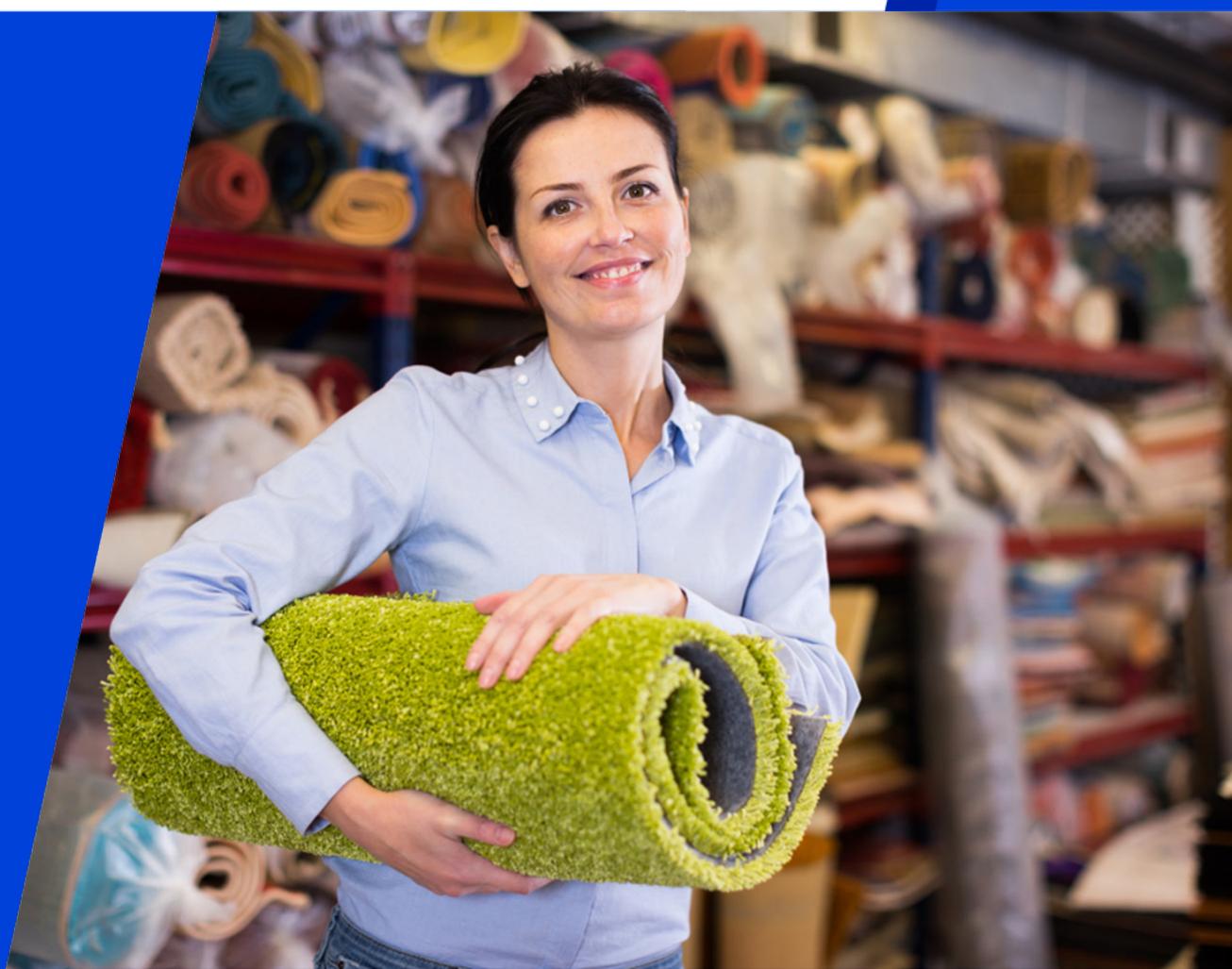


Venda e instalação de carpetes



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.....	2
Estrutura.....	3
Pessoal.....	4
Equipamentos.....	5
Matéria Prima/Mercadoria.....	6
Organização do Processo Produtivo.....	7
Automação.....	8
Canais de Distribuição.....	9
Investimentos.....	9
Capital de Giro.....	9
Custos.....	11
Diversificação/Agregação de Valor.....	12
Divulgação.....	12
Informações Fiscais e Tributárias.....	13
Eventos.....	14
Entidades em Geral.....	15
Normas Técnicas.....	16
Glossário.....	17
Dicas de Negócio.....	19
Características Específicas do Empreendedor.....	20
Bibliografia Complementar.....	20

1. Apresentação de Negócio

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

O carpete pode ser definido como um tecido sob medida utilizado para a forração de pisos e paredes. Trata-se de uma derivação do tapete, cuja origem provém há 2.500 anos na Ásia Central, onde os povos nômades utilizavam peles de carneiro e tecidos para o aquecimento contra os invernos rigorosos, enfeite das tendas e base para as orações.

Hoje, a escolha do carpete como piso de um ambiente se dá por questões estéticas, segurança, conforto térmico, rapidez de instalação, isolamento acústico e até mesmo custo. Nos últimos dez anos, os fabricantes investiram maciçamente em tecnologia para reduzir custos e evitar a concentração de resíduos nas fibras, que causam problemas alérgicos. As lojas especializadas em venda e instalação dispõem de uma ampla variedade de modelos e cores. O produto é vendido por metro quadrado, com a instalação já inclusa no preço.

2. Mercado

Na última pesquisa disponível, aindade 2010, feita pela ABRIC – Associação Brasileira das Indústrias de Tapetes e Carpetes, o faturamento anual da indústria de carpetes girava em torno de R\$ 294 milhões, com uma produção física de 20,4 milhões de m², assim distribuídos:

- Carpete Tuft – 5,1 milhões de m² / R\$ 224 milhões

- Carpete Agulhado – 15,3 milhões de m² / R\$ 70 milhões

Além dos carpetes, os tapetes – 20,2 milhões de m² / R\$ 890 milhões

A evolução anual média do mercado nos últimos cinco anos (ABRIC) foi:

- Carpetes – 3% na produção / 8% no faturamento

- Tapetes – 6% na produção / 11% no faturamento

Parque fabril (ABRIC):

- Empresas – 120

- Trabalhadores – 6.000

- Investimento em máquinas – R\$ 50 milhões (cinco anos)

Ainda segundo a ABRIC, os principais estados brasileiros produtores de carpetes e tapetes

são: Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Santa Catarina.

Se assim evolui a fabricação, de forma similar evoluem as empresas de instalação de carpetes.

Quando lançado no Brasil, ocarpete teve grande aceitação e passou a ser muito utilizado em escritórios e residências. Com o passar dos anos, entraram novos produtos no mercado, o que limitou sua participação no mesmo. Laminados, cerâmicas e porcelanatos, dentre outros, ganharam muito espaço em residências e escritórios devido à sua grande variedade de tamanhos, cores e texturas, facilidade de limpeza, propriedades antialérgicas e garantia demuitos anos. Muitas lojas de carpetes tiveram que oferecer alguns desses produtos, em especial os laminados, por similariedade na forma de aplicar.

Mas a produção crescente mostra que ainda há demanda do mercado para a instalação de carpetes, principalmente no segmento corporativo, tais como escritórios, hotéis, escritórios, cinemas e auditórios. Com a pouca utilização em residências, é fundamental fazer uma pesquisa de mercado antes de entrar no ramo. Cidades menores, por exemplo, possuem uma demanda muito limitada. Nesses casos, deve ser um produto complementar, junto à oferta de outros tipos de pisos.

