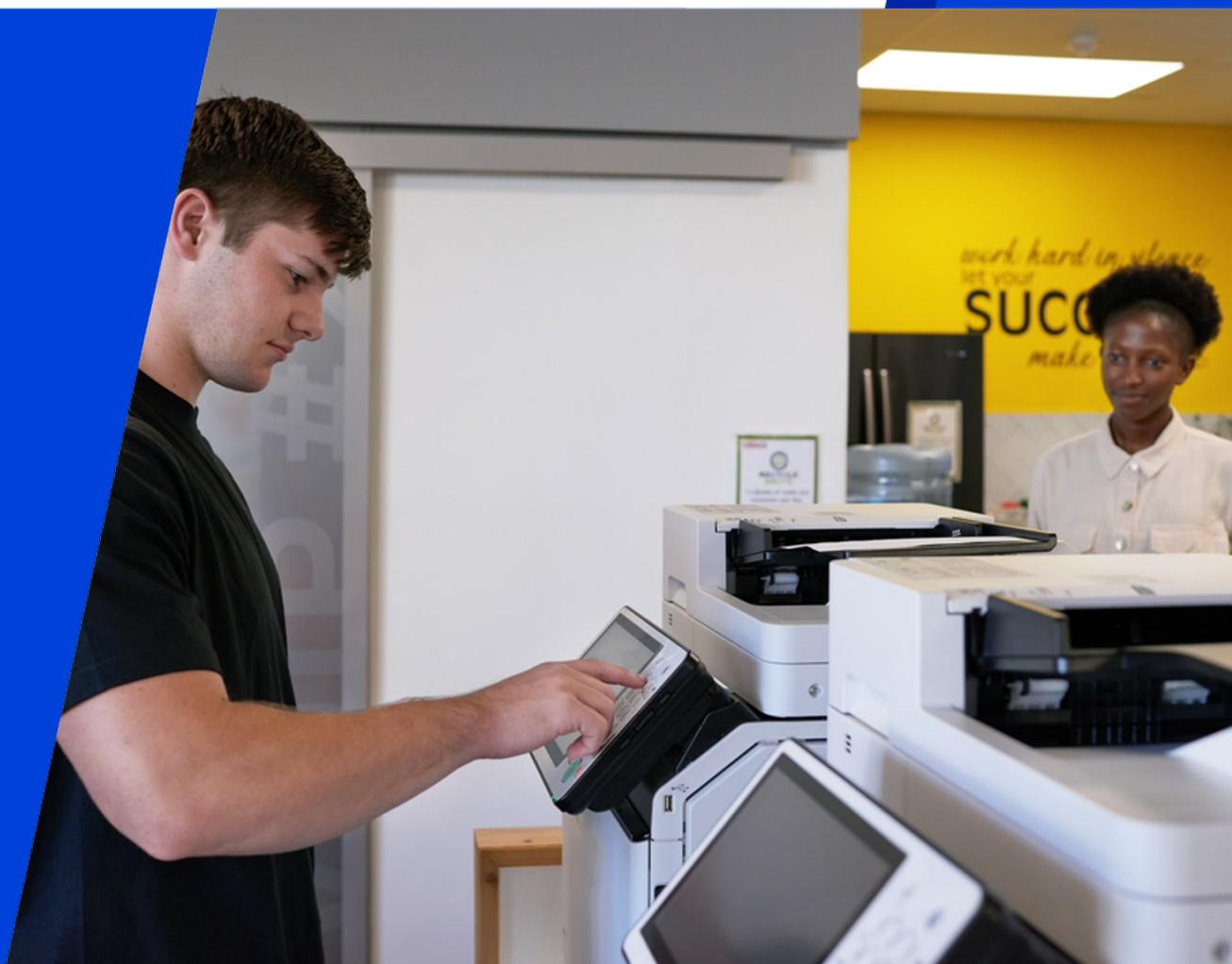


Serviço de fotocópia



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	1
Localização.....	2
Exigências Legais e Específicas.....	3
Estrutura.....	4
Pessoal.....	5
Equipamentos.....	6
Matéria Prima/Mercadoria.....	7
Organização do Processo Produtivo.....	9
Automação.....	10
Canais de Distribuição.....	10
Investimentos.....	11
Capital de Giro.....	12
Custos.....	13
Diversificação/Agregação de Valor.....	13
Divulgação.....	14
Informações Fiscais e Tributárias.....	15
Eventos.....	18
Entidades em Geral.....	18
Normas Técnicas.....	19
Glossário.....	19
Dicas de Negócio.....	20
Características Específicas do Empreendedor.....	21
Bibliografia Complementar.....	22
Fonte de Recurso.....	22
Planejamento Financeiro.....	22
Produtos e Serviços - Sebrae.....	23
Sites Úteis.....	24

1. Apresentação de Negócio

“Tire uma xerox, por favor”. Embora todo mundo entenda que o autor da frase esteja solicitando uma fotocópia, o termo “xerox” é um exemplo de marca que virou sinônimo de produto. Na verdade, Xerox é uma marca patenteada de uma empresa multinacional, sediada em Rochester, nos Estados Unidos. Sua história confunde-se com a história da própria fotocópia ou cópia xerográfica.

O serviço de fotocópia tem origem no final dos anos 40, quando a Xerox, à época apenas uma pequena fábrica norte-americana de produtos fotográficos, decidiu aproveitar o processo de xerografia para criar a primeira máquina fotocopadora, a Xerox Model A. O novo equipamento permitia a fotocópia de documentos em papel comum, utilizando os princípios da eletricidade estática, mas a primeira das máquinas xerográficas a ganhar as prateleiras veio à luz somente em 1949 quando foi introduzida a primeira copiadora.

Essa invenção revolucionou a forma como as pessoas se relacionavam com o papel, proporcionando a capacidade de multiplicar conhecimento, divulgar produtos e serviços, armazenar cópias de documentos e gerar novos negócios.

