

Loja de produtos descartáveis para festa



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.....	4
Equipamentos.....	5
Matéria Prima/Mercadoria.....	6
Organização do Processo Produtivo.....	7
Automação.....	8
Canais de Distribuição.....	8
Capital de Giro.....	9
Diversificação/Agregação de Valor.....	9
Divulgação.....	10
Informações Fiscais e Tributárias.....	11
Eventos.....	12
Entidades em Geral.....	13
Normas Técnicas.....	13
Glossário.....	13
Dicas de Negócio.....	14
Características Específicas do Empreendedor.....	14
Bibliografia Complementar.....	15
Planejamento Financeiro.....	16
Produtos e Serviços - Sebrae.....	17
Investimentos estimados.....	18
Custos estimados.....	19

1. Apresentação de Negócio

Loja de Produtos descartáveis para festa é um negócio que visa o comércio de artigos e produtos destinados a diversos tipos de eventos, como festas, feiras, shows, datas comemorativas, eventos esportivos, etc, e contam com um grande e diversificado mix de produtos, oferecendo aos seus clientes:

- **Produtos descartáveis:** guardanapos, pratos, bandejas, garfos, facas, colheres, copos, sacos de pipoca, forminhas para doces, canudos, Toalhas de papel;
- **Artigos de confeitaria:** granulados, confeitos, formas, cortadores, papel arroz, barras de chocolates;
- **Decoração:** balões, porta balões, serpentinas, confetes, porta pirulito, painéis decorativos de diversos temas, convites, fitas/cordões, plaquinhas, adesivos personalizados, potes de plástico, pulseiras de neon;
- **Doces:** balas, bombons, marshmallow, jujubas, paçocas e demais doces;
- **Outros:** fantasias, mascaras, gravatas, velas, palitos de dente, sacos de lixo, dentre diversos outros artigos descartáveis para festas.

A praticidade e a segurança são as principais razões para a utilização de produtos descartáveis, principalmente em eventos externos e festas infantis. Não há a preocupação de que convidados quebrem ou extraviem louças e talheres, além de dispensar o processo de aluguel, lavagem e devolução das peças.

A correria da vida moderna também contribuiu para que a organização da festa seja mais prática.

Além de festas infantis, uma loja de produtos descartáveis também pode atender às demandas de festas de aniversários, festas de casamentos, chá de revelação de sexo de bebê, batizados, festas em empresas e escritórios, festas de fim de ano, além de festas sazonais como, carnaval, páscoa, festa junina, Halloween e demais confraternizações.

Para a construção de plano de negócio, consulte o SEBRAE mais próximo.

2. Mercado

O segmento de descartáveis para festas está inserido no setor de embalagens cujo faturamento no ano de 2018 alcançou a marca de 78,5 bilhões de reais, apresentando um crescimento de 10,4% em relação a anos anteriores e participa com 1,09% do PIB brasileiro, segundo dados divulgados pela ABRE – Associação Brasileira de Embalagens. Uma pesquisa encomendada pela Abrafesta (Associação Brasileira de Eventos) ao Instituto Locomotiva revela que os gastos dos brasileiros com eventos sociais somaram R\$ 17 bilhões. O estudo comprovou que o setor permaneceu praticamente estável nos últimos anos. A região Sudeste concentra a maior parte do faturamento deste mercado. A excelente performance deste setor atraiu uma grande variedade de empresas, acirrando a concorrência no mercado.

O segmento de festas infantis é o principal consumidor dos produtos de lojas descartáveis. Segundo informações contidas no Site do IBGE, o Brasil possui 21,23% da população composta por crianças de até 14 anos, quase um quarto da população total brasileira, que está atualmente com cerca de 210.000.000 milhões de habitantes. A indústria de festas

cresce 14% por ano, e o setor de festas infantis movimentada cerca de R\$ 2,75 Bilhões por ano no Brasil, contando com mais de 16 mil lojas de empresas formalizadas.

A melhor alternativa para se destacar é apresentar um diferencial nos serviços prestados e ter bem definido o público que deseja atender. Cada nicho desse mercado tem necessidades diferentes a serem atendidas. Por exemplo, a demanda de festas de casamento, que normalmente é formal e à noite, é diferente do público corporativo que faz festas mais descontraídas, como churrasco e à luz do dia. Por isso identificar o nicho ou os nichos que vai atender é importante para diversificar as linhas de produtos. Uma prática bem comum nesse setor é fazer parcerias com cerimoniais e casas de festas para fornecimento dos produtos em troca de indicações e divulgação.

