Ideias de Negócios SEBRAE

Loja de ferragens

EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio..... 1

Mercado..... 1

Localização..... 2

Exigências Legais e Específicas..... 3

Estrutura..... 4

Pessoal..... 5

Equipamentos..... 6

Matéria Prima/Mercadoria..... 7

Organização do Processo Produtivo..... 8

Automação..... 11

Canais de Distribuição..... 12

Investimentos..... 13

Capital de Giro..... 14

Custos..... 15

Diversificação/Agregação de Valor..... 16

Divulgação..... 17

Informações Fiscais e Tributárias..... 18

Eventos..... 20

Entidades em Geral..... 20

Normas Técnicas..... 21

Glossário..... 22

Dicas de Negócio..... 24

Características Específicas do Empreendedor..... 25

Fonte de Recurso..... 25

Planejamento Financeiro..... 26

Produtos e Serviços - Sebrae..... 26

1. Apresentação de Negócio

Abrir uma loja de ferragens é uma oportunidade promissora, impulsionada pela crescente demanda por reformas e construções. Este negócio oferece uma ampla gama de produtos para atender as necessidades de construtores, profissionais e consumidores finais.

Seu estoque abrange desde itens básicos como pregos, parafusos, tintas e ferramentas, até produtos mais especializados, incluindo materiais hidráulicos e elétricos, acabamentos residenciais (fechaduras, maçanetas, dobradiças etc.), e itens para cozinhas e banheiros. A oferta pode ser ainda mais diversificada com a inclusão de serviços complementares, como serralheria e vidraçaria, atendendo a um público mais amplo e gerando novas fontes de receita.

O crescimento do movimento "faça você mesmo", impulsionado pela disponibilidade de tutoriais online, também representa uma oportunidade significativa para o seu negócio. Para melhro aproveitar essa tendência, é importante ter uma forte presença digital, facilitando o acesso ao seu catálogo de produtos e serviços. Um site bem estruturado ou a presença em um marketplace e a utilização de redes sociais estratégicas são fundamentais para alcançar um público mais amplo e impulsionar as vendas.

Para aqueles com experiência no ramo, seja como empresários ou funcionários, é importante manter-se atualizado sobre as novas tecnologias, tendências de mercado e regulamentações. A elaboração de um plano de negócios sólido, permitindo a análise detalhada do público-alvo, previsão da demanda, cálculo de investimentos necessários e definição do modelo de negócio mais adequado.

O Sebrae oferece recursos e consultorias valiosas para auxiliar na elaboração de um plano de negócios completo e eficaz. Não deixe de buscar informações e suporte para garantir o sucesso do seu empreendimento.

2. Mercado

O segmento de ferragens está diretamente ligado ao setor da construção civil que movimenta bilhões de reais anualmente. Segundo dados do IBGE, o setor registrou crescimento de 4,3% em 2024, chegando à marca de R$ 359,523 bilhões. Para 2025, a expectativa é de crescimento em um ritmo menor, em torno de 2,3%.

Embora as projeções econômicas devam ser analisadas com cuidado, o mercado demonstra resiliência e um potencial de crescimento contínuo. A busca por reformas e melhorias residenciais, impulsionada por tendências como a crescente demanda por cozinhas planejadas e armários embutidos,

contribui significativamente para a demanda por produtos e serviços oferecidos por lojas de ferragens.

O público-alvo das lojas de ferragens são as pequenas construtoras, profissionais autônomos e pessoas que se aventuram a realizar pequenos projetos em casa. Dessa forma, a localização estratégica, com produtos alinhados às necessidades desse público, torna-se um diferencial competitivo.

Além das lojas físicas tradicionais, o setor vem se expandindo no ambiente digital, com sites próprios ou marketplaces, oferecendo uma experiência de compra mais prática e acessível. A diversificação dos canais de venda e a personalização do atendimento são fatores que impulsionam a competitividade no mercado.

A inovação também tem impacto nesse segmento, com novas tecnologias em materiais e ferramentas que oferecem mais eficiência e durabilidade. Dessa forma, empreendedores que investem em qualidade, variedade de produtos e atendimento especializado têm grandes chances de sucesso no mercado de ferragens.

3. Localização

Escolher a localização ideal para sua loja de ferragens é fundamental para o sucesso do seu negócio. Mais do que um bom endereço, trata-se de encontrar um ponto que maximize seu potencial de vendas e retorne o investimento. Um local estratégico atrai clientes, otimiza operações e contribui para a construção de uma marca sólida.

Para escolher o local ideal, a análise deve ir além do simples fluxo de pessoas. Consideramos a crescente demanda por conveniência e a importância da visibilidade online. Sua loja precisa ser facilmente encontrada, tanto fisicamente quanto na internet. A proximidade com áreas residenciais em expansão, empreendimentos comerciais e de construção civil, é fundamental. Mas também é importante avaliar o público-alvo: se você busca atender profissionais da construção, a proximidade com obras e empresas do setor é vital; se o foco são clientes residenciais, bairros com alta densidade populacional e boa infraestrutura são mais adequados.

Avalie esses pontos chave:

- Acesso e Visibilidade: Escolha um local de fácil acesso, com boa visibilidade de rua e estacionamento próximo ou próprio. Considere a proximidade com transporte público e a segurança da região.
- Concorrência: Analise a concorrência na região. A presença de concorrentes não significa necessariamente um impeditivo, mas requer uma estratégia diferenciada para atrair clientes. Seu diferencial pode ser o atendimento personalizado, preços competitivos, variedade de produtos ou horário de funcionamento estendido.
- Custos: O aluguel deve ser compatível com o seu plano de negócio e o potencial de retorno do investimento. Considere também os custos com impostos, taxas e outros encargos.
- Infraestrutura: Certifique-se de que o imóvel atende às suas necessidades operacionais: espaço suficiente para estoque, área de exposição, área de carga e descarga e instalações adequadas (água, luz, internet).
- Legalização: Assegure-se de que o imóvel está legalizado e que a atividade comercial está permitida pela legislação municipal. Verifique a documentação e obtenha as licenças necessárias.
- Público-alvo: Conhecer o seu público-alvo é crucial para escolher o local certo. Identifique a renda média, as preferências e o estilo de vida da população da região. Encontrar o local perfeito exige pesquisa, planejamento e visão estratégica. Não se apresse na decisão! Analise cuidadosamente todas as opções e escolha o local que melhor se adapta às suas necessidades e ao seu público-alvo. Lembre-se: a localização certa é um investimento que impulsionará o crescimento do seu negócio!

