalização – processo pelo qual um dado é transmitido e convertido para um formato digital.

DPI (pontos por polegada) – medida de resolução de imagens; quanto maior, mais detalhada a impressão.

Encadernação – ato de unir folhas para formar um objeto fácil de ser manuseado.

Folder – folheto dobrável, é um material gráfico impresso, geralmente em papel de maior gramatura, dobrado em partes para organizar informações de forma compacta e visualmente atraente.

Gramatura – medida de densidade do papel, expressa em gramas por metro quadrado (g/m²), que influencia a espessura e a durabilidade do material impresso.

Hexacromia – técnica de impressão com seis cores, além do CMYK, para ampliar a gama de cores.

Identidade visual – conjunto de elementos gráficos que representam uma marca.

Impressão 3D - produção de objetos tridimensionais físicos a partir de modelos digitais. No setor gráfico, permite a criação de protótipos, embalagens personalizadas, sinalizações com relevo, peças promocionais e elementos artísticos.

Layout – disposição visual dos elementos gráficos e textuais em uma peça impressa, essencial para a comunicação eficaz da mensagem.

Marcas de corte – linhas que indicam onde o material será cortado.

Mockup – protótipo visual que simula como um design será aplicado em suportes reais (ex; embalagens).

Offset – método de impressão em que a imagem é transferida de uma chapa para um cilindro de impressão e, sem seguida, para o papel.

Offset digital – tecnologia que combina características da impressão offset tradicional com a flexibilidade da impressão digital, permitindo tiragens menores com alta qualidade.

Pré-impressão – fase que envolve a preparação dos arquivos digitais para impressão, incluindo ajuste de cores e resolução.

Prova de impressão – amostra impressa utilizada para verificar cores, qualidade e layout antes da produção em massa.

Sangria – área de impressão que ultrapassa os limites do documento final, evitando bordas brancas após o corte.

Serigrafia – técnica de impressão com tela para materiais como tecidos e plásticos.

Sobreimpressão – impressão de uma cor sobre outra para evitar falhas.

Tipografia – arte e técnica de dispor texto em uma peça gráfica, incluindo a escolha de fontes, tamanhos e espaçamentos.

21. Dicas de Negócio

Dicas de negócio

Neste mercado competitivo, a gestão eficiente e a excelência no serviço são pilares fundamentais para o sucesso. Vamos explorar alguns pontos cruciais para impulsionar seu negócio.

- Orçamento e gestão de custos – o orçamento define não apenas o custo de produção, mas também sua margem de lucro e a capacidade de oferecer descontos sem comprometer a rentabilidade. Antes de iniciar qualquer projeto, um planejamento detalhado é fundamental para prever custos e resultados. Invista em softwares de gestão que auxiliem nesse processo, otimizando o controle de materiais e tempo;
- Equipe qualificada– sua equipe é seu maior ativo. Profissionais experientes e qualificados em criação e arte, preparação de fotolitos e chapas e operação de máquinas são essenciais para garantir a qualidade da impressão, a fidelidade das cores e a minimização de perdas de material. Treinamento contínuo e a busca por tecnologias de ponta são investimentos que se traduzem em melhor desempenho e satisfação do

cliente;

- Atendimento diferenciado ao cliente – no ramo gráfico, o serviço prestado é o diferencial. Um atendimento impecável fideliza clientes e constrói a reputação da sua gráfica. Isso inclui atendimento telefônico ágil e cortês, pontualidade nas entregas, cumprimento dos prazos acordados e funcionários uniformizados e com boa apresentação pessoal. A satisfação do cliente deve ser a sua prioridade máxima;
- Tendências do mercado e tecnologia – o setor gráfico está em constante evolução. Mantenha-se atualizado sobre as novas tecnologias de impressão (impressão 3D, impressão digital de alta resolução etc.), softwares de design e gestão, e as tendências de mercado (embalagens sustentáveis, personalização de produtos etc.). A adaptação é chave para a competitividade.
- Marketing digital e vendas – explore o marketing digital para alcançar novos clientes e fortalecer sua marca. Crie um site profissional e atraente, utilize as redes sociais para divulgar seus serviços e promoções, e invista em estratégias de SEO para melhorar o posicionamento da sua gráfica nos mecanismos de busca. O atendimento personalizado e o relacionamento com o cliente são também cruciais para garantir o sucesso nas vendas.