Com a chegada do mundo digital, e contrariando o senso comum, a informatização de empresas e domicílios ampliou o consumo de papel devido à necessidade de impressão de uma quantidade cada vez maior de dados e informações. Porém, o negócio de fotocopadora teve que se reinventar. Houve uma integração tecnológica entre os serviços de fotocópia, digitalização e impressão de documentos, disparando a modernização dos equipamentos e criando uma oferta maior de serviços para as empresas e cidadãos. Os principais serviços oferecidos por uma empresa de fotocópias são:

- Cópias: a partir do original, são reproduzidas cópias xerográficas (preto e branco e colorida);
- Impressão: o cliente traz o arquivo digital ou manda por e-mail para impressão;
- Encadernação: o material a ser encadernado é perfurado para a colocação de espiral;
- Plastificação: o material é recoberto por uma camada de plástico duro;
- Digitalização: a partir de uma cópia impressa, o documento é escaneado e gravado em arquivo PDF.

Este negócio evoluiu tanto, que maquetes, luminárias e até mesmo próteses podem ser impressas, com a tecnologia da impressão 3D. Os empreendedores que desejam trabalhar neste segmento precisam estar antenados sobre a necessidade tecnológica de seus clientes visto que apenas a singela fotocópia não garante mais o retorno sobre o investimento realizado.

Vale reforçar, que este documento não substitui o Plano de Negócio. Para elaboração deste plano consulte o Sebrae mais próximo.

2. Mercado

O mercado consumidor de fotocópias é bem amplo, englobando desde o cidadão comum que necessita de cópias esporádicas de um documento, pequenas empresas que dependem deste serviço para o seu processo produtivo de trabalho e até mesmo grandes empresas que terceirizam este serviço.

As empresas que prestam serviços de fotocópias precisam competir com gráficas de conveniência, papelarias, lotéricas, bancas de revistas e pequenos estabelecimentos que também possuem o equipamento. Quase sempre, estes concorrentes diretos não possuem o serviço de fotocópia como o principal negócio do estabelecimento, mas exercem uma forte influência no mercado, roubando clientes das empresas especializadas.

Por isso é importante estar atento às novas necessidades dos clientes. Existe, por exemplo, um mercado que está crescendo bastante; o de empresas que dependem do serviço de fotocópia para seu processo produtivo de trabalho mas não querem alocar esforços na manutenção destas máquinas de alto custo de aquisição e manutenção. Surge então o Outsourcing de impressão, que nada mais é do que terceirizar estes serviços, ou seja, buscar empresas especializadas no assunto que ofereçam os serviços de locação, manutenção de máquinas copadoras e aquisição de toner.

Isso significa que, ao invés de adquirirem máquinas mediante leasing ou financiamento, as grandes corporações contratam empresas de tecnologia da informação para prover os serviços de impressão, cópia, fax e scanner. Estas empresas disponibilizam modernos equipamentos de impressão nas dependências dos clientes e cobram por demanda, de acordo com a quantidade de folhas impressas, cópias e digitalizações. As máquinas tornam-se ilhas de impressão dentro da empresa, atendendo a dezenas de computadores. Mensalmente, um técnico verifica o número de impressões, digitalizações e cópias solicitadas para emitir a fatura. A nova modalidade de negócio barateou o acesso às fotocopiadoras para as grandes instituições e reduziu a demanda por serviços externos de fotocópias.

Uma tendência que surge é a Impressão em 3 Dimensões (impressão 3D), que pode imprimir modelos feitos por gesso e poliamida ideal para produtos como mokusps de testes de embalagens e maquetes, bem como replicar um objeto.

3. Localização

A localização do ponto comercial é uma das decisões mais relevantes para um negócio. Para isso o empreendedor deve considerar o público-alvo e a estratégia do negócio. No geral, a localização deve ser decidida levando em consideração alguns aspectos, tais como:

a) Aspectos urbanísticos e de infraestrutura:

- Segurança da região;
- Proximidade a áreas de risco de alagamentos ou enchente;
- Infraestrutura de serviços públicos e recolhimento de lixo;
- Disponibilidade dos serviços de água, luz, telefone e internet.

b) Aspectos estratégicos:

- Localidade de grande fluxo de pessoas;
- Proximidade de negócios complementares como escolas, faculdades, livrarias e outros;
- Proximidade de polos geradores de público”, tais como shoppings, supermercados, agências bancárias, faculdades, hospitais, terminais de ônibus e/ou metrô, parques e clubes

- Proximidade a fornecedores.

c) **Adequação aos clientes:**

- Facilidade de acesso;
- Disponibilidade de estacionamento interno ou no entorno.

Observação importante: Segundo o Código de Trânsito Brasileiro, estabelecimentos que possuem vagas com recuo e paralelas à via não podem caracterizá-las como privativas. A implementação de estacionamentos privativos para clientes devem seguir o estabelecido na Resolução CONTRAN 302/2008.

d) **Adequação aos funcionários:**

- Proximidade de estações e pontos de transporte coletivo;
- Infraestrutura de serviços (restaurantes, farmácias, bancos).

e) **Aspectos econômicos financeiros:**

- Preço de aluguel e qualidade dos imóveis disponíveis;
- Prazo e condições do contrato;
- Necessidade de reformas e adaptações.

Antes de assinar um contrato de aluguel ou aquisição do imóvel, é essencial verificar outros detalhes:

1. O imóvel atende às necessidades operacionais referentes à capacidade de instalação do negócio e tem possibilidade de expansão?
2. O imóvel está legalizado e regularizado junto aos órgãos públicos municipais?
3. As atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento ou o Plano Diretor do Município?
4. Os pagamentos do IPTU referente ao imóvel encontram-se em dia?

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos da sociedade. Deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Leia mais sobre este assunto no capítulo "**Informações Fiscais e Tributárias**"

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:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Registro na prefeitura municipal, 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”;
- 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.

Legislação específica: É importante que o empreendedor tenha conhecimento da Lei de Direito Autoral n. 9.610/98, artigo 46, inciso II, protege as obras da reprodução integral. Deste modo, só poderão ser extraídas cópias de um livro, sem que haja prévia autorização do autor ou editor, se for de pequenos trechos e em um só exemplar, para uso privado de quem copiou, sem intuito de lucro.

A reprografia de obras literárias, popularmente conhecida como “xerox”, sem a autorização do autor e da editora, com finalidade de lucro, é proibida. Para maiores esclarecimentos sobre Direito Reprográfico, consulte a ABDR - Associação Brasileira de Direito Reprográfico.