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma loja de ferragens o primeiro passo é buscar a assessoria de um contador experiente. Ele será seu guia para vencer toda a burocracia, auxiliando na escolha da melhor estrutura jurídica para sua empresa (MEI, EIRELI, LTDA etc.) e na elaboração de todos os documentos necessários. O contador preencherá os formulários e também o aconselhará sobre a legislação tributária mais adequada ao seu negócio, buscando a menor carga tributária.

Com a ajuda do seu contador, você percorrerá as etapas de registro da empresa, que incluem:

- Inscrição na Junta Comercial: Registro da sua empresa como pessoa jurídica.
- Obtenção do CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica): Essencial para operar legalmente e emitir notas fiscais.
- Inscrição na Secretaria Estadual da Fazenda (e/ou órgãos estaduais equivalentes): Para cumprir com as obrigações tributárias estaduais.
- Alvará de Funcionamento na Prefeitura: Permissão para operar sua loja no local escolhido, garantindo a conformidade com as normas municipais.
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (opcional, dependendo da legislação local): Averiguação junto ao seu contador para verificar se sua empresa se enquadra nesta obrigatoriedade.
- Cadastro na Caixa Econômica Federal (Conectividade Social - INSS/FGTS): Para o cumprimento de obrigações trabalhistas, caso você contrate funcionários.
- Aprovação junto ao Corpo de Bombeiros: Garantindo a segurança de sua loja e de seus clientes, cumprindo com as normas de prevenção e combate a incêndios.

- Consulta prévia de local na Prefeitura: Verifique a viabilidade de instalação de seu negócio no local desejado, antecipando potenciais problemas.

Além disso, lembre-se de que, como fornecedor de bens para o mercado de consumo, sua loja de ferragens está sujeita ao Código de Defesa do Consumidor (CDC). O CDC garante os direitos dos seus clientes e estabelece normas para uma relação comercial justa e transparente. Familiarize-se com o CDC para evitar problemas e construir uma sólida reputação para o seu negócio.

5. Estrutura

A estrutura de uma loja de ferragens dependerá do porte e do tipo de produtos que comercializará - se peças miúdas como pregos, parafusos, ferramentas etc. ou produtos maiores como varões para cabide, aramados para interior de armários, entre outros.

Independentemente do porte escolhido pelo empreendedor, a estrutura precisa ser organizada, com a possibilidade de expor os produtos por categorias em prateleiras ou áreas apropriadas para fazer com que o fluxo seja ágil e confortável para o cliente.

Aqui estão os principais itens que você precisará:

1. Expositores e Prateleiras

- Gôndolas e estantes metálicas: Para armazenar produtos como ferramentas, caixas de pregos e parafusos.
- Painéis perfurados (pegboards): Ótimos para pendurar acessórios como puxadores, otimizando o espaço.
- Prateleiras ajustáveis: Permitem reorganizar o espaço conforme a necessidade dos produtos.

2. Balcões e Atendimento

- Balcão de atendimento e caixa: Para recebimento de pagamentos e suporte ao cliente.
- Vitrine expositora: Para destacar itens de maior valor, como fechaduras sofisticadas ou kits de ferramentas.
- Computador e sistema de gestão: Para controle de vendas, estoque e cadastro de clientes.

3. Organização de Produtos Pequenos

- Gaveteiros organizadores: Essenciais para armazenar parafusos, pregos, porcas e outros itens miúdos.
- Caixas plásticas empilháveis: Para organizar acessórios de ferragens e peças menores.

4. Equipamentos Complementares

- Balança digital: Caso venda produtos por peso, como parafusos e pregos.
- Iluminação LED: Para destacar os produtos e melhorar a experiência do cliente.

- Ar-condicionado ou ventilador: Para proporcionar um ambiente confortável.

5. Espaço de Depósito

- Estantes reforçadas: Para armazenar grandes volumes de mercadorias no estoque.
- Mesas de apoio: Para organização de mercadorias e montagem de pedidos.

O tamanho da loja dependerá de como foi o planejamento do negócio a ser montado. Regra geral, uma loja de produtos agropecuários não deve ter uma área menor que 50 m², porém, caso vá negociar peças e equipamentos maiores que ocupem muito espaço, o tamanho sugerido é de 100 m².

6. Pessoal

O sucesso de uma loja de ferragens depende muito mais do que apenas de produtos de qualidade e preços competitivos. Uma equipe engajada, qualificada e bem gerenciada é fundamental para garantir a satisfação do cliente, a eficiência operacional e, consequentemente, a lucratividade do negócio. Vamos explorar como construir essa equipe ideal.

Comece definindo o perfil ideal para cada função. Para uma pequena loja, você provavelmente precisará de, pelo menos, um vendedor além de você, o empreendedor.

O empreendedor, além de gerir as finanças, estoque e marketing, deve estar atualizado sobre tendências do mercado e manter contato constante com fornecedores. Busque informações e cursos no Sebrae para aprimorar suas habilidades gerenciais.

O vendedor, por sua vez, precisa conhecer profundamente os produtos, entender as necessidades dos clientes e construir relações duradouras. Capacidade de comunicação, proatividade e bom atendimento são imprescindíveis.

Em lojas maiores, um caixa/atendente também será necessário, com habilidades em atendimento ao público, operação de caixa e conhecimento básico do ramo de ferragens.

O processo de recrutamento e seleção deve ser cuidadoso. Defina claramente as responsabilidades de cada cargo, os requisitos e as qualificações desejadas. Utilize plataformas online e anúncios locais para atrair candidatos. Avalie os currículos, realize entrevistas e, se necessário, teste prático. Lembre-se que a legislação trabalhista deve ser rigorosamente seguida.

Treinamento constante

Colaboradores qualificados são mais eficientes e comprometidos. Os treinamentos devem focar em: atendimento ao cliente (com foco na percepção das necessidades e na agilidade), conhecimento dos produtos, técnicas de vendas e o entendimento da cultura da empresa. O treinamento não se limita aos funcionários: você, como empreendedor, também deve buscar atualização constante através de cursos, workshops, feiras e eventos do setor.

Lembre-se da importância da Convenção Coletiva de Trabalho do seu sindicato. Ela é a sua bússola para questões salariais e relações trabalhistas, garantindo o cumprimento da legislação e a prevenção de conflitos. Procure o Sebrae da sua região para obter orientações específicas sobre melhores práticas de gestão de pessoas e oportunidades de treinamento para você e sua equipe. Construir uma equipe forte e engajada é um investimento valioso e contribui diretamente para o sucesso da sua loja de ferragens.

7. Equipamentos

O empreendedor deve pensar nos equipamentos de acordo com o tamanho e a quantidade de áreas que a empresa terá. O investimento inicial precisa ser estratégico, focando em soluções que otimizem seu fluxo de trabalho e garantam uma boa experiência para o cliente. Vamos analisar os itens essenciais, considerando o tamanho da sua loja e o volume de vendas esperado.

