

Loja de Instrumentos Musicais



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	2
Localização.....	3
Exigências Legais e Específicas.....	3
Estrutura.....	4
Pessoal.....	6
Equipamentos.....	6
Matéria Prima/Mercadoria.....	7
Organização do Processo Produtivo.....	10
Automação.....	12
Canais de Distribuição.....	12
Investimentos.....	12
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.....	20
Glossário.....	22
Dicas de Negócio.....	23
Características Específicas do Empreendedor.....	23
Bibliografia Complementar.....	25
Fonte de Recurso.....	25
Planejamento Financeiro.....	25
Produtos e Serviços - Sebrae.....	25
Sites Úteis.....	26

1. Apresentação de Negócio

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

Os

instrumentos musicais nasceram na antiguidade, da necessidade de utilização de sinais sonoros para informações sobre a presença de animais para caça, avisos de perigo, comunicação entre membros da mesma tribo, etc. Aos poucos foram tornando-se objetos de manifestação artística, favorecendo a expressão de sentimentos e percepções do artista, e também, favorecendo a expressão cultural.

O

primeiros instrumentos musicais que se tem notícia datam de 35.000 anos e refere-se a flautas confeccionadas com ossos de abutre e marfim. Foram encontradas em cavernas do sudoeste da Alemanha. Os primeiros estudos científicos realizados com o som são creditados a Pitágoras, matemático e filósofo grego que, há aproximadamente 2.600 anos, utilizou uma corda retesada entre dois pontos e a tencionou fazendo com que vibrasse. Depois dividiu a corda ao meio, e novamente ao meio, estudando assim a primeira série harmônica ou a primeira condição do acorde. Essa experiência ficou conhecida como monocórdio de Pitágoras.

Com a criatividade dos artistas do mundo todo, os instrumentos musicais evoluíram e novos instrumentos foram criados, de tal forma que na atualidade existe milhares de formas diferentes de instrumentos.

Os instrumentos musicais podem ser classificados em quatro tipos:

- Instrumentos de Corda. Exemplos: violão, guitarra, piano
- Instrumentos de Sopro. Exemplos: clarinete, flauta, tuba, trombone
- Instrumentos de Percussão. Exemplos: bateria, atabaque, pandeiro
- Instrumentos Eletrônicos. Exemplo: teclado, sintetizado.

Com

a evolução dos instrumentos musicais, veio também a criação de equipamentos para a

obtenção de múltiplos efeitos sonoros, tais como os captadores, afinadores eletrônicos embutidos, pedais, metrônimos, etc.

A

m dos instrumentos, a evolução trouxe também o desenvolvimento de acessórios para facilitação e apoio ao instrumentista, tais como correias para suporte de violões e guitarras, estantes para colocação de partituras, palhetas, etc.

a Loja de Instrumentos Musicais pode ser especializada na venda de um único tipo de instrumento musical ou na venda diversificada. Esta “Ideia de Negócio” sugere um empreendimento que oferece produtos diversificados.

este documento não substitui o Plano de Negócios, que é imprescindível para iniciar um empreendimento com alta probabilidade de sucesso. Para a elaboração do Plano de Negócio, deve ser consultado o Sebrae mais próximo.

2. Mercado

O mercado de uma loja de instrumentos musicais é um segmento de comércio bem específico. Isto porque não se trata de uma loja de grande volume de vendas mensais, isto ao comparar a outros segmentos comerciais. No entanto o público consumidor da área de instrumentos musicais normalmente é cativo e tem se apresentado um volume crescente de novos clientes.

O núm

o de lojas de instrumentos musicais normalmente não é muito grande, no entanto o volume de consumidores também não é tão expressivo, até porque um instrumento musical tem uma vida útil bastante expressiva, por isso mesmo não se procede a sua substituição a curto prazo.

Dian

deste cenário o empreendedor deverá estar ciente que o mercado de uma loja de instrumentos musicais tem concorrência e normalmente todos vendem produtos similares.