3. Localização

A localização de umaempresa de venda e instalaçãocarpetesé muito importante para a venda direta para as pessoas físicas, o mercado varejista. Como esse é um público significativo, é interessante escolher espaços em áreas comerciais que ofereçam produtos relacionados à construção civil e decoração. Outra opção são centros comerciais em que o poder aquisitivo de seu público principal se enquadre com a loja que se pretende montar.O problema nesses casos é que muitas vezes não será viável ter no mesmo local o depósito de mercadoria. Ter loja e depósito separados encarece o custo fixo.

Se o foco for a venda para grandes clientes, como construtoras, arquitetos e decoradores, o foco da localização deve estar no custo do aluguel e logística de recebimento e entrega de mercadoria, pois aí loja e estoque podem e devem ficar juntos. Arquitetos e decoradores não adquirem diretamente, mas indicam o produto e seus fornecedores. Assim devem ser tratados como grandes clientes.

Atenção ainda à legislação local. Ela deve permitir a instalação no local de lojas com ou sem depósito. E o imóvel deve estar regularizado.

Por fim, atenção ao estacionamento de clientes e a possibilidade de carga e descarga de caminhões.

4. Exigências Legais e Específicas

Trata-se de uma atividade comercial comum, que não requer licenças específicas. É preciso observar as legislações ordinárias nos níveis federal, estadual e local. Como a burocracia no Brasil ainda é complexa, sugere-se a contratação de um contador para que execute as formalidades legais e todos os registros necessários.

A empresa deve ser registrada nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal;
- Cadastramento na Caixa Econômica Federal no sistema Conectividade Social – INSS / FGTS;
- Corpo de Bombeiros Militar.

As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). O CDC, publicado em 11 de setembro de 1990, regula a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca de equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores.

O CDC somente se aplica às operações comerciais em que estiver presente a relação de consumo, isto é, nos casos em que uma pessoa (física ou jurídica) adquire produtos ou serviços como destinatário final. Ou seja, é necessário que em uma negociação estejam presentes o fornecedor e o consumidor, e que o produto ou serviço adquirido satisfaça as necessidades próprias do consumidor, na condição de destinatário final. Na maioria das vezes, os negócios envolvendo artigos usados não possuem garantias contratuais e são baseados apenas em relações de transparência e confiança.

Portanto, operações não caracterizadas como relação de consumo não estão sob a proteção do CDC, como ocorre, por exemplo, nas compras de mercadorias para serem revendidas pela casa. Nestas operações, as mercadorias adquiridas se destinam à revenda, e não ao consumo da empresa. Tais negociações se regulam pelo Código Civil brasileiro e legislações comerciais específicas.

Alguns itens regulados pelo CDC são: forma adequada de oferta e exposição dos produtos destinados à venda, fornecimento de orçamento prévio dos serviços a serem prestados, cláusulas contratuais consideradas abusivas, responsabilidade dos defeitos ou vícios dos produtos e serviços, os prazos mínimos de garantia, cautelas ao fazer cobranças de dívidas.

Em relação aos principais impostos e contribuições que devem ser recolhidos pela empresa, vale uma consulta ao contador sobre a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa.

5. Estrutura

A estrutura de uma empresa de venda e instalação de carpetes necessita de uma área em torno de 200 m², com flexibilidade para ampliação conforme o desenvolvimento do negócio. Os ambientes podem ser divididos em:

Área de vendas:

É um ambiente composto por mesa e cadeiras para atendimento ao cliente e uma área de showroom, onde os produtos ficam em exposição para que o cliente possa visualizar os modelos de carpetes, suas características, benefícios e diferenciais.

Almoxarifado/ Estoque / Expedição

É o local onde os carpetes são recebidos, armazenados e expedidos. A área tem que ser de fácil acesso para o processo de recebimento e expedição. O ideal é que caminhões e caminhonetes tenham acesso à mesma. Também aí são guardados os equipamentos e, quando existirem, os veículos da empresa.

Administração

Em relação a uma empresa de venda e instalação de carpetes, basta uma pequena área administrativa e um espaço para os funcionários com copa e vestiário.