- Sistema de gestão - software que contemple gestão de estoque, vendas e financeiro, intgrado com emissão de notas fiscais.
- 3 microcomputador completo;
- 1 impressora laser;
- 1 impressora multifuncional;
- 3 aparelhos telefônicos;
- 1 aparelho celular;
- 1 central telefônica;
- 1 celular;
- 1 impressora de cupom fiscal;
- mesas, cadeiras, armários, de acordo com o dimensionamento das instalações;
- gaveteiro para guardar dinheiro, cheques e tickets de cartões de débito e crédito;
- equipamento para recebimento através de cartões de

- estantes, prateleiras e vitrines para exposição dos produtos;
- prteleiras reforçadas para os produtos em estoque;
- balcão;
- itens para escritório.

Ao fazer o layout da loja, o empreendedor deve levar em consideração a ambientação, decoração, circulação, ventilação e iluminação. Na área externa, deve-se atentar para a fachada, letreiros, entradas, saídas e estacionamento. Considere a instalação de um sistema de segurança, como câmeras de monitoramento, para proteger seu investimento.

Lembre-se que esta lista é um ponto de partida. Adapte-a às suas necessidades e orçamento, pesquisando preços e opções de fornecedores. Converse com outros lojistas, busque referências e faça um planejamento detalhado antes de investir.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A administração das compras e a gestão dos estoques constituem em setor vital para a loja de ferragens. Uma vez definido o mix de produtos, o empreendedor deve desenvolver a gestão de estoques, que é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda, isto é: minimizar o investimento em estoque, e, por outro lado minimizar o índice de faltas. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho:

Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado por meio das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado.

Obs.: Para melhor giro do estoque, priorize a compra em menores lotes que gerará maior frequência de entregas dos fornecedores, e maior índice de reposição de mercadorias.

Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja novas compras.

Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber

a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa. Sistemas de gestão de estoque (softwares específicos) podem auxiliar nesse processo, fornecendo análises preditivas e relatórios detalhados, permitindo decisões mais assertivas.

As mercadorias são diversificadas e compõem-se de diversos artigos dentre os quais podem assinalar: Acessórios, aramados, arruelas, caixa de correio, correntes, cadeados,c antoneiras, dobradiças, fechaduras, ferrolhos, ganchos, grades, letras e números, maçanetas, mão francesa e suportes, mola para porta, olho mágico, placas sinalizadoras, porcas, pregos, parafusos e buchas, puxadores, rodízios e roldanas, torneiras, trilho para cortinas, trincos etc.

A loja pode ampliar o seu portfólio de produtos, ofertando artigos de decoração, ferramentas e materiais para acabamento.

Em resumo: a gestão de estoques não é apenas sobre ter os produtos certos, mas sobre tê-los na quantidade certa, no momento certo. Com planejamento, análise de dados e a utilização de ferramentas adequadas, você pode transformar sua loja de ferragens num negócio próspero e sustentável, garantindo a satisfação dos seus clientes e a saúde financeira da sua empresa.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo de uma loja de ferragens pode ser agrupado em duas grandes etapas:

1) Aquisição de mercadorias: No comércio, para “vender bem” é preciso “comprar bem”. Como a loja oferece produtos bem variados, deve-se investir em mercadorias com alto giro de estoque. A negociação com fornecedores e distribuidores deve buscar condições favoráveis de preço e prazo de pagamento.

2) Exposição e venda: Os artigos prontos para a venda devem ser separados em setores, de preferência com etiquetas de preços e códigos de barra. A organização é fundamental para o cliente encontrar com rapidez o que procura. Divisão por tipos de materiais e tamanhos também auxiliam na busca da peça desejada. Vendedores capacitados podem complementar o autoatendimento, sempre com prestatividade e cortesia.

O processo produtivo de uma loja de ferragens envolve compras relativamente grandes de produtos selecionados de boa qualidade, e, posterior venda em quantidades menores, por meio de atendimento especializado.

O desenvolvimento de fornecedores de matérias-primas é fundamental para o sucesso do empreendimento. É necessária a criação e manutenção de um cadastro. A atividade comercial necessita de profissionais de venda que apresentem e orientem a compra dos clientes, buscando dentre as alternativas existentes no estoque aquela que atenderá às necessidades de um público cada vez mais exigente.

O empreendedor deve ter em mente que a reposição ou diversificação dos produtos ofertados garantem o retorno do cliente. Outra estratégia é o diferencial, que consiste em desenvolver um conjunto de diferenças significativas que distingam um varejista de seus concorrentes, criando assim melhores condições para competir no mercado. Daí entra a criatividade de cada um. Poderá ser por meio da linha de produtos, do atendimento personalizado, da gama de serviços, dos horários de funcionamento, da política de preços ou da localização. A combinação desses diferenciais, valorizados pelos clientes, ajuda a configurar uma loja como realmente única e consequentemente transformar o seu negócio em sucesso empresarial.

A nova dinâmica empresarial impulsionada pela globalização ainda provoca mudanças em todos os tipos de organizações, em diversos segmentos. Assim, o varejo moderno requer uma estrutura orientada a processos, em que gestor, time e executores do processo são todos executores e pensadores enquanto projetam seu trabalho, inspecionam seus resultados e redesenham seu sistema produtivo de agregar valor, direcionados e integrados para a satisfação do cliente final.

Desta forma, de uma maneira geral, os processos de uma loja de ferragens são divididos em duas fases:

Fase 1 - Atividades de Apoio

Planejamento

É a etapa mais importante, o momento de pensar e preparar toda estratégia para as demais etapas. Nessa etapa tudo o que será feito merece a atenção, tentar reduzir ao máximo os riscos, as incertezas e possíveis problemas futuros.