As

ndas de instrumentos musicais podem apresentar condições favoráveis pela entrada no mercado de um público que está aumentando significativamente: pessoas que iniciam sua aprendizagem como instrumentistas na vida adulta. Segundo informações publicadas no site da revista Veja, que relata que é crescente a quantidade de adultos que se propõem a aprender a tocar um instrumento musical, graças ao reconhecimento de que tocar um instrumento pode ser um poderoso aliado ao combate ao estresse.

As

o empreendedor deverá avaliar amplamente o seu ingresso nesse mercado. Mas isto não quer dizer que deva desistir de investir nesse segmento, apenas ressalta que deva fazê-lo com muita segurança, principalmente considerando o mercado concorrente. O conhecimento real das possibilidades de sucesso somente será possível através de pesquisa de mercado.

U

pesquisa não precisa ser sofisticada, dispendiosa - em termos financeiros - ou complexa. Ela pode ser elaborada de forma simplificada e aplicada pelo próprio empresário, para estudar a concorrência já instalada, o tipo de público-alvo em termos de capacidade aquisitiva, os gostos pessoais e as expectativas que as pessoas têm em relação a uma Loja de Instrumentos Musicais.

Além é importante pesquisar os preços praticados pelos concorrentes, o padrão de qualidade ofertado dos concorrentes, tanto em produtos quanto em serviços (atendimento).

É muito grande o risco de abrir as portas sem conhecimento do mercado concorrente e consumidor.

3. Localização

A localização de uma loja de instrumentos musicais, de preferência e se possível, deverá ser instalada próximo as demais lojas do mesmo segmento e de lojas de produtos e acessórios complementares a instrumentos musicais. A proximidade com demais lojas de instrumentos musicais amplia as possibilidades de busca por um público bem maior do que nas lojas instaladas isoladamente.

Essa localização segmentada por tipo de produtos tem se tornado bem mais comum do que se imagina em diversas cidades, sendo que em algumas cidades existem ruas ou até mesmo bairros que comportam praticamente apenas lojas de instrumentos musicais. A proximidade com a concorrência pode ajudar se levarmos em conta que o público não é alto, porém significativo a ponto de incentivar o empresário a montar uma loja deste segmento.

4. Exigências Legais e Específicas

O empreendedor de uma loja de instrumentos musicais deverá cumprir algumas exigências iniciais e somente poderá se estabelecer depois de cumpridas, quais sejam:

registro da empresa nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;

- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Corpo de Bombeiros Militar.

sita à prefeitura da cidade em que pretende montar a sua empresa para fazer a consulta de local e emissão das certidões de Uso do Solo e Número Oficial. Algumas prefeituras disponibilizam esse serviço via internet, o que agiliza sobremaneira esse tipo de consulta.

asso seguinte para a formalização da empresa:

- Após a liberação do contrato social devidamente registrado na Junta Comercial de seu Estado, do CNPJ e da inscrição estadual (se aplicável), também, deve-se providenciar o registro da empresa na Prefeitura Municipal para requerer o Alvará Municipal de Funcionamento.
- Antes de iniciar a produção o empreendedor deverá obter o alvará de licença sanitária. Para obter essa licença o estabelecimento deve estar adequado às exigências do Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas).
- O empreendedor deverá atentar que em âmbito federal a fiscalização cabe a Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA, já em âmbito estadual e municipal fica a cargo da Secretaria Estadual de Saúde e Secretaria Municipal de Saúde, respectivamente.

empreendedor deverá atentar a seguinte legislação complementar:

- Lei n.º 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei n.º 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências.

5. Estrutura

A área mínima necessária para uma loja de instrumentos musicais é de aproximadamente 80m². Entretanto, o empreendedor deverá analisar a quantidade de itens com os quais pretende trabalhar para dimensionar a loja, pois uma loja de instrumentos musicais pode

ofertar uma grande variedade de itens e alguns deles ocupam muito espaço, como é o caso do piano e da bateria.

Apres

ta-se abaixo uma ideia de estrutura para uma loja de instrumentos musicais de médio porte, considerando a disponibilização de espaços específicos para exposição dos produtos comercializados na loja, atendimento/vendas, estoque/depósito e área administrativo-financeira.