Dentro desse diferencial, pode ser verificado ainda uma inovação ofertada por diversas lojas do seguimento, onde é oferecido aos clientes a personalização do seu evento, essa personalização ocorre da seguinte forma: o cliente adquire os produtos, e a loja oferece a opção de adquirir adesivos de diversos temas impressos com o nome dos aniversariantes, recém-nascidos, etc, já nos tamanhos exatos dos produtos adquiridos, personalizado assim todo seu evento. Esses personalizados são confeccionados através de programas como Corel Draw e Silhouette Studio.

Os fornecedores da loja podem ser atacadistas ou fabricantes. É uma boa opção iniciar o empreendimento comprando pequenas quantidades dos atacadistas para depois ir ganhando volume de vendas que permita fazer compras maiores direto dos fabricantes, selecionando aquelas que têm maior giro. É interessante ter pelo menos três fornecedores de cada produto, para não correr o risco de ficar com estoque desfalcado, além de variar a qualidade.

3. Localização

A localização do ponto comercial é uma das decisões mais relevantes para uma loja de produtos descartáveis para festa. Dentre todos os aspectos importantes para a escolha do ponto, deve-se considerar prioritariamente a densidade populacional, o perfil dos consumidores locais, a concorrência, os fatores de acesso e locomoção, a visibilidade, a proximidade com fornecedores, a segurança e a limpeza do local.

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

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

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

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

Confira a planta do imóvel aprovada pela Prefeitura, e veja se não houve nenhuma obra

posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área, que deverá estar devidamente regularizada.

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

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

Como os produtos descartáveis são baratos e convenientes, as mercadorias devem estar sempre expostas e acessíveis. Portanto, pontos movimentados com grande circulação de pessoas, como rodoviárias, terminais de ônibus e metrô, avenidas comerciais, e até aglomerados de empresa do mesmo segmento, são os mais adequados para a loja.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Leia mais sobre este assunto nas publicações do Sebrae: Caderno do empreendedor individual e o Microempreendedor individual.

O contador, profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa e conhecedor da legislação tributária, poderá auxiliar o empreendedor neste processo.

Para abertura e registro da empresa é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na entidade sindical patronal: empresa ficará obrigada a recolher a contribuição sindical patronal, por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social –

INSS/FGTS”; Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o “Habite-se” pela prefeitura.

Importante:

- Para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento.

- A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças etc.

- É necessário observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) - Lei Federal nº. 8.078 publicada em 11 de setembro de 1990.

5. Estrutura

Para uma estrutura mínima com um ponto comercial, estima-se ser necessária uma área de 50 m², com flexibilidade para ampliação conforme o desenvolvimento do negócio. Os ambientes podem ser divididos em área de vendas, escritório, depósito e uma copa.

A área de vendas pode ser organizada de forma que possibilite o autoatendimento, com espaço para balcão de caixa e vitrine. As vitrines externas permitam a maior transparência para o interior da loja e que exponham, de forma organizada, uma boa variedade de produtos. Também pode ter um espaço para montagem de uma mesa (se possível na vitrine da loja), com diversos produtos de um determinado tema e com nomes e fotos demonstrando assim como seria o evento personalizado.

Estoque/Depósito deverá ser composto de escaninhos para acomodar os produtos a serem comercializados, separados por tipo;

O escritório é destinado à elaboração das tarefas administrativas e financeiras da loja de descartáveis, 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 administrativas.

A copa deve permitir que os funcionários realizem suas refeições de modo adequado.

6. Pessoal

O fator humano é fundamental para o sucesso de uma loja de produtos descartáveis para festa. Contar com profissionais qualificados e comprometidos deve estar no topo da lista de prioridades do empreendedor.

O número de funcionários da loja vai variar de acordo com seu o tamanho. Em geral, uma pequena loja pode contar com dois vendedores, além do empreendedor. Suas atribuições são:

- **Empreendedor:** responsável pelas atividades administrativas, financeiras, de controle de estoque e da comercialização. Deve ter conhecimento da gestão do negócio, dos processos operacionais e do mercado. Precisa manter contato com fabricantes e acompanhar as tendências do setor;
- **Vendedor:** responsável pelo atendimento aos clientes e orientar a compra. Suas principais qualidades devem ser: conhecer em profundidade os produtos oferecidos; entender as necessidades dos clientes; conhecer a cultura e o funcionamento da empresa; conhecer as tendências do mercado; desenvolver relacionamentos duradouros com os clientes; transmitir confiabilidade e carisma; atualizar-se sobre as novidades do segmento; zelar pelo bom atendimento após a compra.