Manutenção de estoque

Esta etapa é de suma importância pois a manutenção eficiente de estoque garante a efetivação das vendas. Nesta etapa existem alguns processos básicos:

- Análise do estoque existente

- Compra de Mercadorias

- Recebimento Mercadorias

- Catalogação e Armazenamento

Prospecção de clientes

Analisar os cenários, estudar o perfil do público-alvo, conhecer a sua localização, seus hábitos e principalmente descobrir o que influencia na decisão de compra de seus produtos ou serviços

Fase 2 – Atividade fim

Abordagem/Atendimento

Nesta etapa é fundamental criar vínculo, para que as conversas futuras sejam produtivas. Os vendedores deverão estar em locais estratégicos, preferencialmente com um uniforme da loja e com crachá de identificação

Entender as necessidades do cliente

Chegou o momento de ser mais técnico e extrair de forma profissional as informações que irão direcionar as etapas seguintes do processo de vendas. Mais importante que somente conhecer as necessidades é fundamental avaliar os benefícios que seus produtos ou serviços irão proporcionar ao cliente

Apresentar os benefícios e vantagens

Esta etapa faz parte do novo modelo de trabalho, onde o vendedor passa a fazer o papel de um consultor, apresentando os benefícios e vantagens ao cliente. Nesta etapa ganha-se o perde a venda

Negociação

Com a aceitação por parte do cliente das características técnicas do produto, dos benefícios e vantagens, começamos a negociação. Esta etapa envolve preços, condições, prazos, entregas e todo o processo necessário para que o produto ou serviço chegue ao cliente com a qualidade desejada

Conclusão/Fechamento

Ao cumprir todas as etapas anteriores o fechamento é uma consequência, mas se ainda existe dúvidas, este é o momento para usar todas as técnicas de vendas que aprendeu e converter a negociação em fechamento

Pagamento

Esta etapa será exercida pelo caixa. Ao receber a solicitação de venda, providenciará o meio de pagamento solicitado pelo cliente e que esteja disponível na loja (cartão, dinheiro ou cheque) e efetuar a impressão da nota fiscal para entrega ao cliente

10. Automação

Engana-se quem pensa que só os grandes estabelecimentos devem estar automatizados. O consumidor esta cada vez mais exigente. Hoje o cliente quer encontrar uma variedade maior de produtos à sua disposição; deseja ser mais bem atendido e, principalmente, procura sempre preços mais competitivos. Ao mesmo tempo, o empreendedor precisa ter controle sobre seu negócio e ferramentas para oferecer o melhor atendimento ao seu cliente.

A automação comercial não é mais restrita a grandes corporações, há no mercado uma série de soluções que oferecem um controle efetivo das operações comerciais, modernizando a gestão buscando eficiência e eficácia, em troca de um investimento acessível.

A automação comercial pode ser entendida como um esforço para transformar tarefas manuais repetitivas em processos automáticos, realizados por uma máquina. Isto quer dizer que, tarefas que são executadas por pessoas passíveis de erro - digitação de preços dos produtos, quantidade de itens, uma simples anotação de peso de uma mercadoria ou mesmo o preenchimento de um cheque -, na automação comercial essas operações são feitas por computador com total eficiência e maior velocidade, além de gerar relatórios e registrar o histórico.

A automação ainda favorece diretamente o cliente, uma vez que melhora o dinamismo dos serviços oferecidos, reduzindo filas, tempo de espera, acelerando a emissão de notas fiscais, entre outros. Existem muitas opções que possibilitam essa facilidade: caixas eletrônicas isoladas ou integradas, impressoras para preenchimento automático de cheques, impressoras de notas fiscais nos caixas, código de barras nos produtos, banco de dados sobre cada produto ou serviço e cadastro de clientes.

Para uma pequena loja devem-se procurar softwares de custo acessível e compatível com o porte do negócio. É muito difícil administrar esse tipo de loja sem controle de estoque, uma vez que o número de itens é enorme.

Atualmente, existem diversos sistemas informatizados, do tamanho do bolso de cada negócio, que podem auxiliar o empreendedor na gestão de uma pequena empresa. Esses softwares possuem os seguinte módulos:

- Apoio gerencial: Apoio ao gestor para tomar decisões em nível estratégico, tático e operacional. Constituído de ferramentas que auxiliam nas decisões possibilitando alcançar as metas gerenciais da organização.

- Cadastro: Cadastro de clientes, aprovação de crédito.

- Compras: Controle de pedidos de compras, cotação de preços, recepção de mercadorias, bonificação de compras.

- Controladoria: Comissão de vendedores, controle contábil, controle fiscal, controle patrimonial, estoque de produtos e SPED fiscal.

- Financeiro: Caixa geral, contas a pagar e a receber, fluxo de caixa, gestão de cobrança, tesouraria.

- TEF: Transferência Eletrônica de Fundos – Aperfeiçoa a frente de loja, possibilita o aumenta das vendas, agilizando o atendimento ao cliente com o recebimento rápido e seguro das vendas em cartão no próprio ponto de vendas. Além disso, este recurso diminui a inadimplência oferecendo comodidade ao cliente de pagar suas compras a prazo através do cartão de crédito.

- Terminal de consulta: Showroom virtual. Facilita a consulta de preços das mercadorias pelos clientes. Utilização de código de barras para leitura e identificação de preços. Elimina a necessidade de fixar etiqueta de preço em cada produto.

- Vendas: Este módulo otimiza o processo de vendas, possibilita emitir notas fiscais de vendas, fazer orçamentos, pré-vendas. Fornece informações precisas que ajudam a conhecer melhor o cliente e os produtos. Promove o aumento de vendas e permite a gestão da entrega dos produtos aos clientes.

A segurança também é um aspecto fundamental a ser considerado. Sistemas de alarme, monitoramento por câmeras e controle de acesso contribuem para a proteção do seu estabelecimento e dos seus produtos, proporcionando tranquilidade para você, seus funcionários e clientes. Ao investir em segurança integrada, você protege não apenas seus bens materiais, mas também a imagem e a reputação do seu negócio.

11. Canais de Distribuição

Abrir uma loja de ferragens requer uma estratégia de distribuição eficiente para alcançar seus clientes e garantir o sucesso do negócio. A loja física continua sendo o canal principal, oferecendo a vantagem do contato direto, a possibilidade de demonstração dos produtos e a conveniência para compras imediatas. No entanto, para expandir o alcance e atender às necessidades de um mercado cada vez mais digital, diversificar os canais de distribuição é fundamental.

O e-commerce se destaca como uma excelente opção para complementar a loja física. Um

site bem estruturado, com fotos de alta qualidade, descrições detalhadas dos produtos e um sistema de compras online seguro e intuitivo, pode atrair clientes de regiões mais distantes e expandir significativamente seu mercado. Plataformas como Mercado Livre, Amazon e outras lojas virtuais também podem ser excelentes aliadas, ampliando ainda mais a visibilidade da sua loja.

Além do e-commerce, considere a possibilidade de vendas por telefone, permitindo que clientes façam seus pedidos por meio de um atendimento personalizado. Essa estratégia pode ser particularmente eficaz para clientes corporativos ou para aqueles que preferem a interação humana antes de realizar a compra.