Os e

aços indicados acima devem ser dotados de layout adequado, respeitando a facilidade de movimentação, conforme segue:

a.

posição dos produtos: espaço destinado a exposição dos produtos comercializados pela loja de instrumentos musicais. Nesse espaço deverão ser dispostos os instrumentos musicais de tamanhos maiores e em estantes fechadas os itens menores, tais como cordas de violão, palhetas, microfones, dentre outros;

b.

atendimento/Vendas: essa área deve ser ampla o suficiente para a alocação de balcões, tudo para que crie um clima de amigabilidade para a clientela;

c

Estoque/Depósito: esse espaço deverá ser dotado de estantes/prateleiras amplas para acomodar os produtos a serem comercializados;

Administrativo-financeiro: esse espaço é destinado à elaboração das tarefas administrativas e financeiras da loja de instrumentos musicais, tais como fechamento do caixa, conciliações das vendas via cheque, dinheiro, cartões de crédito, crediário, contas a pagar, dentre outros. Também serão executadas nessa área as tarefas de controle de estoques, compras e outras atividades de escritório. Não existe uma regra para a definição da estrutura física necessária para instalação de uma loja de instrumentos musicais. Mas como em qualquer outro empreendimento, os departamentos devem ser separados da melhor forma para organização do ambiente. Para que seja possível conseguir melhor visualização por parte dos clientes, a área de exposição dos produtos deve ter uma separação por tipo de instrumento, por exemplo: cordas, percussão, teclados, etc..

Além dos aspectos citados, a estrutura da loja de instrumentos musicais deve ser planejada pensando na conservação dos equipamentos. Por exemplo, alguns equipamentos não podem receber a incidência da luz solar. Recomenda-se que o empreendedor consulte os fabricantes dos instrumentos para obter informações para a conservação.

6. Pessoal

O quadro de pessoal de uma loja de instrumentos musicais irá variar de acordo com o tamanho do empreendimento. Apresenta-se abaixo o quadro de pessoal para uma loja de médio porte, que deverá ser aproximadamente 03 (três) funcionários, sendo um destes o proprietário do empreendimento:

- Uma pessoa para a área de vendas;
- Uma pessoa para a área administrativo-financeira, incluindo serviços de caixa, contas a pagar, contas a receber, etc.;
- Uma pessoa para a área de gerência. Esse cargo, de preferência, deverá ser ocupado pelo empreendedor.

É

indicado uma pessoa para serviços gerais, como limpeza da loja e serviços de copa.

vendedor e o gerente deverão conhecer bem as mercadorias comercializadas na loja de instrumentos musicais. É indicado que todos os funcionários entendam o básico sobre instrumentos musicais para auxiliarem o cliente na venda da mercadoria.

ressalta-se ainda que o proprietário do negócio deva estar presente em todas as operações da empresa, principalmente acompanhando a área de vendas e estoque, bem como a parte de gestão administrativo-financeira da empresa.

7. Equipamentos

Para estruturar uma loja de instrumentos musicais serão necessários os seguintes equipamentos:

- Conexão banda larga;
- Estantes para colocar equipamentos e acessórios;
- Expositores;
- Impressora de cupons fiscais;
- Suportes para instrumentos diversos;
- Telefone/Fax;
- Balcões;

- Mesas;
- Cadeiras;
- Computador;
- Expositores – balcões com vidro para facilitar a visualização de pequenas peças;
- Impressora a laser.

or ser um empreendimento de alto investimento, o empreendedor deve considerar relevante a necessidade de instalação de sistema de alarmes e câmeras, bem como a possibilidade de contratação de seguro para os equipamentos e estoque, considerando os riscos pertinentes ao local em que a loja está instalada.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho:

Giro

os estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. nObs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

Cob

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

Ní

l 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.