É importante contar com um profissional para limpeza do ambiente.

A qualificação de profissionais aumenta o comprometimento com a empresa, eleva o nível de retenção de funcionários, melhora a performance do negócio e diminui os custos trabalhistas com a rotatividade de pessoal. O treinamento dos colaboradores deve desenvolver as seguintes competências:

- Capacidade de percepção para entender e atender as expectativas dos clientes;
- Agilidade e presteza no atendimento;
- Capacidade de apresentar e vender os serviços da loja;
- Motivação para crescer juntamente com o negócio;

Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores nessa área, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, consequências desagradáveis.

O empreendedor pode participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor. O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados.

7. Equipamentos

Os materiais básicos para a instalação de uma loja de produtos descartáveis para festa são:

- vitrines e gôndolas;
- dois balcões de caixas;
- prateleiras, móveis e materiais de escritório;
- Expositor de TNT, Aramados
- telefone, microcomputador;
- impressora multifuncional;
- equipamentos para a copa como frigobar e microondas .

Ao fazer o layout da loja, o empreendedor deve levar em consideração a ambientação, embelezamento, facilidade para circular entre as gôndolas, ventilação e iluminação.

Na área externa, deve-se atentar para a fachada, letreiros, entradas, saídas e estacionamento.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques apresenta particularidades de acordo com o tipo do negócio - comércio ou prestação de serviço. De qualquer forma, deve-se buscar a eficiência nesta gestão, sendo que o estoque de mercadorias deve ser suficiente para o adequado funcionamento da empresa, mas mínimo, para reduzir o impacto no capital de giro.

Fique atento, pois a falta de mercadorias pode representar a perda de uma venda. Por outro lado, possuir mercadorias estocadas por muito tempo é deixar dinheiro parado. É essencial o bom desempenho na gestão de estoques, com foco no equilíbrio entre oferta e demanda. Esse equilíbrio deve ser sistematicamente conferido, com base, entre outros, nestes três indicadores de desempenho:

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

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

3 - Nível de serviço ao cliente: demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, no varejo de pronta entrega (segmento em que o cliente quer receber a mercadoria ou o serviço imediatamente após a escolha), pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

O estoque de mercadorias é muito importante para o sucesso de uma loja de produtos descartáveis para festa. O empreendedor deve conhecer o perfil de sua clientela e vender artigos que satisfaçam aos seus desejos de consumo. Os principais produtos descartáveis ofertados pela loja são:

Adereços descartáveis (anéis, pulseiras, brincos, chapéus);

- Balões (diversos tipos);
- Bandeja de plástico;
- Barbante;
- Canudos de plástico ;
- Talheres de plástico;
- Confete;
- Convites;
- Copos de plástico e de isopor;
- Enfeites de isopor;
- Envelopes;
- Etiquetas adesivas;

- Filme de PVC;
- Fitas adesivas;
- Forminhas para doces;
- Guardanapos variados;
- Lembrancinhas variadas;
- Marmitex;
- Máscaras;

- Palitos;
- Papel alumínio;
- Potes para armazenamento;
- Pratos de plástico;
- Sacos de pipoca;
- Sacos de lixo;
- Sacolas;
- Serpentinhas;
- Toalhas de papel;
- Velas variadas;
- Painéis Com Diversos Temas;
- Formas de Chocolate;
- Piruliteiros;
- Porta Balões;
- Mini Taças;
- Boleiras;
- Potes de Plástico (tubetes, Latinhas, Garrafinhas, Mini Mamadeira, etc);
- Pulseiras de Neon;
- Pacotes de Doces (Balas, Pirulitos, Jujubas, marshmallow, Bombons etc);
- dentre diversos outros artigos descartáveis para festas.

Uma forma de minimizar o risco do negócio é oferecer uma ampla variedade de produtos, de vários fornecedores. Com o tempo, será possível identificar as preferências dos consumidores e investir nas mercadorias de maior demanda.