A logística de entrega é um aspecto importante em qualquer canal de distribuição. Para entregas locais, um motoboy ou veículo próprio podem ser suficientes. Entretanto, para atender pedidos de regiões mais distantes, a terceirização da logística, através de empresas especializadas em transporte e entrega, se mostra uma solução eficiente e que garante agilidade e segurança na entrega dos produtos aos seus clientes, permitindo que você se concentre na gestão da sua loja.

Lembre-se: a escolha dos canais de distribuição dependerá do seu público-alvo, do tamanho da sua loja e do seu orçamento. Uma análise cuidadosa do seu mercado local e das tendências atuais permitirá que você defina a estratégia mais adequada para maximizar seus lucros e garantir o crescimento sustentável do seu negócio. Não tenha medo de inovar e experimentar diferentes abordagens para descobrir qual combinação funciona melhor para você!

12. Investimentos

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento. Uma loja de ferragens, estabelecida em uma área de 100m², exige um investimento inicial estimado em R$ 170 mil, a ser alocado majoritariamente nos seguintes itens:

Item
Valor
- Reforma do imóvel
R$ 35.000,00
- Estoque inicial
R$ 80.000,00
- Balcão de vendas
R$ 1.500,00
- Bebedouro
R$ 1.100,00
- Cadeiras
R$ 800,00
- Equipamentos segurança com 4 câmeras de vídeo:
R$ 1.000,00
- Impressora 2
R$ 1.800,00
-Impressora Fiscal - 2
R$ 1.100,00
- Máquina de calcular portátil

R$ 120,00
- Móveis, estantes, prateleiras e vitrines
R$ 6.300,00
- Computador '- 3
R$ 10.000,00
- Telefone fixo - 3
R$ 600,00
- Central Telefônica:
R$ 700,00
- Telefone Celular:
R$ 950,00

Sub Total.....
R$ 140.000,00

- Capital de giro
R$ 30.000,00

INVESTIMENTO TOTAL.....
R$ 170.000,00

Os valores apresentados acima são indicativos para constituição de um empreendimento dessa natureza, e, serve de base para o empresário decidir se vale à pena aprofundar a análise de investimento. Para dados mais detalhados é necessário saber exatamente quais produtos serão oferecidos pela loja e qual o seu porte. Nesse sentido, aconselhamos ao empreendedor interessado em constituir esse negócio, a realização de levantamento mais detalhado sobre os potenciais investimentos depois de elaborado seu plano de negócio (para elaboração do plano de negócio procure o Sebrae do seu estado).

Os valores podem variar conforme a região onde a loja será instalada, da necessidade de reforma do imóvel, do tipo de mobiliário escolhido etc.

13. Capital de Giro

O capital de giro representa os recursos financeiros necessários para manter as operações diárias funcionando sem interrupções, garantindo a fluidez do caixa e a capacidade de honrar compromissos de curto prazo. Imagine-o como o combustível que impulsiona seu negócio. Sem ele, mesmo com ótimas vendas, você pode enfrentar dificuldades para pagar fornecedores, funcionários e impostos.

A gestão eficiente do capital de giro envolve o controle rigoroso dos prazos: o tempo que você leva para receber pagamentos dos clientes (prazo médio de recebimento - PMR), o tempo que seus produtos ficam em estoque (prazo médio de estocagem - PME) e o tempo que você tem para pagar seus fornecedores (prazo médio de pagamento - PMP). Quanto maior o PMR e o PME, e menor o PMP, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, otimizar esses prazos é fundamental.

Como otimizar? Negociar melhores condições de pagamento com fornecedores, oferecendo

descontos por pagamentos antecipados, é uma estratégia inteligente. Da mesma forma, é fundamental analisar seus prazos de recebimento de clientes, buscando equilibrar a satisfação do cliente com a saúde financeira da sua loja. A gestão de estoque, com foco na rotação eficiente e na minimização de perdas, também é imprescindível.

Sistemas de gestão de estoque (ERP) podem auxiliar bastante nessa tarefa, oferecendo previsões de demanda e auxiliando na tomada de decisões mais assertivas. Vale lembrar que a implementação de um sistema de gestão de estoque também pode influenciar positivamente os custos de operação, seja por redução de perdas ou aumento da produtividade.

A necessidade de capital de giro pode ser calculada de diversas formas, sendo a mais comum baseada na projeção das entradas e saídas de caixa durante um período determinado (geralmente um ano). Um método simplificado, porém útil para uma primeira avaliação, considera uma faixa de 10% a 30% do investimento total para a operação da loja. Esse valor abrange as despesas operacionais, como salários, aluguel, contas de serviços e pequenas compras eventuais. No entanto, essa estimativa inicial deve ser refinada com uma análise mais detalhada do seu fluxo de caixa projetado.

Fatores como variações de custos, aumento das despesas financeiras (juros), baixo volume de vendas, aumento da inadimplência e altos níveis de estoque impactam diretamente na necessidade de capital de giro. Monitorar esses indicadores e ajustar as estratégias de acordo é fundamental. Um fluxo de caixa projetado com precisão é seu principal aliado nessa gestão. Ele permitirá que você antecipe oscilações e tome decisões estratégicas para manter a saúde financeira do seu negócio.

Lembre-se: a gestão do capital de giro não é apenas sobre ter dinheiro em caixa, mas sobre utilizá-lo de forma inteligente e eficiente, garantindo a sustentabilidade e o crescimento da sua loja de ferragens. Com planejamento, controle e a adoção de boas práticas, você estará construindo uma base sólida para o sucesso da sua loja de ferragens.

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.

14. Custos

Abrir uma loja de ferragens requer planejamento e um bom entendimento dos custos envolvidos. Para prosperar, você deve diferenciar entre custos fixos e variáveis, que juntos formam a estrutura de gastos do seu negócio. Dominar essa distinção é fundamental para precificar seus produtos de forma competitiva e garantir a lucratividade.

Custos Fixos: São aqueles que permanecem constantes, independentemente do volume de vendas. Imagine-os como os "aluguéis" do seu negócio, que você paga mesmo sem vender nada. Exemplos em uma loja de ferragens incluem aluguel do espaço físico, salários dos funcionários (incluindo encargos), contas de água, luz e internet, e assessoria contábil. Observe que, embora esses custos sejam fixos mensalmente, eles podem sofrer ajustes ao longo do tempo (ex: reajuste de aluguel anual). Vamos considerar um exemplo prático com

valores atualizados:

- Aluguel: R$ 3.000,00 (considerando localização e tamanho médio)
- Salários (3 funcionários com encargos): R$ 7.500,00 (considerando salários mínimos e encargos atuais)
- Água, Luz e Internet: R$ 1.000,00 (estimativa atualizada considerando o consumo médio)
- Assessoria Contábil: R$ 1.200,00 (considerando valores de mercado para serviços contábeis)
- Manutenção e Limpeza: R$ 500,00 (estimativa para custos de manutenção e limpeza do estabelecimento)

Total de Custos Fixos (estimado): R$ 13.200,00

Custos Variáveis: Estes custos estão diretamente ligados ao volume de vendas. Quanto mais você vende, maior será o custo. Em uma loja de ferragens, os custos variáveis incluem a compra de mercadorias para revenda (parafusos, pregos, ferramentas etc.), embalagens e outros materiais utilizados no dia a dia. A estimativa destes custos dependerá fortemente da sua estratégia de compras e do volume de vendas. É fundamental acompanhar de perto esses custos para otimizar suas compras e garantir boas margens de lucro.