Lembre-se: a combinação de gestão eficiente, equipe qualificada, atendimento diferenciado e a adoção das novas tecnologias são as peças-chave para construir uma gráfica de sucesso e destaque no mercado. Acredite no seu potencial e vá em frente!

22. Características Específicas do Empreendedor

Características específicas do empreendedor

Empreendedores bem-sucedidos têm um comportamento comum, algo que foi destacado em um estudo realizado pela ONU. Algumas dessas características já nascem com as pessoas e outras podem ser desenvolvidas por meio de aprendizados e práticas. Todas elas têm seu grau de importância, mas algumas se destacam como primordiais na essência deste negócio específico. São elas:

- Busca de oportunidades – o empreendedor deve estar atento às tendências da tecnologia de impressão, acompanhar os movimentos deste mercado, identificar as novidades e adaptar sua oferta e forma de atuação;
- Busca de Informações – deve conhecer muito bem o ramo que escolheu. Preferencialmente, o empreendedor deve ter trabalhado na área. Caso isso não tenha acontecido, ele precisa fazer muitas pesquisas e visitas aos concorrentes. Não deve economizar neste quesito, pois mais tarde será recompensado;

- Estabelecimento de metas – com visão de futuro, o empreendedor estabelece desafios a serem cumpridos e determina um ponto de chegada com um prazo definido.;
- Planejamento e monitoramento – organizar atividades de maneira objetiva, com prazos de execução definidos, estabelecendo medidores que permitam o monitoramento dos resultados;
- Comprometimento – essa característica está diretamente relacionada ao sacrifício pessoal. O empreendedor comprometido vai além dos seus interesses pessoais e coloca a empresa em primeiro lugar;
- Qualidade e eficiência – ele deve exigir que os recursos disponíveis sejam usados da melhor forma possível, de modo a alcançar os melhores resultados com o emprego do menor quantitativo de insumos;
- Riscos calculados – o empreendedor deve ainda ter bem desenvolvida a capacidade de assumir “riscos calculados”. Isso significa não ter medo de desafios, arriscar conscientemente, calcular detalhadamente cada passo em direção à formatação da empresa;
- Persistência – não desistir diante de obstáculos, reavaliar, insistir ou mudar seus planos para alcançar os objetivos, esforçando-se além da média para fazer com que as coisas deem certo;
- Independência e autoconfiança – não importa o tamanho dos problemas que o empreendedor enfrentará no processo de empreender. Ele deve encontrar dentro de si motivos para sempre seguir em frente, pois agindo assim sua equipe nunca esmorecerá e o sucesso virá, com certeza.
- Persuasão e rede de contatos – usar estratégias de

convencimento de pessoas, levando-as a fazer aquilo que considera importante para o seu negócio. Relacionar-se com pessoas que podem dar alguma contribuição positiva para o alcance dos seus objetivos e o atendimento de seus interesses.

23. Bibliografia Complementar

Bibliografia complementar

ABIGRAF . Disponível em: http://www.abigraf.org.br. Acesso em setembro de 2019.

ABIGRAF. Calendário de eventos da indústria gráfica. Disponível em: http://www.abigraf.org.br/events Acesso em setembro de 2019.

5 tendências do Mercado Gráfico para os próximos anos (Pesquisa 2018). Disponível em: https://helioprint.com.br/blog/mercado-grafico/ Acesso em setembro de 2019.