A oferta de novidades é a principal fonte de atração de clientes. Além do giro do estoque, o empreendedor pode aumentar a oferta de produtos através do lançamento de novas linhas.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo de uma loja de produtos descartáveis para festa pode ser agrupado em duas grandes etapas:

1) Aquisição de mercadorias - no comércio, “vender bem” significa, acima de tudo, “comprar bem”. Como a loja oferece produtos de baixo custo, deve-se investir em mercadorias com alto giro. A negociação com fornecedores e distribuidores deve buscar condições favoráveis de preço e prazo de pagamento.

2) Vendas - os artigos 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. Vendedores capacitados podem complementar o autoatendimento, sempre com prestatividade e cortesia.

As atividades da loja também englobam os processos de administração, finanças e gestão de recursos humanos. A gestão administrativa e financeira abrange o faturamento, o controle de caixa, o controle de contas a receber e cobranças, a compra de insumos, o controle de contas a pagar de fornecedores e a prestação de informações ao escritório contábil. Já a gestão de recursos humanos compreende a admissão, rescisão, treinamento e pagamento de funcionários.

10. Automação

Esse segmento empresarial funciona com um nível de automação relativamente baixo, já que a sistemática deste tipo de empreendimento é basicamente a área de vendas, controle de estoque e administrativo-financeiro.

A estrutura de automação de uma loja de produtos descartáveis irá requerer um software integrado, que consiga operacionalizar a área de vendas, estoque e administrativo-financeira. Com uma automação completa a gestão operacional da empresa se tornará mais simples e ágil.

Atualmente, existem diversos sistemas informatizados (softwares) que podem auxiliar o empreendedor na gestão de uma loja de produtos descartáveis.

Seguem algumas opções:

- BitLoja Plus;
- Loja Fácil – Easystore;
- Myloja One;
- Posh Shop;
- SGI-Plus;
- SisGEF – Loja Comercial, Sistema Vendaki.

Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor, verificando ainda se o aplicativo possui funcionalidades, tais como: controle de mercadorias; controle de taxa de serviço; controle dos dados sobre faturamento/vendas, gestão de caixa e bancos (conta corrente); emissão de pedidos; lista de espera; organização de compras e contas a pagar; relatórios e gráficos gerenciais para análise real do faturamento da loja.

11. Canais de Distribuição

A expressão “canais de distribuição” designa os caminhos adotados pela empresa para fazer chegar os seus serviços até os clientes. É determinado em função da abrangência da área de atuação, das características sociais e econômicas do local e principalmente do perfil da clientela. É um dos elementos do composto mercadológico “4Ps do Marketing”, representando a Praça, juntamente com Produto, Preço e Promoção.

O Produtos devem ser disponibilizados em prateleiras nas lojas físicas de forma que os clientes possam ter acesso sem demais dificuldades.

Ao determinar os canais de distribuição da loja de produtos descartáveis o empreendedor

deve avaliar os aspectos de cobertura de atendimento, meio de transporte usado pelos clientes e acessibilidade. Nesta atividade o atendimento, normalmente é realizado na sede da empresa, por meio de demanda espontânea ou provocada. As vendas também podem ser realizadas por meio eletrônico, acompanhando as tendências do novo consumidor.

O sucesso no negócio depende ainda da percepção em analisar o mercado e se adequar aos novos canais de distribuição dos seus produtos, considerando sempre, o produto a ser ofertado, o preço, a praça e eventuais promoções.

12. Capital de Giro

O capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez nos ciclos de caixa. Funciona com uma quantia imobilizada (inclusive em bancos) para suportar as oscilações de caixa.

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

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos. Mas se ainda assim for necessário, deve procurar empréstimos que ofereçam prazos mais longos, taxas menores, e, se possível, período de carência.

O valor de capital de giro projetado nesta Ideia de loja de produtos descartáveis considerou prazos bem elásticos para cumprimento das obrigações: pagamento de fornecedores - 40 dias, pagamento de impostos e contribuição social 15 dias, e salários 30 dias. No financiamento das vendas, ou seja, prazo de recebimento dos clientes - 30 dias, 20 dias em média de caixa mínimo.

13. Diversificação/Aggregação de Valor

Agregar valor significa oferecer produtos e serviços complementares ao produto principal, diferenciando-se da concorrência e atraindo o público-alvo. Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto ou serviço prestado.

Um exemplo de como agregar valores ao produto principal, como já explicado, é a personalização dos produtos a serem vendidos.