P

tanto, 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.

principais produtos oferecidos por uma loja de instrumentos musicais são:

ordas:

- Cavaquinho;
- Contrabaixo;
- Guitarras;
- Harpas;
- Viola;
- Violão;
- Violinos;
- Pianos.

letrônico:

- Teclados

percussão:

- Agogô;
- Atabaque;
- Bacurinha;
- Bateria;
- Bongô;
- Caixa de guerra;
- Caixa de tarol;
- Carrilhão;
- Castanholas;
- Cuica;

- Ganzá;
- Pandeiro meia-lua;
- Pandeiros;
- Pratos;
- Reco-reco;
- Repinique;
- Repique;
- Surdo;
- Tamborins;
- Timbal;
- Triângulos;
- Xequebum.

opro:

- Clarinete;
- Clarins;
- Cornetão horizontal;
- Cornetas curtas e longas;
- Flauta doce;
- Flauta soprano;
- Flauta transversal;
- Gaita;
- Oboé;
- Saxofone;
- Surdina;
- Trombone;

- Trompa;
- Trompete;
- Tuba.

essórios e equipamentos:

- Banquetas diversas;
- Bocal;
- Cabos conectores;
- Case;
- Correias;
- Encordoamentos diversos;
- Kit de limpeza para instrumentos específicos;
- Palhetas diversas;
- Tarrachas.

9. Organização do Processo Produtivo

Para que o empresário obtenha um processo produtivo que mantenha seu estabelecimento organizado e que atenda a demanda dos clientes é necessário que se atente a algumas tarefas. Uma delas é a organização e exposição dos produtos, onde os itens devem ser divididos em seções para a fácil localização dos clientes, facilitando assim a visualização por parte dos frequentadores.

O empresário

verá ficar atento ao estoque para que não falte nenhum item dos produtos que comercializa em seu estabelecimento.

Na parte de

posição dos produtos e atendimento a clientes / vendas, o ambiente deve ser agradável, limpo, arejado/climatizado, bem iluminado, com os instrumentos musicais dispostos de forma a possibilitar facilidade para que o cliente possa visualizar as peças que são comercializadas.

Segue uma s

estão básica para a organização do processo produtivo de uma loja de instrumentos

musicais:

- Pedido d

Compra do Produto O empreendedor ou pessoa responsável pelas compras faz o pedido da mercadoria junto aos fornecedores.

- Recebim

to do produto comprado

Na loja

ve ter uma pessoa que se responsabilize pelo recebimento da mercadoria, que deve, preferencialmente, ser efetuado pelo empreendedor, ou pessoa de confiança.

- Organ

ação dos produtos na linha de venda

Após o

cebimento da mercadoria comprada, e registro de todos os itens no sistema de controle de estoque, deve-se então retirar os itens que irão compor inicialmente a área de vendas/exposição.

- Bai

do Produto no Estoque

O em

endedor deve ter todos os seus produtos catalogados e cadastrados para que ocorra um controle de venda e por consequência um controle para o processo de compra de reposição.

- V

da do Produto

Oc

re através da abordagem realizada ao cliente pelo vendedor e pela atenção e exposição das peças até o cliente realizar o pagamento no caixa.- Entrega do Produto ao Cliente

O

roduto deve ser entregue embalado para o cliente.

Reposição do Produto no Estoque

endo um bom controle da saída das peças, o empreendedor faz a solicitação de novas peças para a reposição. Porém para esse segmento é importante ter um bom estoque.

10. Automação

Existem vários softwares no mercado que possibilitam a automação da gestão de estabelecimentos comerciais. Entretanto, o mais indicado é que o empresário invista em softwares específicos para uma loja de instrumentos musicais que permitirão a gestão mais eficiente, contemplando detalhes específicos do negócio.

entre os benefícios que um software de gestão deve oferecer, pode-se elencar:

- Controle de clientes com gerenciamento de relacionamento;
- Informações do Serviço de Proteção ao Consumidor;* Criação de mala-direta com impressão de envelopes ou etiquetas;* Geração de etiquetas com código de barras para os produtos;* Personalização do perfil do cliente para gerar recomendação de venda, de acordo com as preferências do cliente;* Envio de e-mail direto e personalizado para comunicação com os clientes;* Controle de fornecedores com histórico de compras;* Controle de estoque automático através de compra/venda;* Listagem de preços;* Leitura de códigos de barras;* Controle de produtos promocionais;* Contas a pagar;* Controle de despesas;* Contas a receber ou crediário;* Controle bancário (taxas, tarifas, cheques já compensados, etc);* Fluxo de caixa;* Comissão de vendedores (as).