Além das exigências acima, para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento. É necessário, também, observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC).

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 e outros.

Sebrae local poderá ser consultado para orientação.

5. Estrutura

Para iniciar no Serviço de fotocópia não é necessário possuir uma estrutura complexa, pode-se começar devagar e aos poucos continuar investindo.

O espaço pode variar bastante, dependendo da quantidade de máquinas existentes, o ideal é que o imóvel tenha flexibilidade para ampliação conforme o desenvolvimento do negócio. Para iniciar suas atividades, sugere-se, que a sala comercial tenha a partir de 40m² e seja dividida da seguinte forma:

- 1) Área para máquinas copadoras;
- 2) Área para administração da empresa;
- 3) Área para balcão de atendimento a clientes;
- 4) Banheiro

O local de trabalho deve ser limpo e organizado. O piso, a parede e o teto devem estar conservados e sem rachaduras, goteiras, infiltrações, mofo e descascamentos. O piso deve ser de alta resistência e durabilidade e de fácil manutenção. Cerâmicas e ladrilhos coloridos proporcionam um toque especial, enquanto granito e porcelanato oferecem luxo e sofisticação ao ambiente. Paredes pintadas com tinta acrílica facilitam a limpeza. Texturas e tintas especiais na fachada externa personalizam e valorizam o ponto.

Sempre que possível, deve-se aproveitar a luz natural. No final do mês, a economia da conta de luz compensa o investimento. Quanto às artificiais, a preferência é pelas lâmpadas fluorescentes, que ressaltam as cores.

Profissionais qualificados (arquitetos, engenheiros, decoradores) poderão ajudar a definir as alterações a serem feitas no imóvel escolhido para funcionamento da loja, orientando em questões sobre ergometria, fluxo de operação, design dos móveis, iluminação, ventilação.

6. Pessoal

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento. Para amenizar os custos iniciais com folha de pagamento, convém optar pela contratação de uma equipe enxuta, assim, a proposta para uma empresa de fotocópia de pequeno porte é começar com duas pessoas como balconista e atendente. Nessa hipótese, o empreendedor deverá organizar seu tempo para cuidar da parte administrativa e ainda executar o trabalho.

Balconista atendente: responsável por atender os clientes no balcão, regular a máquina, adicionando tinta e papel, de acordo com o trabalho e eventualmente fazer pequenos reparos nas máquinas.

Administrador do negócio: normalmente deverá ser exercido pelo empreendedor ou alguém de sua confiança. Irá cuidar dos processos administrativos da empresa, caixa e também fazer atendimento.

Para os serviços com entrega em domicílio, recomenda-se firmar contrato com empresas de entrega via motoboy. Essa operação reduz os custos e riscos para a empresa.

Depois de realizar a seleção adequada dos funcionários, será necessário proporcionar treinamento e capacitação a equipe, a fim de garantir uniformidade na abordagem de trabalho. Um treinamento inicial fundamental refere-se a como os colaboradores precisam se comunicar com os clientes e quais são as etapas de um bom atendimento. Estabeleça os principais problemas que podem acontecer e como eles poderão ser solucionados — a quem reportar, qual é o nível de responsabilidade e a melhor forma de agir, por exemplo.

Embora o serviço de tirar fotocópias não exija uma elevada qualificação profissional, o funcionário irá operar equipamentos de alto custo. Portanto, o treinamento técnico é fundamental para evitar prejuízos por estragos, desperdício e operação inadequada do equipamento. No caso de capacitação técnica, recomendam-se os cursos de CorelDraw, para desenvolver logotipos, cartões de visitas e pequenos folhetos, e de Photoshop, para o tratamento de fotos e imagens.

Os níveis salariais básicos são definidos pelos sindicatos de cada categoria, a partir daí o empresário poderá adequar políticas de remuneração considerando outros critérios, como os níveis de competências pessoais. Caso não haja sindicato específico para a categoria, deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores no Comércio, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas.

Recomenda-se a adoção de uma política de retenção de pessoal, oferecendo incentivos e benefícios de natureza financeiros ou outros. Assim, a empresa poderá diminuir os níveis de rotatividade e obter vantagens como a criação de vínculo entre funcionários e clientes e

ainda a diminuição de custos com recrutamento e seleção, treinamento de novos funcionários, custos com demissões.

Lembre-se que o empreendedor pode contar com cursos e consultorias do Sebrae nas áreas de atendimento ao cliente, Gestão de Pessoas e Liderança.

7. Equipamentos

No momento de aquisição dos equipamentos, o empreendedor deve decidir entre duas alternativas: ter apenas uma loja de fotocópia ou ter a loja de fotocópia e oferecer serviços de *outsourcing* de impressão.

Para esta ideia de negócio, os exemplo é considerada apenas a loja de fotocópia. Entende-se que o empresário pode iniciar com uma estrutura pequena e aos poucos ir investindo, à medida que for conhecendo o negócio. Para um Serviço de Fotocópia sugere-se os seguintes equipamentos:

Equipamento

Estimativa R\$

Estação de impressão monocromática 105 ppm
R\$ 15.000,00
Impressora 3 em 1
R\$ 7.000,00
Impressora multifuncional laser colorida 36 ppm
R\$ 6.000,00
Guilhotina 20 folhas
R\$ 600,00
Alicate para acabamento em espiral
R\$ 70,00
Encadernadora manual para espiral - 20 folhas
R\$ 550,00
Grampeador para 100 folhas
R\$ 50,00
Grampeador para 240 folhas
R\$ 100,00
Grampeador metal 20 folhas
R\$ 30,00
Perfurador para 40 folhas
R\$ 50,00
Perfurador para 25 folhas
R\$ 30,00
Extratores para grampo
R\$ 20,00
Software Corel Draw X7
R\$ 1.500,00
Licença Photoshop para 12 meses
R\$ 1.200,00
Estabilizadores para impressoras multifuncionais
R\$ 1.500,00
Gaveta de dinheiro automática

R\$ 200,00

Impressora fiscal

R\$ 500,00

Computador

R\$ 1.600,00

Balcão de apoio

R\$ 1.500,00

Balcão de atendimento

R\$ 2.500,00

Investimento total

R\$ 40.000,00

Vale lembrar, que os valores citados são apenas estimativas.