As pesquisas quantitativas e qualitativas podem ajudar na identificação de benefícios de valor agregado. No caso de uma loja de produtos descartáveis para festa, existem várias oportunidades de diferenciação, tais como:

- Criação de programas de fidelidade para os clientes mais assíduos;
- Ampliação de linhas de produtos, como fantasias e pacotes de decoração;
- Venda de produtos por telefone, WhatsApp, Redes Sociais e/ou site;
- Representação autorizada de fabricantes;
- Contrato de fornecimento com casas de eventos e empresas.

14. Divulgação

O grande desafio é atrair a atenção do cliente e em meio a tantas opções, ser o escolhido para fornecer os descartáveis que ele demanda naquele momento. Por essa razão bem óbvia quanto maiores forem os meios de fazer esse link, maiores serão as chances de sucesso nessa disputa. Então, fazer investimento constante em estratégias de promoção de vendas, adotar política de preços que considere aspectos internos (custos) e externos (praticados pelos concorrentes), ter produtos de marcas reconhecidas e confiáveis, prestar serviços de boa qualidade, e disponibilizar várias portas de entrada para o cliente.

A divulgação é uma estratégia que deve ser usada abundantemente, porém de forma, planejada. As campanhas publicitárias devem ser adequadas ao orçamento da empresa, à sua região de abrangência e às peculiaridades do local. Algumas ações mercadológicas consideradas acessíveis e bem eficientes:

- Disponibilizar um site com vendas online, se possível. É fundamental divulgar nos sites de busca;
- Criar perfis nas redes sociais (*Facebook, Twitter, Instagram, etc.*);
- Disponibilizar *whatsapp* para agilizar a comunicação com clientes e fornecedores;
- Confeccionar folders e *flyers* para a distribuição em pontos estratégicos e residências;
- Participar de feiras e eventos setoriais;
- Oferecer brindes como forma de cativar os clientes;
- Firmar parcerias com fornecedores;
- Realizar parcerias com casas de festas, bufês, lojas de decoração e cerimonialistas;
- Confeccionar cartões de visita para disponibilizar em festas, com autorização do dono da festa;
- Outras opções de divulgação que podem ser adotadas, sempre considerando o custo-benefício e raio de abrangência: rádio, TV, jornais locais, *outdoor*, revistas, carro ou bicicleta de som, etc.

O empreendedor deve sempre entregar o que foi prometido e, quando puder, superar as expectativas do cliente. Afinal a melhor propaganda é aquela feita pelos próprios clientes, que bem atendidos ficam satisfeitos e indicam para outras pessoas.

Lembre-se que a propaganda boca a boca é fator de fortalecimento das marcas.

15. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de loja de produtos descartáveis para festa, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 4789-0/99 como a atividade de comércio varejista especializado na revenda de artigos para festas, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas MEs (Microempresas) e EPPs (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que 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.

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>):

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. Esta atividade se enquadra no Anexo II da Lei Complementar nº 123/2006, cujas alíquotas aplicáveis variam de 4% a 19%, dependendo da faixa de receita bruta anual auferida.

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

Se a receita bruta anual não ultrapassar 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 - Alterada pela Resolução CGSN Nº 135, DE 22 de agosto de 2017.

Ao ultrapassar o limite de faturamento, o MEI migrará para microempresa, tendo duas situações:

1º) Se o faturamento for maior que R\$ 81 mil no ano (ou proporcional no primeiro ano considerando R\$6.750,00/mês de funcionamento), deve solicitar o desenquadramento e passar a recolher o imposto Simples Nacional como microempresa, com percentuais de acordo com a atividade exercida.

2ª) MEI passa à condição de microempresa (faturamento até R\$ 900 mil) ou de empresa de pequeno porte (faturamento R\$ 4,8 milhões), retroativo ao mês janeiro ou ao mês da inscrição (formalização), caso o excesso da receita bruta tenha ocorrido durante o próprio ano-calendário da formalização. Passa, então, a recolher os tributos devidos na forma do Simples Nacional, com percentuais de acordo com a atividade exercida.

Nas duas situações acima, o MEI deverá solicitar obrigatoriamente o desenquadramento como MEI no portal do Simples Nacional:

<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>

Fundamentos Legais: Leis Complementares nº 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011), Lei Complementar nº 147/2014, Lei Complementar 155/2016 e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011 e Resolução CGSN Nº 135, DE 22 de agosto de 2017.