11. Canais de Distribuição

O principal canal de distribuição de uma loja de instrumentos musicais é de venda direta, no qual o cliente vai à loja para ver o item que lhe interessa, normalmente faz um pequeno teste para ver a sonoridade, acústica, etc., e efetua sua compra. O empreendedor pode considerar também a venda on line, onde apresenta sua mercadoria através do site da Loja de Instrumentos Musicais e pode comercializa-la através deste canal.

12. Investimentos

O investimento estimado para montar uma loja de instrumentos musicais, de porte médio, deverá girar em torno do que segue abaixo:a) Conexão banda larga – 1 – R\$ 150,00 / mês;

b) Estantes pa

colocar equipamentos e acessórios – 4 – R\$ 3.600,00;

c) Balcões Ex

sitores com vidro – 2 – R\$ 3.000,00;

d) Impressor

de cupons fiscais – 1 – R\$ 1.300,00;

e) Suportes

para instrumentos diversos – 20 – R\$ 3.000,00;

f) Fax – 1

R\$ 450,00;

g) Telefone

– 3 – R\$ 150,00;

h) Mesas

3 – R\$ 1.500,00;

i) Cadeiras

– 9 – R\$ 3.150,00;

j) Computador

– 3 – R\$ 4.500,00;

k) Impressora a laser

– 1 – R\$ 1.500,00.

Totais

dos equipamentos – R\$ 22.300,00

Observações:

1.

Os valores indicados para o investimento não estão previstos o custo do software a ser utilizado na execução dos serviços da loja, já que a opção por um ou outro software irá variar bastante.

2.

Não estão considerados os gastos relativos à aquisição do imóvel escolhido para a instalação da empresa, pois ele poderá ser alugado, nem mesmo está considerado o valor do aluguel mensal.

Os preços acima são meramente referenciais, para fins de estimativa do investimento necessário, podendo variar de acordo com a qualidade, estilo, local de aquisição, dentre

outras variáveis.

. No investimento citado acima não consta o valor referente à aquisição de mercadorias para iniciar a loja, mas acredita-se que um estoque inicial deverá girar na ordem de R\$ 120.000,00.

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

O ca

tal de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Qua

o maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

Se

prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-

dobra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Portanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa.

ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

o fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão. Nesse

segmento, normalmente a necessidade de Capital de Giro é de nível alto, principalmente pelo fato de ter que manter um estoque bastante expressivo tenderá a variar na ordem de 90% a 130% do investimento total.

14. Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente no preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas comerciais, insumos consumidos no processo de prestação e execução de serviços, depreciação de maquinário e instalações.

O cuidado n

administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, prestação e venda de serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

Os custos

ra abrir uma loja de instrumentos musicais podem ser estimados considerando os itens e valores referenciais abaixo:

1. Salári

, comissões (caso a remuneração de serviço de colaboradores seja feita com base em desempenho; comissão sobre vendas) e encargos: R\$ 4.000,00;

2. Tribu

s, impostos, contribuições e taxas: R\$ 850,00;

3. Alug

l, taxa de condomínio, segurança: R\$ 2.500,00;

4. Águ

luz, telefone e acesso a internet: R\$ 600,00;

5. Ma

tenção de software: R\$ 200,00;

6. P

duto para higiene e limpeza da empresa e funcionários: R\$ 300,00;

7.

cursos para manutenções corretivas e preventivas das instalações: R\$ 600,00;

8.

valores para quitar possíveis financiamentos de produtos, somente considerar esse valor caso exista financiamentos na empresa: R\$ 1.200,00;

9

Propaganda e publicidade da empresa: R\$ 1.500,00;

. Aquisição de máquinas e equipamentos, além de outros produtos para funcionamento da loja de instrumentos musicais: R\$ 3.000,00. Observação: Os custos indicados acima considera o conjunto de todo o texto desse material, o que poderá ser maior ou menor, dependendo da estruturação e concepção que seja dado ao empreendimento.

empreendedor deve primar pelo controle da manutenção das vendas e o nível de estoque, de forma criteriosa, mantendo, em níveis pré-estabelecidos no Plano de Negócio, as despesas e os custos, buscando alternativa para minimizar esses dois elementos, mas sem comprometer a qualidade final de seu produto, que são os instrumentos musicais de primeira linha e também de menor custo, mas com boa qualidade também.