BARBOSA, Conceição. Manual Prático de Produção Gráfica. Lisboa: Principia, 2004.

CAMARGO, Mário de. Gráfica: Arte e Indústria no Brasil: 180 Anos de História. São Paulo: EDUSC, 2003.

CETESB. Guia técnico ambiental da indústria gráfica [recurso eletrônico] / Elaboração: Daniele de O. Barbosa, [et al.].2. ed.São Paulo : CETESB : SINDIGRAF, 2009.

ERLAUTO, Cláudio; JAHN, Heloísa. O Livro da Gráfica. São

24. Fonte de Recurso

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 têm linhas de crédito voltadas para o pequeno negócio e que são lastreadas pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas

Empresas (Fampe), no qual 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:

Consulte também:

Proger Urbano Capital de Giro

Cartão BNDES

Microcrédito Produtivo Orientado Caixa

25. Planejamento Financeiro

Planejamento financeiro

Ao empreendedor não bastam vocação e força de vontade para que o negócio seja um sucesso. Independentemente do segmento ou do tamanho da empresa, é 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:

- 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 – assim como a maioria dos negócios, o empreendimento gráfico tem despesas fixas e variáveis que deverão ser honradas para evitar problemas futuros. O seu controle é essencial, mesmo quando são pequenas, para que não reduzam a lucratividade do negócio;
- Reservas/provisões – no caso do setor gráfico, a necessidade de provisões para troca de equipamentos eletrônicos ou aquisição de sistemas modernos é uma necessidade imperiosa do modelo de negócio. Este recurso

funcionará como um fundo de reserva;

- Empréstimos – poderão ocorrer situações em que o empresário necessitará de recursos para alavancar os negócios. No entanto, ele não deverá optar pela primeira proposta de financiamento, mas ficar 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 negociação, de forma a evitar maior incidência de juros.

26. Investimentos estimados

O valor estimado a ser investido em um 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 investimento inicial compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento de sua auto sustentação. Pode ser dividido entre investimento fixo, investimentos pré-operacionais e capital de giro.

- Investimento fixo: compreende o capital empregado na compra de imóveis, equipamentos, móveis, utensílios, instalações, reformas, entre outros.

- Investimentos pré-operacionais: são todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisas de mercado, registro da empresa, projeto de decoração, honorários profissionais e outros;
- Capital de giro: é o capital necessário para suportar todos os gastos e despesas iniciais, geradas pela atividade produtiva da empresa. Destina-se a viabilizar as compras iniciais, pagamento de salários nos primeiros meses de funcionamento, impostos, taxas, honorários de contador, despesas de manutenção e outros.

Para uma gráfica o empreendedor deverá dispor de aproximadamente R$ 114.000,00 (cento e catorze mil reais) para fazer frente aos seguintes itens de investimento:

Itens
R$
Despesas de registro da empresa, honorários profissionais, taxas.
R$ 3.000,00
Mobiliário
R$ 10.000,00
Reforma de instalações
R$ 10.000,00
Equipamentos
R$ 50.000,00
Divulgação
R$ 1.000,00
Estoque de matéria-prima
R$ 8.000,00
Salários e encargos
R$ 12.000,00

Capital de giro
R$ 20.000,00
Investimento total
R$ 114.000,00
Vale lembrar que os valores acima são estimativas, que variam de acordo com a região e o tipo de equipamentos. Por isso o empreendedor não deve dispensar uma pesquisa detalhada para cada projeto, alinhada à elaboração de um Plano de Negócio.

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, que permitem analisar o mercado no qual se estará inserido, mapeando os segmentos de clientes, os atores com quem se relacionará, as atividades-chave, as parcerias necessárias, sua estrutura de custos e fontes de receita.

27. Ferramentas Sebrae

O empreendedor que deseja atuar no segmento de lojas virtuais, pode aproveitar todas 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

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:

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

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

Sebraetec - O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação.

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.

SEBRAE