A impressora deve acompanhar um computador com uma configuração mínima capaz de rodar softwares gráficos, como o CorelDraw e Photoshop. Porém, tais impressoras não são adequadas para a impressão de grandes quantidades, pois os custos de manutenção e dos insumos (papel e cartuchos de tinta) são elevados.

Com um capital maior, recomenda-se a aquisição de uma impressora offset monocolor ou bicolor, que varia de modelo e tamanho máximo de impressão. Por exemplo: uma impressora Multilite Monocolor pode imprimir 6.000 impressos traços por hora ou 4.000 no formato: 24 X 33cm. Neste caso, sugere-se também a compra de uma imagesetter (impressora de fotolito), uma processadora de fotolito, uma prensa de contato para gravação de chapas e uma processadora de chapas.

A utilização adequada dos equipamentos é fundamental para reduzir o processo de depreciação. Se a máquina estiver bem conservada, o produto final sairá com qualidade, evitando o desperdício de material. O empreendedor também deve se preparar para a renovação programada dos equipamentos obsoletos por máquinas mais modernas. A cada dia são lançados novos equipamentos com tecnologia mais avançada, mais rápida, mais barata, com melhor qualidade de impressão e com manutenção simplificada. Não se recomenda adquirir constantemente o equipamento top de linha, pois o custo seria proibitivo. Também não se deve manter um aporte tecnológico atrasado. O segredo é equilibrar com sensatez a substituição das máquinas, planejando o retorno do investimento realizado.

Uma opção bastante utilizada pelos empresários do ramo é contratar o serviço de *Outsourcing* de impressão. Mesmo para uma empresa que oferece os serviços de fotocópia, esta terceirização pode ser interessante, pois reduz o custo inicial de investimento e oferece agilidade na substituição de máquinas quebradas e reposição de insumos.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques apresenta particularidades de acordo com o tipo de negócio/comércio ou prestação de serviço. De qualquer forma deve-se buscar a eficiência nessa 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 de estoque: número de vezes que o capital investido em estoque é recuperado por meio de vendas. É medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Quanto maior a frequência de entrega dos fornecedores, em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação dos 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 do cliente: demonstra o número de oportunidades de vendas que podem ter sido perdidas, no varejo de pronta entrega (segmento em que o cliente quer receber a mercadoria ou serviço imediatamente após a escolha), pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

O acompanhamento periódico dos indicadores de desempenho de estoques permite:

- Calcular corretamente a necessidade de capital de giro para manter mercadorias e matéria-prima;
- Evitar atrasos no fornecimento de materiais e componentes;
- Evitar a obsolescência, perecimento, perda de validade e desvios de produtos e materiais;
- Identificar produtos que estão sem giro e aqueles que possuem maior movimentação;
- Determinar o estoque mínimo ideal para cada item;
- Reduzir gastos desnecessários com produtos de baixo giro;
- Elaborar estratégias frente ao capital de giro e o atendimento a clientes;
- Manutenção do estoque de segurança para reduzir os riscos com imprevistos.

Na opção de a empresa atuar com a comercialização de produtos, que agregam valor aos serviços, o empreendedor deverá atentar as leis e contrato social, para evitar problemas legais.

Quantidade

Itens

Estimativa R\$

100 fls

Capa para encadernação

R\$ 22,00

100 un

Espiral para encadernação até 25 folhas

R\$ 6,00

100 un

Espiral para encadernação até 50 folhas

R\$ 7,00

100 un

Espiral para encadernação até 100 folhas

R\$ 13,00

100 fls

Plástico para plastificação A 4
R\$ 8,00
100 fls
Plástico para plastificação CPF, Crachá e RG
R\$ 15,00
50 un
Resma de papel A4
R\$ 600,00
1 un
Resma de papel A 3
R\$ 35,00
2 un
Resma de papel Ofício
R\$ 34,00
1 un
Toner Impressora 3D
R\$ 400,00
3 un
Toner Impressora multifuncional
R\$ 210,00

Total

R\$ 1.350,00

As principais matérias primas utilizadas são papel e toner. O empreendedor deve procurar fornecedores confiáveis que possam suprir estes materiais com preço baixo, prazos de pagamento confortáveis e compromisso de entrega.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo de uma empresa é constituído basicamente pelo conjunto de atividades a serem desenvolvidas na produção de um bem ou serviço. Devido a sua importância para a empresa, é necessário que seja executado com planejamento, a fim de que se mantenha um padrão de qualidade.

O processo produtivo de uma empresa de serviço de fotocópia é constituído das seguintes etapas:

Recepção e atendimento do cliente: inicia-se com a abordagem do cliente e identificação de sua necessidade. Em seguida, o recebimento do material a ser copiado.

Orçamento: a partir da quantidade de cópias e do tipo de serviço é possível passar o valor dos serviços ao cliente

Execução de serviço: após a aprovação do orçamento pelo cliente, procede-se a execução do serviço de impressão de fotocópias e encadernação. Durante essa fase, eventualmente, deve-se realizar ajuste e regulação dos equipamentos.

Conferência: é fundamental realizar conferência da qualidade da impressão e contagem do número de folhas. Se identificadas divergências e falhas, realizar a reimpressão ou correção.

Ao final do expediente, os operadores devem realizar a limpeza do local e o fechamento do caixa, devendo este estar de acordo com o número de folhas utilizadas no dia.

Também é uma etapa importante do processo produtivo o controle do estoque de matéria-prima, para que seja realizada a compra e reposição de suprimentos (papel, tintas, tonners, entre outros) no momento adequado.

10. Automação

Neste tipo de negócio, há grande necessidade de máquinas e equipamentos para seu funcionamento, tanto no “parque de impressão” quanto na possibilidade de utilização de softwares de apoio ao negócio.

As atuais e modernas máquinas copiadoras e de impressão necessitam de programas específicos, porém, já estão instalados e acompanham os equipamentos. No entanto, caso seja oferecido o serviço de impressão devem ser adquiridos um computador com uma configuração mínima capaz de rodar softwares gráficos, como o CorelDraw e Photoshop, que são licenciados e precisam ser comprados.