15. Diversificação/Aggregação de Valor

Para manter-se competitiva, uma loja de instrumentos musicais precisa buscar alternativas que a diferencie dos concorrentes.

M

ter um banco de dados com informações dos clientes fornecerá subsídios para um atendimento personalizado, possibilitando um melhor atendimento e possivelmente superar as expectativas do cliente.

oferecer um atendimento de qualidade, a empresa cria um diferencial, constrói um relacionamento de confiança e torna inconveniente a migração do cliente para um concorrente. Também é importante que os funcionários entendam dos instrumentos musicais que serão comercializados, sabendo sugerir o melhor negócio ao cliente, oferecendo as vantagens de cada produto.

outra possibilidade para agregar valor está na prestação de pequenos serviços, como por exemplo, troca de encordoamento, afinação de instrumentos.

16. Divulgação

A propaganda é um importante instrumento para tornar a loja de instrumentos musicais e seus produtos e serviços conhecidos pelos clientes potenciais. O objetivo da propaganda é construir uma imagem positiva frente aos clientes.

Uma das formas

de divulgação é o marketing de relacionamento que consiste numa relação pessoal com os possíveis clientes, gerando visitas aos consumidores potenciais para apresentação do portfólio e os produtos comercializados pela empresa. Visitas em escolas de música são indicadas, como também colocar cartazes e panfletos nestes locais.

Além do

marketing de relacionamento, o empresário poderá utilizar-se de outras formas de divulgação como:

a) Uso

identidade visual da empresa e seus produtos na apresentação do portfólio;

b) Participação

em feiras e eventos do ramo;

c) Anúncios

em veículos de comunicação especializados;

d) Participar

em eventos musicais, como apresentação de corais, peças musicais, etc.

e) Utilizar

o marketing digital com apresentação atraente, contendo o portfólio da empresa e curiosidades sobre seu funcionamento pode atrair clientes que estejam procurando novidades na rede mundial de computadores.

A escolha

da forma mais adequada para divulgação é aquela que tem linguagem direcionada ao público-alvo, que apresente o seu produto segundo o que o possível cliente se enquadra, e que tenha compatibilidade com a capacidade de pagamento de tais clientes. Assim terá uma maior penetração e credibilidade junto ao cliente.

Também

as formas de divulgação apresentadas são importantes para divulgação da loja de instrumentos musicais, e terão o resultado potencializado se o empresário investir no bom

atendimento, que atenda as expectativas das necessidades dos clientes e na qualidade dos produtos.

atenção dispensada ao cliente e produtos de qualidade aliados a um preço justo, podem ser a garantia do retorno do cliente.

propaganda boca a boca, feita pelo cliente encantado, é uma forma de promoção sincera e eficaz.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de LOJA DE INSTRUMENTOS MUSICAIS, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 4756-3/00 como a atividade de exploração de comércio varejista de instrumentos musicais e acessórios, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

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

zenda.gov.br/SimplesNacional/):

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

De acordo com a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 4% a 11,61%, dependendo da receita bruta auferida pelo

negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

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

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

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

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

) Sem empregado

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

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

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.

H

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

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

fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares n°s 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional n° 94/2011.