Estacionamento de Clientes

É altamente recomendável.

6. Pessoal

O dimensionamento de pessoal a seguir considera uma empresa de venda e instalação de carpetes com faturamento mensal entre R\$ 40 mil e R\$ 60 mil.

Elas empregam entre 04 e 06 funcionários, além dos sócios, assim distribuídos:

- 01 – Administrativo-financeiro
- 01 a 02 – Vendedores
- 01 a 02 – Instaladores
- 01 – Serviços Gerais

O custo médio com pessoal, incluso encargos e custos acessórios, varia entre R\$ 1.400 e R\$ 1.900 / mês / funcionário.

Além da qualidade do produto, um fator importante para o bom êxito do negócio é dispor de profissionais qualificados e bem treinados para a venda e a instalação do material. Vários cursos são oferecidos pelos próprios fabricantes do produto. São cursos geralmente realizados durante dois dias, sendo no primeiro dia para teoria e o segundo para a prática. O profissional conhecerá as diversas especificações de densidade, tudode acordo com o ambiente em que for instalado. São também instruídos quanto aos critérios de limpeza e organização durante a execução.

É importante que os funcionários estejam capacitados adequadamente para suas funções.

Os instaladores de carpetes devem ter experiência na atividade e ser preparados para evitar

desperdícios. Estes operadores devem ser capacitados por escolas técnicas ou pelos próprios fornecedores de carpetes.

A pessoa responsável pela área de vendas deve ter experiência em vendas, ou realizar capacitações que o ajudem a desenvolver melhor a função. O dono do empreendimento também precisa estar preparado para gerenciar a empresa de venda e instalação de carpetes. Caso seja observada a necessidade de capacitação, pode-se recorrer ao SEBRAE que possui diversas soluções educacionais voltadas para a realidade do empresário de micro e pequenas empresas.

Para a função de atendente também é preciso estar devidamente preparado, pois atender com qualidade é um diferencial importante para conquistar clientes.

7. Equipamentos

Os equipamentos necessários para uma empresa de venda e instalação de carpetes, dimensionada anteriormente são:

Produção

- Estiletes: R\$ 100 a R\$ 200
- Lixas: R\$ 180 a R\$ 350
- Tesouras: R\$ 70 a 150
- Rolos e pincéis: R\$ 200 a 400
- Trenas : R\$ 50 a R\$ 100
- Aparelhos de instalação: R\$ 400 a R\$ 800

Estimativa Geral: R\$ 1.000 a R\$ 2.000

Administração

Mesa: R\$ 200 a R\$ 500

Cadeira ergonômica: R\$ 200 a R\$ 400

Computador: R\$ 1.000 a R\$ 1.500

Impressora fiscal: R\$ 1.500 a 2.000

Utensílios como grampeador, porta objetos, canetas, etc.: R\$ 100 a R\$ 200

Estimativa Geral: R\$ 3.000 a R\$ 4.600

Itens de uso comum

Armários: R\$ 500 a R\$ 1.5000

Impressora: R\$ 200 a R\$ 500

Telefonia: R\$ 300 a R\$ 500

Copa: R\$ 500 a R\$ 1.500

Estimativa geral: R\$ 1.500 a R\$ 4.000

Vendas

Mesa de atendimento: R\$ 500 a R\$ 1.000

Cadeiras de atendimento: R\$ 600 a R\$ 1.000

Computador: R\$ 1.000 a R\$ 1.500

Sofá de espera: R\$ 500 a R\$ 1.500

Preço por estação: R\$ 2.600 a R\$ 5.000

Estimativa geral: R\$ 5.200 a R\$ 10.000

Diversos

Verba: R\$ 5.000 a R\$ 10.000

Estimativa Total: R\$ 15.700 a R\$ 30.600

8. Matéria Prima/Mercadoria

A matéria prima de uma empresa de venda e instalação de carpetes é basicamente o carpete. O mesmo pode ser comercializado de 3 maneiras: em placas, mantas e sem costuras (fabricado sob medida para o ambiente).