Também é interessante que o empresário possua um sistema gestão integrada para realizar o gerenciamento do negócio, bem como, o acompanhamento dos serviços de cada cliente. Com o crescimento da empresa e aumento do fluxo de trabalho, os *softwares* de gestão tornam-se fundamentais, pois facilitam o controle dos processos e aumentam a produtividade, pois ajudam a evitar perdas durante essa atividade. A maioria dos *softwares* possibilitam o controle de estoque, cadastro de clientes e fornecedores, serviço de mala-direta para clientes e potenciais clientes, controle de contas a pagar e a receber, fornecedores, folha de pagamento, fluxo de caixa, fechamento de caixa.

Há uma diversidade de *softwares* de gerenciamento específicos para pequenos negócios. Antes de fazer a escolha do sistema, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, aplicabilidade e nível de segurança que oferecem, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual; a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor.

O empreendedor deverá optar por *softwares* de custo acessível e compatível com uma pequena empresa. Em alguns casos, é possível baixar sistemas de sites que oferecem *downloads* gratuitos.

11. Canais de Distribuição

Canal de distribuição é o caminho escolhido por uma empresa para fazer seus produtos chegarem aos consumidores. Neste ramo, o usual é o canal direto, ou seja, a própria loja. O cliente de um Serviço de Fotocopiadora, motivado pela necessidade de fazer cópias de livros, documentos, folhas ou até mesmo necessitando imprimir algo, vai até a loja, executa na hora ou deixa para buscar depois e leva para casa.

Outro canal de distribuição atualmente bastante utilizado é o de vendas pela internet, recurso que permite que o cliente pesquise preços, condições estruturais com imagens ilustrativas e receba trabalhos para execução e entrega posterior via motoboy ou correios.

Independentemente do canal de distribuição adotado, o sucesso de um negócio depende, principalmente, da capacidade de percepção de oportunidade do empreendedor e da sua agilidade para adaptar seus canais de distribuição, aproveitando tendências e criando novas formas de fazer seu Serviço de Fotocópias conhecido por seus clientes.

12. Investimentos

Investimento inicial compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento de sua auto sustentação. Pode ser caracterizado como: investimento fixo, investimentos pré-operacionais e capital de giro.

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

Investimento pré-operacional: compreende todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisas de mercado, registro da empresa, projeto de layout e design de fachada, honorários profissionais e outros;

Capital de giro: é o capital necessário para suportar todos os gastos e despesas iniciais, geradas pela atividade produtiva da empresa. Destina-se a viabilizar as compras iniciais, pagamento de salários nos primeiros meses de funcionamento, impostos, taxas, honorários de contador, despesas de manutenção e outros. Saiba mais no capítulo "Capital de Giro"

O valor a ser investido num novo negócio envolve um conjunto de fatores identificados ao longo do processo de instalação do empreendimento e varia de acordo com o porte e os produtos e serviços que serão oferecidos. Para uma fotocopidora de pequeno porte o empreendedor deverá dispor de aproximadamente R\$ 61.350,00 (sessenta e um mil trezentos e cinquenta reais) para fazer frente aos seguintes itens de investimento:

Itens

Estimativa R\$

Despesas de registro da empresa, honorários profissionais, taxas.

R\$ 3.500,00

Mobiliário para a área administrativa

R\$ 6.500,00

Equipamentos

R\$ 40.000,00

Matéria-prima

R\$ 1.350,00

Capital de giro

R\$ 10.000,00

Investimento total

R\$ 61.350,00

Vale lembrar, que os valores acima são estimativas, que variam de acordo com a região e o tipo de equipamentos. O valor do investimento irá variar de acordo com o valor do ponto comercial, benfeitorias necessárias e equipamentos utilizados.

Geralmente, as máquinas são adquiridas por meio de crédito no sistema de financiamento ou por operação de leasing, com opção de compra ou troca por outra máquina mais moderna ao final do pagamento. Caso o capital inicial seja limitado, o empreendedor pode optar por

adquirir máquinas usadas ou até alugar equipamentos até que tenha condições de comprar uma nova.

Antes de montar sua empresa, é fundamental que o empreendedor elabore um Plano de Negócios, onde os valores necessários a 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 os segmentos de clientes, os atores com quem se relacionará, as atividades-chave, as parcerias necessárias, sua estrutura de custos e fontes de receita.

13. Capital de Giro

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.

Quanto maior o prazo concedido aos clientes para pagamento 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. Prazos médios recebidos de fornecedores também devem ser considerados nesse cálculo: quanto maiores os prazos, menor será a necessidade de capital de giro.

Para uma empresa de fotocópia, o desafio da gestão do capital de giro está, principalmente, na ocorrência dos fatores a seguir:

- Variação dos diversos custos absorvidos pela empresa;
- Sazonalidade, com grande dependência das vendas em determinados meses do ano;
- Possíveis perdas ocasionadas por serviços entregues de forma inadequada.

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 reservar recursos próprios (se houver) para capital de giro e deixar financiamentos para máquinas e equipamentos.

No caso de uma empresa de fotocópia, é aconselhável que o empresário reserve em torno de **20 a 30% do total do investimento inicial** para o capital de giro. 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.

Um 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.

14. Custos

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

Os custos variáveis são aqueles que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção. Tais como:

- Matéria-prima;
- Insumos e materiais utilizados nas prestações destes serviços;
- Deslocamentos;
- Impostos;

Segundo empreendedores deste tipo de negócio, um dos principais custos variáveis que o empreendimento exige são materiais como tinta e manutenção preventiva, portanto, deve ser analisados com cuidado, evitando desperdícios.

Os custos fixos são os gastos que permanecem constantes, independentes de aumentos ou diminuições na quantidade produzida ou vendida. Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio. Veja alguns exemplos de custos fixos mensais de uma empresa de fotocópia que esteja em suas atividades iniciais:

Custos fixos

Estimativas R\$

Salários e encargos

R\$ 3.500,00

Aluguel, segurança, IPTU

R\$ 1.500,00

Luz, telefone e acesso à internet

R\$ 500,00

Material de higiene, limpeza e expediente

R\$ 200,00

Assessoria Contábil

R\$ 500,00

Propaganda e publicidade da empresa

R\$ 300,00

Total

R\$ 6.500,00

É aconselhável que o empreendedor mantenha relatórios gerenciais em que possa fazer comparativos mês a mês. Fazendo o levantamento destas informações poderá decidir precisamente onde deverá trabalhar para diminuir seus gastos.