18. Eventos

O empresário do ramo de loja de instrumentos musicais pode contar com feiras e periódicos especializados para manter-se informado, expandir sua rede de relacionamentos e realizar negócios.

seguir serão indicados alguns eventos relacionados a área:

EXPOMUSIC. Feira Internacional da Música, Instrumentos Musicais, Áudio, Iluminação e Acessórios. Disponível em: <http://www.expofeiras.gov.br/calendario-de->

[eventos/evento/sq_eventos/2390](http://www.expofeiras.gov.br/calendario-de-eventos/evento/sq_eventos/2390)Yamaha Play Now! Londrina. Esse evento permite que o público conheça e teste alguns dos instrumentos de ponta dessa fabricante. Disponível em: http://br.yamaha.com/pt/news_events/events/play-now-agosto13/Broadcast&Cable. É a principal feira de Engenharia de Televisão, Rádio e Telecomunicações da América Latina. Disponível em: http://br.yamaha.com/pt/news_events/events/broadcast-cable2013/CAEM – Encontro Nacional de Escolas de Música. Normalmente ocorre no auditório da Universidade Anhembi Morumbi. Disponível em: http://br.yamaha.com/pt/news_events/events/caem-2013-not/

19. Entidades em Geral

ABPAudio - Associação Brasileira dos Profissionais de Áudio. Disponível em: <http://www.abpaudio.com.br/portal/SOCIEDADE DE ENGENHARIA DE ÁUDIO – AES – BRASIL SECTION>. Disponível em: <http://www.aesbrasil.org>SOBRAC – Sociedade Brasileira de Acústica. Disponível em: <http://acustica.org.br/>

ABEMÚSICA – Associação Brasileira da Música. Disponível em: <http://www.abemusica.com.br/portal/ANAFIMA> – Associação Nacional dos Fabricantes de Instrumentos Musicais e Áudio. Disponível em: <http://www.anafima.com.br/site/>

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 a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da

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

Toda norma t

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

1. Normas e

ecíficas para uma Loja de instrumentos musicais.

Não existe

normas específicas para este negócio.

2. Normas

plícáveis na execução de uma Loja de instrumentos musicais.

ABNT NBR

5842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta No

a 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 N

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

Esta

rma 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

BR ISO/CIE 8995-1:2013 - Iluminação de ambientes de trabalho - Parte 1: Interior.

Est

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.

AB

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

E

a 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.

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

sta 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.

21. Glossário

Acústica: qualidade de um espaço arquitetônico sob o aspecto das condições de propagação do som.

Enco

oamento: conjunto de cordas dos instrumentos musicais que utilizam cordas para produzir o som.

Mon

órdio: uma única corda.

Re

iver: equipamento de áudio que integra receptor AM/FM, pré-amplificador e amplificador estéreo.

S

orização: tornar sonoro; produzir som.

bwoofer: alto-falante ou caixa acústica destinada a responder frequências sonoras extremamente baixas.

22. Dicas de Negócio

O candidato a empresário, na área de loja de instrumentos musicais deve entrar neste negócio consciente de que terá que estar presente tempo integral, principalmente no início das atividades do novo empreendimento, tanto na parte comercial, quanto operacional e na gestão financeira do negócio.

Re

alta-se também que o empreendedor neste segmento de negócio deve estar muito atento ao que ocorre no mercado de instrumentos musicais, já que é importante acompanhar o desenvolvimento de novas tendências na área de sonoridade e musicalidade de novos instrumentos, tanto no Brasil quanto no exterior, com a intenção de direcionar seu comércio no acompanhamento das tendências de mercado e consumo.

E

e segmento requerer inovações contínuas seja estas no oferecimento de instrumentos diferenciados, mas também na forma de comercializar seus produtos, por isso faz-se necessário ajustar um conjunto de metas e objetivos a serem atendidos aliados ao projeto de divulgação da sua empresa.

empreendedor dentro de sua capacidade criativa, pois esta é uma das principais características requeridas para este tipo de empreendimento, deverá validar conceitos de divulgação inovadores, de forma que consiga manter o seu empreendimento em evidência no mercado e perante aos consumidores atuais ou potenciais consumidores.

ugere-se também que o empreendedor atente a alguns pontos específicos, quais sejam:

- Fazer pesquisa de preços praticados pelos concorrentes, visando identificar a sua posição em relação ao mercado de seu segmento;* Dar atenção aos funcionários para garantir um excelente atendimento;* Estabelecer uma excelente relação com fornecedores;* Estar presente diariamente na loja;
- Discrição no trato com os clientes é fundamental, os clientes não devem se sentir constrangidos.