Para mais informações sobre essa modalidade consulte o *site* do portal do empreendedor: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>.

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.

16. Eventos

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

- Toys, Parties & Christmas Fair South America – <http://www.grafitefeiras.com.br>
- House & Gift Fair Sul - Feira Anual Regional - <http://www.grafitefeiras.com.br>
- FISPAL Tecnologia - Feira Internacional de Embalagens & Processos Industriais para a Indústria de Alimentos - <https://www.fispaltecnologia.com.br/pt/a-feira.html>

EXPO FESTAS E PARQUES - Expo Festas e Parques, Natal Show e Candy & Cake Show - São Paulo – SP, <http://www.expofestaseparques.com.br>

17. Entidades em Geral

As instituições organizadas podem fornecer informações importantes sobre o negócio em estudo. Normalmente elas fazem pesquisas e disponibilizam dados de mercado que podem contribuir no desenvolvimento da ideia de negócio.

Em âmbito estadual, os principais locais para a busca desses dados são as associações locais de classe, os sindicatos estaduais/distritais, a Câmara de Dirigentes Lojistas, universidades, entidades de desenvolvimento regional que sistematizam dados sobre o estado ou município.

Relação de entidades setoriais de atuação nacional:

- ABRE – Associação Brasileira de Embalagem - <http://www.abre.org.br>
- ABEOC – www.abeoc.org.br

ASBRAFE (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO COMERCIO DE ARTIGOS PARA FESTAS) - <https://asbrafe.com.br>

- ABRAFESTA - Associação Brasileira de Eventos - <https://abrafesta.com.br>

18. Normas Técnicas

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, utilizados como importantes referências para o mercado. Elas podem estabelecer requisitos de qualidade, de desempenho, de segurança (seja no fornecimento de algo, no seu uso ou mesmo na sua destinação final), mas também podem estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar classificações ou terminologias e glossários, definir a maneira de medir ou determinar as características, como os métodos de ensaio.

As normas técnicas são publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT. Não existem normas técnicas que regulamentem este segmento empresarial.

19. Glossário

Artigos descartáveis: produtos que são utilizados somente uma vez e se descarta.

mix de produtos: é uma variedade de itens disponibilizados para venda em uma empresa.

Gôndola: móvel com prateleiras usado no comércio para exposição de produtos em geral.

Confraternização: Evento destinado ao convívio e socialização de pessoas com o mesmo interesse.

Confeito: grão, guloseima, bolinha açucarada que serve para enfeitar bolos e sobremesas.

Serpentinas: uma fita de papel, estreita, comprida e colorida, enrolada em discos, que se

desenrolam ao serem arremessados.

Halloween: Dia das Bruxas, celebração popular comemorada anualmente no dia 31 de outubro.

Nicho de mercado: segmento ou parte de um determinado mercado.

20. Dicas de Negócio

As festas mais sofisticadas evitam utilizar itens descartáveis. Normalmente, nestes casos, os organizadores do evento utilizam casas de festas, decoração contratada e louças e metais alugados. Portanto, convêm direcionar os investimentos para alcançar eventos informais que costumam usar descartáveis pela praticidade e segurança, como por exemplo, churrascos, festas infantis, shows, feiras, etc.

Uma boa forma de diversificar nessa atividade é agregando valor ao produto principal. Alguns fatores devem ser observados e levados em consideração por parte do empreendedor, tais como:

- Produtos com design arrojado e que ofereçam melhor utilização;
- Funcionalidade. Os descartáveis devem ser acima de tudo funcionais, garantindo fácil manuseio, transporte e armazenagem;
- Diversidade de nicho de atuação oferecendo linhas de produtos variadas.
- Produtos com apelo ecológico, biodegradável.
- Trabalhar com marcas que pregam a sustentabilidade em seu processo produtivo.
- Tentar fidelizar seus clientes com ações de pós-venda, como: promoções diárias, informando novos produtos/serviços ofertados, cartões de aniversários, contato telefônico ou via mensagem de texto informando de novos produtos/eventos/promoções.