15. Diversificação/Aggregação de Valor

Identificar um diferencial em relação aos concorrentes e vê-lo reconhecido pelo consumidor significa vantagem para uma frente em relação à concorrência. Deve ser lembrado que um Serviço de Fotocópia abrange uma larga faixa de público e visa praticidade com qualidade,

concorrendo com gráficas de conveniência, papelarias, lotéricas, bancas de revistas e pequenos estabelecimentos que também possuem o equipamento, disponíveis com muita facilidade.

A diversificação consiste em oferecer algum valor agregado ao seu cliente. No caso uma empresa de fotocópias, existem várias oportunidades de agregação de valor, tais como:

- Ofertas de serviços complementares a fotocópias: digitalização de documentos, plastificação, encadernação, impressão de fotos;
- Consultoria em comunicação para auxiliar na criação de peças publicitárias (marcas, folders, cartazes e cardápios);
- Serviço de entrega de encomendas em domicílio;
- Venda de produtos de papelaria e/ou suprimentos de informática;
- Serviços de mídia digital;
- Impressão em grandes formatos.

É importante pesquisar junto aos concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas com o objetivo de proporcionar ao cliente um produto ou serviço diferenciado. Além disso, conversar com os clientes atuais para identificar suas expectativas é muito importante para o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os atuais clientes, além de cativar novos.

Vale ressaltar que sempre é possível propor melhorias e novidades, para isso é indicado observar hábitos, ouvir as pessoas e criar novos produtos e novos serviços, com o objetivo de ampliar os níveis de satisfação dos clientes. O empreendedor deve manter-se sempre atualizado com as novas tendências, novas técnicas, novos métodos, através da leitura de colunas de jornais e revistas especializadas ou através da Internet.

16. Divulgação

A propaganda é um importante instrumento para tornar a empresa e seus serviços conhecidos pelos clientes potenciais. O objetivo da propaganda é construir uma imagem positiva frente aos clientes e tornar conhecidos os serviços oferecidos pela empresa.

O empreendedor deve ter em mente que as ações de divulgação devem ser feitas sob a ótica do cliente, muitas vezes divergente do que o empreendedor entende ser adequado.

Para um empreendimento de pequeno porte, pode ser usada a distribuição de folhetos e folders em faculdades, escolas, repartições públicas ou empresas da região, divulgando os serviços e produtos que são ofertados.

Muitos proprietários de Serviço de fotocópias destinam um percentual de 3% a 5% de seu faturamento para investimentos em publicidade. No entanto, esse percentual não é a regra, o importante é dar atenção à divulgação do Serviço.

Com criatividade é possível a utilização de formas simples e baratas de divulgação que atraiam os clientes. Entre as alternativas que demandam menos investimento pode-se citar:

- Utilização de mala direta com mensagens que lembram e divulgam o Serviço de fotocópia;
- Distribuição de material informativo em pontos estratégicos como, por exemplo, faculdades, escolas, repartições públicas ou empresas da região;
- Anúncios em páginas especializadas nos jornais;
- Parcerias e pacotes de fidelidade com associações e sindicatos;
- Site na Internet com fotos dos equipamentos e qualidade dos serviços;
- Distribuição de cartões de visita e folhetos.
- Participar de feiras gráficas e de impressão;
- Oferecer brindes para clientes que indicam outros clientes;
- Firmar convênio de terceirização de impressão com empresas e escritórios;
- Patrocinar eventos por meio da impressão gratuita de folderes e cartazes e em troca, solicita-se a divulgação da marca da empresa de fotocópias na peça publicitária, sob a inscrição “Apoio da empresa...”.

A estratégia ideal de divulgação será aquela que tem linguagem adequada ao público-alvo da empresa, tem maior penetração e credibilidade junto ao cliente e se encaixa ao orçamento do empresário.

O empreendedor deve sempre entregar o que foi prometido e, quando puder, superar as expectativas do cliente. Afinal, a melhor propaganda será feita pelos clientes satisfeitos e bem atendidos.

17. Informações Fiscais e Tributárias

As informações fiscais e tributárias serão diferenciadas em decorrência da opção do regime tributário escolhido pelo empreendedor.

Empresa optante do SIMPLES Nacional

O segmento de **SERVIÇO DE FOTOCÓPIA**, assim entendido pela **CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 8219-9/01** como atividade de serviços de fotocópias, 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 e R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos 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**:

- **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);
- **ISS** (imposto sobre prestação de serviços)
- **INSS** (contribuição para a Seguridade Social relativa à parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006 e alterações, este ramo de atividade é tributado

pelo anexo III do SIMPLES Nacional e as alíquotas variam de 6% a 33%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio.

Empresa NÃO optante do SIMPLES Nacional

Alguns empreendedores podem não optar pelo Simples Nacional, ou o tipo de atividade não é permitido, veja o Anexo VI da Resolução CGSN Nº 140, DE 2018. (ART. 8º, § 1º)

Para estes casos há os regimes de tributação abaixo:

A) Lucro Presumido: É a apuração do tributo sobre 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 sobre o lucro das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração pelo Lucro Real. Nesse regime, a apuração dos tributos é feita trimestralmente. A base de cálculo para determinação do valor presumido varia de acordo com a atividade da empresa. Sobre o resultado da equação: Receita Bruta x 32%, aplica-se as alíquotas de:

- **IRPJ - 15%.** Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, no mês, ou R\$ 60 mil, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;

- **CSLL - 9%.** Não há adicional de imposto.

Ainda incidem sobre a receita bruta os seguintes tributos, que são apurados mensalmente:

- **PIS - 0,65%** - sobre a receita bruta total;

- **COFINS - 3%** - sobre a receita bruta total.