Calculando sua Lucratividade: Somando seus custos fixos e variáveis, você chegará ao custo total do seu negócio. Para determinar sua lucratividade, subtraia esse custo total da sua receita total. Lembre-se: um bom planejamento financeiro, incluindo a projeção de seus custos e uma precificação estratégica, é a chave para o sucesso da sua loja de ferragens. Não se esqueça de incluir um pró-labore para você, o proprietário, em seus cálculos, como uma forma de remuneração pelo seu trabalho e investimento.

15. Diversificação/Agregação de Valor

Agregar valor significa oferecer produtos e serviços complementares ao produto principal, diferenciando-se da concorrência e atraindo o público-alvo. Diante da presença de dezenas de lojas de ferragens nas grandes cidades, o empreendedor precisa se diferenciar dos seus concorrentes para obter sucesso neste mercado. Uma loja que consiga atingir as necessidades básicas dos clientes e ainda oferecer um produto complementar, como conforto e/ou bem estar, com certeza se destacará. Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto ou serviço prestado.

Para saber quais produtos você poderá oferecer, além dos tradicionais que os clientes buscam em uma loja de ferragens, as pesquisas quantitativas e qualitativas podem ajudar na identificação de benefícios de valor agregado.

No caso de uma loja de ferragens, existem várias oportunidades de diferenciação, tais como:

- Criação de programas de fidelidade para os clientes mais assíduos;

- Avaliação de linhas de produtos, ofertando talheres, panelas, cinzeiros, cestas de lixo, ferramentas e artigos de decoração;

- Venda de produtos por telefone e internet;

- Representação autorizada de fabricantes;

- Priorização da venda de produtos com maior valor agregado, como metais de banheiro;

- Prestação de serviços de serralheria e vidraçaria.

Parcerias estratégicas com fabricantes também podem impulsionar seu negócio. Torne-se um representante autorizado de marcas renomadas, ampliando sua gama de produtos e construindo confiança entre seus clientes. Lembre-se: a chave para o sucesso está na capacidade de antecipar as necessidades do cliente e oferecer soluções inovadoras e convenientes.

Não se esqueça da importância da experiência do cliente. Um atendimento personalizado, ambiente limpo e organizado, e fácil acesso à informação são fatores cruciais para o sucesso da sua loja. Invista em treinamento para sua equipe, capacitando-os para oferecer um atendimento excepcional e solucionar as dúvidas dos clientes de forma eficaz. A satisfação do cliente é o melhor marketing que você pode ter.

16. Divulgação

No cenário atual, altamente competitivo e digitalizado, estratégias de divulgação criativas e eficazes são essenciais para atrair e fidelizar clientes. Mais do que simplesmente anunciar, a chave está em construir conexões e mostrar o valor da sua loja para a comunidade.

Para alcançar o sucesso, pense além das tradicionais panfletagens. Embora materiais impressos como folders e flyers ainda possam ter seu lugar (principalmente para ações locais e direcionadas), o foco deve estar em estratégias que maximizem o alcance e o retorno do investimento. Considere o perfil do seu cliente ideal: profissionais da construção, donas de casa realizando reformas, aficionados em DIY etc. A linguagem e os canais de comunicação devem ser adaptados a esses perfis.

Aposte em ações integradas. Um site profissional com fotos de alta qualidade dos seus produtos é imprescindível. Ele serve como vitrine virtual, permitindo que potenciais clientes encontrem o que precisam, mesmo fora do horário de funcionamento. Se possível, implemente um e-commerce para ampliar seu alcance e gerar vendas online. Isso é especialmente relevante em tempos de crescimento do comércio eletrônico. Além disso, invista em um perfil ativo em redes sociais como Instagram, Facebook e X (antigo Twitter), compartilhando dicas, promoções, novidades do setor e interagindo com o seu público.

Programas de fidelização, como descontos para clientes que indicam outros, ou promoções em kits de produtos, são excelentes formas de incentivar a compra e construir lealdade. O boca a boca, impulsionado por clientes satisfeitos, continua sendo uma das formas de publicidade mais eficazes. Concentre-se em oferecer um atendimento excepcional, produtos de qualidade e preços competitivos. A reputação online também é vital; incentive seus clientes a deixarem avaliações em plataformas como Google Meu Negócio.

A publicidade em jornais locais ou revistas especializadas pode ser complementar, mas analise cuidadosamente o custo-benefício. O marketing digital, por sua vez, oferece ferramentas de segmentação que permitem alcançar públicos específicos com maior precisão, otimizando o investimento. Explore anúncios online em plataformas como Google Ads e invista em campanhas de mídia social, focando em conteúdo relevante e engajador.

Lembre-se: a chave para uma divulgação bem-sucedida está em planejamento estratégico, consistência e adaptação. Monitore seus resultados, analise o que funciona e ajuste suas estratégias conforme necessário. Com criatividade, dedicação e foco no seu cliente, você construirá uma marca forte e atrairá clientes para sua loja de ferragens, garantindo o crescimento do seu negócio.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de loja de ferragens, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 4744-0/01 como a atividade de exploração de comércio varejista especializado em ferragens para construção, ferramentas manuais, elétricas e não-elétricas - martelos, serras, picaretas, chaves de fenda alicates, furadeiras etc., poderá optar pelo Simples, desde que sua categoria esteja contemplada no regime, a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse R$ 360 mil para microempresa e R$ 4,8 milhões para empresa de pequeno porte e sejam respeitados os demais requisitos previstos na Lei.

Simples Nacional

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

- IRPJ (Imposto de Renda da Pessoa Jurídica);
- CSLL (Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido);
- PIS (Programa de Integração Social);
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social);
- CPP (Contribuição Previdenciária Patronal);
- ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços): para empresas do comércio
- ISS (Imposto Sobre Serviços): para empresas que prestam serviços;
- IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados): para indústrias.