23. Características Específicas do Empreendedor

O empreendedor que tender a ingressar no ramo de loja de instrumentos musicais, deve ter algumas características básicas, tais como:

1. Ter co

hecimento técnico na área de instrumentos musicais, seja em nível tecnológico ou de graduação sobre sonoridade, musicalidade, dentre outros itens relacionados a área de

música em geral.

2. Esse

Conhecimento não pode ser apenas adquirido na prática, pois se assim for o resultado poderá ser uma incógnita, e isto será considerando uma falha imperdoável pelos clientes, e assim seu empreendimento tenderá a ser eliminado do mercado por deficiência técnica.

3. Esse

Conhecimento citado no item 1 acima é imprescindível já que a base do produto final é exclusivamente oriunda desse conhecimento técnico e habilidade.

4. Ter

Conhecimento técnico sobre instrumentos musicais, diferenciação entre marcas, som emitido por um ou outro modelo, características técnicas e físicas de cada um dos instrumentos que sejam negociados pela empresa.

5. Poder

Usar e observar permanentemente o mercado em que está inserido, promovendo ajustes e adaptações no negócio. Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos;

6. Estar

estar sempre atento às inovações tecnológicas e inovações musicais;

7.

Empreendedor deverá ser capaz de preparar sua equipe de vendas e atendimento, para que possa conseguir colocar seus produtos a disposição dos clientes e mercado consumidor do segmento;

8.

Buscar melhorar o nível de seu negócio, participando de cursos específicos sobre instrumentos musicais, música, áudio em geral e vídeo, produção artística e de gestão empresarial;

9

Ter habilidade no tratamento com pessoas tanto com seus colaboradores quanto com clientes, fornecedores e outros proprietários de empresas de lojas de instrumentos musicais, enfim, com todos que de forma direta ou indireta tenham ligação com a empresa;

10. Ser empreendedor com visão de futuro, antecipando tendências, prospectando o interesse do consumidor, além de estar sempre atento com as inovações do mercado.

s características indicadas acima, considerando as especificidades desse segmento não são apenas direcionamentos. Um empreendedor “saberá aprender o que for necessário para a criação, desenvolvimento e realização de sua visão”. (DOLABELA, 1999 p. 70). Considerando-se esta afirmativa, percebe-se em qualquer área que se deseje atuar é preciso estar disposto a aprender. Para ter sucesso numa Loja de Instrumentos Musicais é necessário que o empreendedor se concentre no desenvolvimento das características empreendedoras citadas para o sucesso do seu empreendimento.

24. Bibliografia Complementar

DOLABELLA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo. Cultura Editores Associados, 1999.

Classificação dos Instrumentos Musicais. Disponível em: <http://curiosidade.wordpress.com/2007/06/03/classificacao-e-divisao-dos-instrumentos-musicais/>. Acesso em: 12 out. 2013.

Novo Negócio. Disponível em: <http://www.novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/como-montar-uma-loja-de-ins>

strumentos-musicais/. Acesso em: 12 out. 2013.

Sinfoni Blog. Disponível em: <http://www.sinfoni.com.br/blog/tags/loja-instrumentos-musicais>. Acesso em: 12 out. 2013.

ABPAudio - Associação Brasileira dos Profissionais de Áudio. Disponível em: <http://www.abpaudio.com.br/portal/>. Acesso em: 12 out. 2013. SOCIEDADE DE ENGENHARIA DE ÁUDIO – AES – BRASIL SECTION. Disponível em: <http://www.aesbrasil.org>. Acesso em: 12 out. 2013. SOBRAC – Sociedade Brasileira de Acústica. Disponível em: <http://acustica.org.br/>. Acesso em: 12 out. 2013.

ABEMÚSICA – Associação Brasileira da Música. Disponível em: <http://www.abemusica.com.br/portal/>. Acesso em: 12 out. 2013.

25. Fonte de Recurso

Não há informações disponíveis para este campo.

26. Planejamento Financeiro

Não há informações disponíveis para este campo.

27. Produtos e Serviços - Sebrae

Não há informações disponíveis para este campo.

28. Sites Úteis

Não há informações disponíveis para este campo.