21. Características Específicas do Empreendedor

As pessoas de sucesso apresentam comportamentos comuns que foram destacadas num estudo realizado pela ONU. Algumas dessas características já nascem com os empreendedores e outras podem ser desenvolvidas por meio de aprendizados e práticas. Todas elas têm seu grau de importância, mas algumas se destacam como primordiais na essência deste negócio específico. São elas:

- Busca de oportunidades – o empreendedor deve estar atento às tendências de tecnologia da informação, acompanhar os movimentos deste mercado, identificar as novidades e adaptar sua oferta e forma de atuação.
- Busca de Informações - conhecer muito bem o ramo que escolheu. Preferencialmente que trabalhe no mesmo ou tenha trabalhado. Caso não seja possível, faça muitas pesquisas, muitas visitas aos concorrentes. Não economize neste quesito, pois mais tarde você será recompensado.

- Estabelecimento de Metas – com visão futurística o empreendedor estabelece desafios a serem cumpridos, determina um ponto de chegada com prazo definido.
- Planejamento e Monitoramento – organiza de atividades de maneira objetiva, com prazos de execução definidos, estabelecendo medidores que permitam o monitoramento dos resultados.
- Comprometimento – essa característica está diretamente relacionada com sacrifício pessoal. O empreendedor comprometido vai além dos seus interesses e coloca a empresa em primeiro lugar.
- Qualidade e Eficiência – Exige que os recursos disponíveis sejam usados da melhor forma possível de modo que alcance os melhores resultados com o emprego do menor quantitativo de insumos.
- Riscos Calculados - O empreendedor deve ainda ter bem desenvolvida a capacidade de assumir “riscos calculados”. Isto quer dizer, não ter medo de desafios, arriscar conscientemente. Calcular detalhadamente cada passo em direção a formatação da empresa.
- Persistência – ela não permite que o empreendedor desista diante de obstáculos, reavalia e insiste ou muda seus planos para alcançar os objetivos, esforça-se além da média para fazer dar certo.
- Independência e autoconfiança – Não importa o tamanho dos problemas que enfrentará no andamento do processo de empreender. O empreendedor encontra dentro de si motivos para sempre seguir em frente, pois agindo assim, sua equipe nunca esmorecerá e o sucesso virá com certeza.
- Persuasão e Rede de Contatos – usa estratégias de convencimento de pessoas levando-as a fazerem aquilo que considera importante para o seu negócio. Relaciona-se com pessoas que podem dar alguma contribuição positiva para o alcance dos seus objetivos e segundo seus interesses.

22. Bibliografia Complementar

NASCIMENTO, Daniele S. do; CORREA, Edileusa P. Idéia de um novo nicho de mercado para empresa de embalagens descartáveis. Adelectronica: Departamento de Economía y Administración de Empresas, n. 6, jul. 2007. Disponível em: <http://empresa.rediris.es/adelec/vol-6/9/9.pdf>. Acesso em: 09 mar. 2009.

SIQUEIRA NETO, Armando Correa de Atendimento fora de série: manual para atender muito bem o cliente / Armando Correa de Siqueira Neto Mogi Mirim – São Paulo: 2016

FESTAS INFANTIS. Disponível em: <http://www.festasinfantis.com.br>. Acesso em: 12 fev. 2009.

MEGAFESTAS. Disponível em: <http://www.megafestas.com.br>. Acesso em: 12 fev. 2009.

Estudo Macroeconômico da Embalagem Abre/ FGV. Disponível Em: <http://www.abre.org.br/setor/dados-de-mercado/dados-de-mercado/>. Acesso em 19 novembro 2017.

População do Brasil. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 03/09/2019

Feiras/Eventos. Disponível em: www.expofestaseparques.com.br. Acesso em: 04/09/2019

ASBRAFE (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO COMERCIO DE ARTIGOS PARA FESTAS). Disponível em: <https://asbrafe.com.br>. Acesso em: 07/09/2019

23. Planejamento Financeiro

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

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

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

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

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

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

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

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

24. Produtos e Serviços - Sebrae

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

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

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

Para desenvolver o comportamento empreendedor

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

Para quem quer começar o próprio negócio

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

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

Para quem quer inovar

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

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

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

25. Investimentos estimados

O valor estimado a ser investido num novo negócio envolve um conjunto de fatores, identificados ao longo do processo de instalação do empreendimento. O investimento para o início das atividades varia de acordo com o porte do empreendimento e os produtos e serviços que serão oferecidos. Os investimentos iniciais estimados comuns a uma empresa deste segmento são:

- Balcão Caixa: R\$ 600,00;
- Móveis e materiais de escritório: R\$ 2.000,00;
- 3 Microcomputadores: R\$ 4.500,00;
- 2 Impressoras: R\$ 1.500,00;
- 1 Impressoras Notas Fiscais: R\$ 400,00;
- Telefone: R\$ 200,00;
- 10m de Gondolas de Paredes: R\$ 1.500,00;
- 10m de Gondolas de Central: R\$ 1.800,00;
- 2 Gondolas de Ponta: R\$ 1.000,00;
- 1 Expositor de TNT: R\$ 400,00;
- 1 Expositor Aramado: R\$ 300,00;
- 3m Vitrine: R\$ 500,00;
- Sistema de Segurança: R\$ 1.500,00;
- Despesas Pré-operacionais(contador e abertura da empresa): R\$ 2.000,00;
- Capital de giro: R\$ 6.500,00
- Estoque inicial: R\$ 18.000,00.

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

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando o segmento de clientes, os

concorrentes, a mão de obra necessária, fornecedores, as atividades chave, as parcerias possíveis, sua estrutura de custos e fontes de receita.

Os valores aqui apresentados foram previstos considerando a estrutura física e os equipamentos descritos nos tópicos 5 e 7 respectivamente deste trabalho, cujo Investimento Inicial Total traz o montante de R\$ 40 mil reais. Desse valor 80% é destinado a investimentos fixos (máquinas, equipamentos, mobiliário, formação de estoque inicial); 5% é para cobrir custos pré-operacionais (contador, legalização) e os outros 15% para composição do capital de giro.

A previsão de Faturamento médio mensal da Loja gira em torno de R\$ 30.000,00

Obs.: vale ressaltar que estes números são estimados, não devendo, portanto, dispensar uma pesquisa detalhada para cada projeto alinhada à elaboração de um Plano de Negócio.

26. Custos estimados

Os custos dentro de um negócio são empregados tanto na elaboração dos serviços ou produtos quanto na manutenção do pleno funcionamento da empresa. Entre essas despesas, estão o que chamamos de custos fixos e custos variáveis.

Previsão de Custos tendo como base um faturamento médio mensal de R\$ 30.000,00

Custos variáveis

São aqueles que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção.

Custos fixos

São os gastos que permanecem constantes, independente de aumentos ou diminuições na quantidade produzida e vendida. Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio.

Os gastos realizados para operar o negócio devem ser estimados considerando os itens abaixo:

- Custos dos impostos (9,5% Simples Nacional 3ª Faixa) – R\$ 2.850,00
- Propaganda / Marketing – R\$ 525,00
- Comissões Sobre Vendas – R\$ 700,00
- Salários e encargos – R\$ 3.900,00
- Água – R\$ 150,00
- Energia Elétrica – R\$ 400,00
- Contador – R\$ 850,00

- IPTU/12 – R\$ 110,00
- Despesas Financeiras – R\$ 350,00
- Telefone/internet – R\$ 250,00
- Pró-labore – R\$ 957,00
- Aluguel – R\$ 2.000,00
- Seguro/12 - R\$80,00

Obs.: vale ressaltar que estes números são estimados, não devendo, portanto, dispensar uma pesquisa detalhada para cada projeto alinhada à elaboração de um Plano de Negócio.

Nos gastos mensais com mão de obra foram considerados salários de dois colaboradores (um atendente e um caixa) com jornada de trabalho de 44 horas semanais, mais benefícios provenientes de acordos coletivos da categoria e encargos trabalhistas. As atividades administrativas ficam sob a responsabilidade do dono da empresa.

Os custos de aquisição de mercadoria estão integrados nos custos variáveis que abrangem também: impostos, comissões, mão de obra operacional, despesas com cartões de crédito e de débito, etc.

Nos custos fixos foram considerados gastos com aluguel, honorários contábeis, pró-labore, energia, água, Seguro, IPTU, ações de *marketing*, etc.

Um dos fatores fundamentais para o sucesso do empreendimento é a forma como serão gerenciados os custos diretos e indiretos, por isso, na tarefa de controlar custos o administrador deve procurar preços menores na hora de comprar, negociar prazos mais extensos para pagamento de fornecedores, evitar gastos e despesas desnecessárias, manter equipe de pessoal enxuta, cercar-se de medidas que reduzam a inadimplência dando preferência por cartões de crédito e débito como forma de recebimento das vendas, etc.