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do Simples Nacional variam de acordo com as tabelas I a VI, dependendo das atividades exercidas e da receita bruta

auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo Simples Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período. Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Microempreendedor individual (MEI)

Se a receita bruta anual não ultrapassar R$ 81 mil, o empreendedor poderá optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que ele não seja dono ou sócio de outra empresa e tenha até um funcionário. Para se enquadrar no MEI, sua atividade deve constar na tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (http://www.portaldoempreendedor.gov.br/legislacao/resolucoes/arquivos/ANEXO_XIII.pdf)

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

I) Sem empregado • 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária • R$ 1 de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias (para empresas de comércio e indústria) • R$ 5 de ISS – Imposto sobre Serviços (para empresas de prestadoras de serviços)

II) Com um empregado (o MEI poderá ter um empregado, desde que ele receba o salário mínimo ou piso da categoria). O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais: • Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração; • Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

Outros regimes de tributação

Para os empreendedores que preferem não optar pelo Simples Nacional, há os regimes de tributação abaixo:

- Lucro Presumido: É o lucro que se presume através da receita bruta de vendas de mercadorias e/ou prestação de serviços. Trata-se de uma forma de tributação simplificada utilizada para determinar a base de cálculo dos tributos das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração pelo Lucro Real. Nesse regime, a apuração dos impostos é feita trimestralmente.

A base de cálculo para determinação do valor presumido varia de acordo com a atividade da empresa. Sobre o resultado da equação: Receita Bruta x % (percentual da atividade), aplica-se as alíquotas de:

• IRPJ - 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 - 9%. Não há adicional de imposto.

• PIS - 1,65% - sobre a receita bruta total, compensável;

• COFINS - 7,65% - sobre a receita bruta total, compensável.

Incidem também sobre a receita bruta os impostos estaduais e municipais:

- ICMS - Em regra geral, as alíquotas variam conforme o estado, entre 17 e 19%. Alguns produtos ou serviços possuem alíquotas reduzidas ou diferenciadas. - ISS – Calculado sobre a receita de prestação de serviços, varia conforme o município onda a empresa estiver sediada, entre 2 e 5%.

Além dos impostos citados acima, sobre a folha de pagamento incidem as contribuições previdenciárias e encargos sociais (tanto para o lucro real quanto para o lucro presumido):

- INSS - 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 por tempo de serviço, incide sobre o valor da folha de salários a alíquota de 8%.

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.

18. Eventos

A seguir, são indicados os principais eventos sobre o segmento:

Fesqua - Feira Internacional da Indústria de Esquadrias

Website: http://www.fesqua.com.br

Feicon Internacional da Construção Civil

www.feiconne.com.br

19. Entidades em Geral

A seguir, são indicadas as principais entidades de auxílio ao empreendedor:

ABD - Associação Brasileira de Designers de Interiores

Al. Casa Branca, 652, cj. 71/72, São Paulo – SP - CEP 01408-000 - Tel.: (11) 3064-6990

Website: http://www.abd.org.br - E-mail: falecom@abd.org.br

Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção - Anamaco

Rua Norma Pieruccini Giannoti, 423 – Tel. (011) 3151-5822

CEP: 01137-010 – Barra Funda – São Paulo-SP

http://novo.anamaco.com.br

SNDC - Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

Website: http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor

20. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando à obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1. Normas específicas para uma Loja de Ferragens:

Não existem normas específicas para este negócio.

2. Normas aplicáveis na execução de uma Loja de Ferragens:

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR 5410:2004 Versão Corrigida: 2008 - Instalações elétricas de baixa tensão.

Esta norma estabelece as condições a que devem satisfazer as instalações elétricas de baixa tensão, a fim de garantir a segurança de pessoas e animais, o funcionamento adequado da instalação e a conservação dos bens.

ABNT NBR ISO IEC 8995-1:2013 - Iluminação de ambientes de trabalho - Parte 1: Interior.

Esta norma especifica os requisitos de iluminação para locais de trabalho internos e os requisitos para que as pessoas desempenhem tarefas visuais de maneira eficiente, com conforto e segurança durante todo o período de trabalho.

ABNT NBR 5419:2005 - Proteção de estruturas contra descargas atmosféricas.

Esta norma fixa as condições de projeto, instalação e manutenção de sistemas de proteção contra descargas atmosféricas (SPDA), para proteger as edificações e estruturas definidas em 1.2 contra a incidência direta dos raios. A proteção se aplica também contra a incidência direta dos raios sobre os equipamentos e pessoas que se encontrem no interior destas edificações e estruturas ou no interior da proteção impostas pelo SPDA instalado.

ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida: 2005 - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.

Esta norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

21. Glossário

Seguem alguns termos técnicos referentes aos tipos de eventos que podem demandar os produtos da loja, extraídos do glossário disponível em http://www.clickreforma.com.br.

ABRAÇADEIRA: peça metálica que, normalmente, segura as vigas ou tesouras do madeiramento. Também fixa peças, como tubos, em paredes.

AÇO: composto de ferro e de carbono suscetível de adquirir, através da têmpera (resfriamento súbito depois de ter atingido alta temperatura), um elevado grau de dureza e tenacidade.

AÇO INOXIDÁVEL: aço resistente à oxidação, tanto a frio como a temperaturas mais ou menos elevadas, e resistente também à corrosão pelos ácidos, bases e outros agentes químicos. Segundo a composição química, pode ser classificado em duas categorias: aço-cromo e aço cromo-níquel.

ALAMBRADO: cerca feita com fios de arame que delimita um terreno.

ARAME: o material bronze, e, por extensão, o artefato feito de bronze. Fio de qualquer metal obtido por trefilação ou estiramento.

CAIXILHO: parte da esquadria que sustenta e guarnece os vidros de portas e janelas.

CANTONEIRA: peça em forma de L que arremata quinas ou ângulos de paredes. Também serve de apoio a pequenas prateleiras.

ESCOVADO: metal polido com escovas, ganhando aparência fosca.

FERRAGEM: conjunto de peças de ferro necessário a uma construção, tais como fechaduras, dobradiças, cremonas, puxadores etc., para janelas, portas e portões.

FERRAGEM ESTRUTURAL: conjunto de ferros que ficam dentro do concreto e dão rigidez à obra.

FERREIRO: profissional responsável pelo corte e pela armação dos ferros de uma construção.

FIBRA DE CARBONO: material de altíssima resistência e pouco peso, composto de carbono e que já está sendo empregado na execução de barras ou tiras para serem incorporados no concreto para armação em peças onde o ferro inviabiliza.

FILETE: moldura estreita, friso.

FOLHA: elemento da asa de dobradiça; cada parte de portas ou janelas que necessita de dobradiças para se mover.