B) Lucro Real: É o cálculo do tributo sobre o lucro líquido e a empresa realmente obteve no período de apuração, ajustado pelas adições, exclusões ou compensações estabelecidas em nossa legislação tributária. Este sistema é o mais complexo, mas poderá ser mais vantajoso em comparação com lucro presumido e por isso, deverá ser bem avaliado por um contador. As alíquotas para este tipo de tributação são:

- **IRPJ - 15%** sobre a base de cálculo (lucro líquido). Haverá um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, multiplicado pelo número de meses do período. O imposto poderá ser determinado trimestralmente ou anualmente;

- **CSLL - 9%**, determinada nas mesmas condições do IRPJ;

Ainda incidem sobre a receita bruta os seguintes tributos, que são apurados mensalmente:

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

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

Incidem também sobre a receita bruta o imposto municipal:

- **ISS** – Calculado sobre a receita de prestação de serviços, varia conforme o município onde a empresa estiver sediada, entre 2 e 5%.

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

- **INSS - Valor devido pela Empresa** - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;
- **INSS - Autônomos** - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11% da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos, observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social -
 - GPS).
 - **RAT** – Risco de Ambiente do Trabalho – de 1% a 3% sobre a folha de pagamento de salários dependendo do grau de risco da atividade econômica, recolhida junto com a guia de INSS.
 - **INSS Terceiros** – Contribuições Sociais recolhidas junto com a guia de INSS, calculada sobre a folha de pagamento com alíquota entre 0,8% a 7,7% dependendo da atividade econômica, destinadas aos serviços sociais e de formação profissional tais como: SESI, SESC, SENAI, SEBRAE, Incra, dentre outros.
 - **FGTS** – Fundo de Garantia por tempo de serviço, incide sobre o valor da folha de salários a alíquota de 8%.

Microempreendedor Individual (MEI)

I) Se a receita bruta anual não ultrapassar R\$ 81.000 (oitenta e um mil reais), o empreendedor poderá optar pelo registro como MEI, visto que essa atividade se encontra entre as permitidas na tabela do Anexo XI da Resolução CGSN 140/2018 - **8219-9/01 FOTOCÓPIAS**, desde que o empreendedor não seja sócio de outra empresa e tenha até 1 (um) funcionário. Neste caso, o recolhimento dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

II) Sem empregado

- 5% do salário mínimo vigente – a título de contribuição previdenciária
- R\$ 1,00 de ICMS – Imposto Sobre Circulação de Mercadorias (para empresas de comércio e indústrias)
- R\$ 5,00 de ISS (para empresas de prestação de serviços)

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

- O empreendedor recolherá, 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.

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

1º) Se o faturamento for maior que R\$ 81.000 no ano, porém não ultrapassar o limite de 20%, que corresponde a R\$ 97.200, o MEI deverá recolher o DAS na condição de MEI até o mês de dezembro e recolher um DAS complementar, referente ao excesso de faturamento. A partir do mês de janeiro subsequente passa a recolher o imposto Simples Nacional como microempresa, com percentuais de acordo com a atividade exercida.

2º) Se o faturamento foi superior a R\$ 97.200 e inferior a R\$ 4,8 milhões, O MEI passará a

condição de microempresa (faturamento até R\$ 360 mil) ou empresa de pequeno porte (faturamento entre R\$360 mil e R\$ 4,8 milhões), retroativo ao mês de 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 tributos devidos na forma do Simples Nacional, com percentuais de acordo com a atividade exercida.

Nas duas hipóteses acima, deverá solicitar obrigatoriamente o desequadramento como MEI no portal do Simples Nacional.

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

Fundamentos legais: Lei 123/2006, Lei 147/2014 e Resolução CGSN 140/2018.

18. Eventos

Os cursos, congressos, feiras e eventos de negócios em geral são oportunidades para o empreendedor realizar e fechar parcerias, atualizar-se sobre os cenários e tendências de mercado do setor, além de obter informações para formular suas estratégias com foco na melhoria da competitividade.

A seguir uma relação de alguns eventos deste setor:

Expo Print Digital - Feira de Impressão Digital do Brasil

Expo Print Latin America - Feira de Impressão Digital da América do Sul

Brazil Promotion - Feira de Soluções Gráficas, Brindes, Serviços para Realização de Eventos e Merchandising no PDV

Fespa- Feira Internacional de Serigrafia e Impressão Digital

Prêmio Pini - Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica

19. Entidades em Geral

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

ABIGRAF - Associação Brasileira da Indústria Gráfica

ABTG - Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica

ABDR - Associação Brasileira de Direitos Reprográficos

Também é importante buscar a CDL, Câmara de Dirigentes e Lojistas e Associações Comerciais e Empresariais mais próximas.

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

As normas específicas para Serviço de Fotocópia são:

ABNT NBR 15067:2004 - Papel cortado em formato para uso em impressoras e copiadoras - Medição do encanoamento em um pacote de folhas.

Algumas normas também podem ser aplicáveis ao negócio:

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

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

ABNT NBR IEC 62642-1:2019 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

ABNT NBR 9050:2015 - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.

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

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

ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida:2005 - Acessibilidades a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

21. Glossário

Seguem alguns termos técnicos extraídos do glossário disponível em <http://www.printondemand.com.br>:

ALCEAR/ALCEAMENTO: É o arranjo das folhas ou cadernos impressos, de forma a ficarem na ordem correta para encadernação (e também depois, o arranjo dos cadernos para formar um livro).

COPYRIGHT: Termo em inglês. Significa direitos de reprodução. A quem pertencem os direitos sobre a obra.

GRAMATURA: Peso do papel em gramas por metro quadrado.

GUILHOTINA: Máquina de acabamento usada para o corte intermitente de uma quantidade de folhas; seu corte é mais preciso e perfeito que o da cortadeira.

IMPRESSÃO DIGITAL: Qualquer método de impressão no qual a imagem é impressa diretamente no papel ou em outro substrato, diretamente de um arquivo digital.

IMPRESSÃO SOB DEMANDA (Print On Demand – POD): Processo de impressão eletrônico que entrega exatamente o que o cliente deseja, quando o cliente precisa e no lugar onde for necessário.