GRELHA: grade de ferro que protege a entrada de bueiros e ralos. Também a peça de suporte nas churrasqueiras.

GUARNIÇÃO: peça que arremata, ou mata a junta com a parede fixado em aduelas e marcos, de madeira composto de réguas ou sarrafos, podendo ser trabalhados.

INOXIDÁVEL: refere-se aos metais submetidos a processos que impedem a oxidação ou a ferrugem.

MACHO FÊMEA: tipo de encaixe onde uma peça traz uma saliência e a outra, uma reentrância.

MEIA-ESQUADRIA: ligação em que duas peças se encaixam formando ângulo reto, com os planos de contato entre ambas as peças cortados em 45 graus. Nas esquadrias, as quatro fendas diagonais nos quatro cantos. Nome de instrumento de marceneiro, espécie de esquadro, com que se podem traçar ângulos.

NÁILON: fibra têxtil sintética, elástica e resistente a agentes atmosféricos.

NORMA TÉCNICA: regra que orienta e normaliza a produção de materiais de construção.

OXIDAÇÃO: ferrugem. Processo em que se perde o brilho pelo efeito do ar ou por processos industriais.

SIFÃO: nas tubulações de líquidos residuários, fecho hidráulico que impede a invasão dos interiores pelos gases contidos na rede. De um modo geral, os sifões das tubulações nada

mais são que tubos curvados em forma de S. Há um tipo de sifão para cada tipo de aparelho sanitário.

ZINCADO: material que foi revestido de zinco. O revestimento de chapas de ferro dá origem às telhas de zinco usadas em coberturas ou telhados quase planos, com pouca inclinação.

22. Dicas de Negócio

Abrir uma loja de ferragens requer planejamento e estratégia em um mercado competitivo. O sucesso depende de uma combinação de fatores, desde o atendimento impecável até a adoção das tecnologias mais recentes. Vamos explorar alguns pontos cruciais para garantir o crescimento do seu negócio.

Um atendimento de excelência é fundamental. Funcionários treinados e capacitados para oferecer informações detalhadas sobre produtos, auxiliar na escolha das melhores opções e solucionar dúvidas são essenciais. A capacidade de aconselhar o cliente, considerando suas necessidades específicas e oferecendo soluções personalizadas, cria fidelização e diferencia sua loja da concorrência. Não se esqueça da importância de um ambiente acolhedor e organizado, que facilite a navegação do cliente pela loja.

A localização estratégica é outro pilar do sucesso. Considerando que as compras de ferragens frequentemente se associam a projetos de reforma e construção, a proximidade de home centers e lojas de material de construção pode gerar sinergia e aumentar o fluxo de clientes. Analise o mercado local, identifique regiões com alta demanda e considere a visibilidade e acessibilidade do seu ponto comercial.

Diversifique sua oferta de produtos para atender a diferentes perfis de clientes e maximizar o potencial de vendas. Priorize itens com maior valor agregado, como metais sanitários de alta qualidade, ferramentas especializadas e soluções inovadoras para construção. Essa estratégia não apenas amplia seu público-alvo, como também eleva a percepção de valor da sua loja, atraindo clientes que buscam produtos diferenciados.

No cenário digital atual, a presença online é imprescindível. Com mais de 263,6 milhões de celulares ativos no Brasil (dados Anatel, fevereiro de 2025), e o Google detendo 96% das buscas online, otimizar sua presença digital é fundamental. Invista em um site responsivo, com informações claras e atualizadas sobre seus produtos e serviços. Utilize estratégias de SEO (Search Engine Optimization) para melhorar o posicionamento da sua loja nos resultados de busca e considere a utilização de anúncios online para alcançar um público mais amplo.

Aproveite as tecnologias disponíveis para aprimorar a experiência do cliente. A implementação de códigos de barras inteligentes, acessíveis via smartphone, permite que os clientes acessem informações detalhadas sobre os produtos, inclusive aquelas que não cabem na embalagem, diretamente no ponto de venda. Essa estratégia aumenta a transparência e confiança, além de facilitar a tomada de decisão de compra.

Lembre-se: o sucesso da sua loja de ferragens depende de adaptação, inovação e foco no cliente. Ao investir em um atendimento excepcional, localização estratégica, diversificação de produtos e presença online eficiente, você estará construindo um negócio sólido e próspero no mercado.

23. Características Específicas do Empreendedor

O empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos de um administrador, e alguns atributos pessoais que, somados a características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa.

Segundo Dornelas (2008) as características dos empreendedores de sucesso são:

- São visionários;

- Sabem tomar decisões;

- São indivíduos que fazem a diferença;

- Sabem explorar ao máximo as oportunidades;

- São determinados e dinâmicos;

- São dedicados;

- São otimistas e apaixonados pelo que fazem;

- São independentes e constroem o próprio destino;

- Ficam ricos;

- São líderes e formadores de equipes;

- São bem relacionados (networking) ;

- São organizados;

- Planejam, planejam, planejam;

- Possuem conhecimento;

- Assumem riscos calculados;

- Criam valor para a sociedade.

Neste segmento, o empreendedor precisa, fundamentalmente, ter tino comercial. Também precisa estar atento às tendências do setor e hábitos dos clientes. Deve identificar os movimentos deste mercado e adaptá-los à sua oferta, reconhecendo as preferências dos clientes e renovando continuamente a oferta de produtos.

24. 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-ospequenos-negocios,ac58742e7e294410VgnVCM2000003c74010aRCRD

25. Planejamento Financeiro

O planejamento financeiro inicia com uma análise em detalhes do negócio, envolvendo não somente as variáveis financeiras(receitas, despesas e custos), mas também tudo o que se relaciona ao seu negócio e ambiente – quais são os principais concorrentes, as maiores dificuldades, as suas melhores qualidades e diferenciais, etc.

Essas informações devem ser mantidas organizadas e acessíveis para as pessoas que são responsáveis pelas principais tomadas de decisão dentro da empresa. É importante que todos estejam alinhados com esta visão e em relação ao contexto que ela está inserida e tenham ações com a mesma direção.

Ao analisar o negócio, com certeza, serão identificados pontos que precisam ser melhorados e boas oportunidades de potencializar seus diferenciais frente à concorrência. Você deve projetar cenários possíveis para o futuro, projetando momentos favoráveis e eventuais imprevistos. Dessa forma você pode ter diferentes cenários e traçar planos de ação, que poderão ser executados quando e para qual cenário que será apresentado.

Estabeleça as metas e crie ferramentas e métricas para que possa acompanha-las e corrigir desvios ao longo do caminho. O planejamento financeiro deve ser revisto periodicamente.

26. 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 uteis 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

SEBRAE