OFFSET: Sistema de impressão indireta (papel não entra em contato com matriz). A matriz é presa na máquina através de um cilindro que transmite a imagem para um outro cilindro de borracha (cauchu) e este por sua vez transfere ao suporte. Utiliza tinta gordurosa e pastosa com formas metálicas e planográficas. É o sistema mais versátil, permitindo a impressão em plásticos, metais, papelões e até mesmo pano. O sistema se originou da litografia em 1900 por Rubel Ira.

REPROGRAFIA: Demais formas de impressão não tradicionais. Tipo: fotocópia, xerografia, heliografia, etc.

RESMA: Conjunto de quinhentas folhas de papel.

RETÍCULA: Área em uma página impressa dividida em pequenos elementos de grafismo e contra-grafismo (na forma de pontos ou linhas) onde variações no tamanho, na espessura ou no número de elementos de grafismo são utilizadas para simular visualmente as variações nos meio-tons das imagens de tom contínuo originais. Os tipos mais comuns de retícula são as convencionais (de frequência modulada, nas quais varia o tamanho dos pontos), as estocásticas (de frequência modulada, onde varia a quantidade de pontos) e – mais recentemente – as híbridas. Impressoras digitais podem usar tipos específicos de retícula para obter melhor qualidade. (em inglês, screen).

TONNER - é uma tinta em pó usada nas impressoras a laser e fotocopiadoras para formar texto e imagens em papel.

22. Dicas de Negócio

O empreendedor que deseja entrar no ramo de fotocópias pode, inicialmente, se assustar com o custo dos equipamentos. O investimento necessário para a compra das máquinas imobiliza um montante elevado do capital inicial. Além disso, ao calcular o retorno sobre o investimento, o empreendedor vai descobrir que precisará vender uma quantidade muito alta de fotocópias e impressões para pagar o equipamento.

Uma dica pode ser o *leasing* ou o aluguel de máquinas usadas. Neste caso, o investimento requerido é bem menor, além da possibilidade de enquadrar o seu custo na despesa mensal, de acordo com a demanda. Dessa forma, o empreendedor terá tempo para conhecer melhor o seu público e planejar a expansão dos serviços.

Uma forma de garantir um faturamento mínimo mensal, sem depender exclusivamente da demanda de pessoas físicas, é firmar contratos de prestação de serviços para empresas,

escritórios e profissionais liberais. Durante o mês, a loja providencia as fotocópias e impressões para estas empresas e, ao final do mês, emite uma fatura única detalhada dos serviços prestados. Inclusive, a fatura mensal facilita o controle da empresa ou do escritório sobre seus custos variáveis com os serviços de fotocópias.

Podem ser tomadas algumas providências que ajudem a diminuir o valor dos custos fixos, como por exemplo:

- Optar por locais em que o aluguel tenha um preço menor, desde que não prejudique a competitividade e que tenha uma boa relação custo/benefício;
- Optar por planos de telefone com custos mais baixos;
- Evitar gastos e despesas desnecessários;
- Manter uma equipe de pessoal reduzida, porém suficiente;

23. Características Específicas do Empreendedor

No segmento de fotocópia, o empreendedor precisa estar atento às tendências de tecnologia da informação na área de impressão. Deve identificar os movimentos deste mercado e adaptá-los à sua oferta, reconhecendo as preferências dos clientes e os principais lançamentos em equipamentos.

É importante que o empreendedor tenha aptidão para o negócio e vontade de aprender buscando informações em cursos, livros e revistas especializadas ou junto a órgãos, pessoas e empresas que atuam na área.

Outras características importantes, relacionadas ao risco do negócio, podem ajudar no sucesso do empreendimento:

- Busca constante de informações e oportunidades.
- Iniciativa e persistência.
- Comprometimento.
- Qualidade
- Capacidade de estabelecer metas e assumir riscos.
- Planejamento e monitoramento sistemáticos.
- Independência e autoconfiança.
- Senso de oportunidade.
- Conhecimento do ramo.
- Liderança.
- Espírito cooperativo.

Além dessas características básicas é muito importante que os profissionais que atuam diretamente com o público, como é o caso, saibam lidar bem com os clientes, sendo simpáticos e agradáveis para garantir a sua fidelidade e ganhar sua confiança.

Pesquisando, observando seus concorrentes e conhecendo bem o gosto de seus clientes, o empreendedor conseguirá desenvolver diferenciações em sua oferta de serviços.

Sempre se faz necessário estudar, manter-se atualizado e conhecer a melhor estratégia de mercado para poder desenvolver sensibilidade, flexibilidade e uma rápida adaptação às necessidades dos clientes.

24. Bibliografia Complementar

Produção Gráfica: Arte e Técnica da Mídia Impressa. Prentice-Hall, 2008.

Manual de Direitos Autorais. Disponível em:

<https://portal.tcu.gov.br/lumis/portal/file/fileDownload.jsp?fileId=8A81881F624F27220162AB7D5B074EBE> Acesso em Novembro de 2019.

ROCHA, Ricardo. Guia sobre Direitos Autorais. Disponível em:

<http://www.ufjf.br/editora/files/2018/02/Guia-sobre-direitos-autorais.pdf> Acesso em Novembro de 2019.

A história da XEROX. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/mercado/123586-historia-xerox-empresa-virou-sinonimo-fotocopia-video.htm> Acesso em Novembro de 2019.

25. Fonte de Recurso

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

26. Planejamento Financeiro

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

Fluxo De Caixa

O controle ideal sobre as despesas da empresa é realizado pelo 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.

Capital de Giro

Sempre será muito útil que se tenha certo o montante de recursos financeiros reservado para o negócio possa fluir sem sobressaltos, especialmente no início do projeto. O período entre a prestação de serviço e o recebimento, pode ser longo e a necessidade de recursos será suprida pelo capital de giro. No entanto, ter esse recurso disponível não é suficiente porquanto ser premissa sua boa gestão, ou seja, somente deverá ser utilizado para honrar

compromissos imediatos ou lidar com problemas de última hora.

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

Reservas/Provisões

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

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.

27. Produtos e Serviços - Sebrae

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

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

Cursos online e gratuitos

Para desenvolver o comportamento empreendedor:

Empretec - Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado:

Para quem quer começar o próprio negócio:

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

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

Para quem quer inovar:

Ferramenta Canvas online e gratuita - A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado.

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

ALI - O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte.

28. Sites Úteis

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Intelectual