Além da variedade de cores e densidades, o carpete pode utilizar vários tipos de fibras:

- Nylon - mais nobre e cara, oferece diversas opções de cores e tonalidades;
- Poliéster - mais econômica, proporciona conforto e maciez;
- Polipropileno - fibra rústica utilizada em carpetes sintéticos;
- Lã;
- Algodão;
- Tecido reciclado.

O carpete também apresenta diversas especificações de densidade conforme o ambiente em que for instalado. A densidade reflete a quantidade de fibra / cm². Quanto maior a densidade, maior a resistência do carpete ao tráfego. Pode ser classificada como:

- Residencial leve: para quartos residenciais.
- Residencial moderado: para salas de estar, salas de TV e corredores residenciais.
- Residencial pesado: para escritórios residenciais e quartos de hotéis.
- Comercial moderado: para escritórios comerciais, lojas, corredores comuns de hotéis, bares e restaurantes.
- Comercial pesado: para auditórios, cinemas, recepção de hotéis, cassinos e bingos.
- Comercial extrapesado: para repartições públicas, elevadores, corredores de shopping centers e aeroportos.

9. Organização do Processo Produtivo

Uma empresa de venda e instalação de carpetes, na execução de seus serviços, se divide em:

Compra de material

O sucesso da empresa começa aqui: comprar os materiais certos e por um bom preço. O maior desafio está em evitar a acomodação, que é comprar sempre os mesmos produtos dos mesmos fornecedores. Um funcionário pode fazer as compras no dia a dia, mas os sócios devem checar com frequência e fazer esforços constantes de encontrar novos produtos e novos fornecedores. Além de estarem sempre atentos a novidades, que trazem diferencial para a empresa.

Atendimento ao cliente

É o primeiro contato com o cliente e se tratando de comércio, é a atividade principal. Bons vendedores são essenciais. O vendedor deve ter linhas telefônicas sem congestionamento, uma boa mesa de atendimento e sistema de registro dos contatos para nunca se esquecer de contatar os interessados depois.

Instalação do carpete

A instalação do carpete é feita no domicílio do cliente e é realizada nos seguintes passos:

- Retirada de carpete velho, quando necessário.
- Limpeza e lixa do contra piso.
- Cobertura do contra piso com uma nata de cimento ou cola para cobrir imperfeições.

- Recorte, com estilete, do carpete novo, conforme medidas do ambiente. Ou encaixe das placas de carpete.

- Colagem do carpete.

- Secagem, acabamento e instalação de rodapé.

Cobranças e Pagamentos - Controle Financeiro

É preciso receber do cliente na hora ou emitir uma fatura e entregar depois. Para a fatura, a cobrança bancária é o melhor sistema e pode ser toda feita via Internet. Na outra ponta, é preciso pagar fornecedores, funcionários e outros itens. Em geral, tudo isso é feito pela mesma pessoa, que cuida assim de toda a parte financeira sob supervisão próxima dos sócios.

Administração geral

Existem ainda burocracias trabalhistas, contábeis e legais, que são realizadas em geral pela mesma pessoa do controle financeiro no caso de uma empresa de pequeno porte.

Desenvolvimento do negócio

Uma empresa que quer crescer precisa realizar ações fora da rotina, como:

- Buscar novos produtos;
- Buscar novos mercados;
- Abrir filiais;
- Aprimorar processos de gestão;

Isso é papel do empreendedor.

10. Automação

A automação recomendável nestes casos é apenas um software de gestão completo, o denominado ERP. Este tipo de software integra todos os processos mencionados. Exemplificando, quando o comprador faz uma compra e lança no sistema, o valor da fatura já vai para o módulo “Contas a Pagar”. Quando o vendedor faz uma venda, o lançamento do valor já vai para o módulo “Contas a Receber” ou para o “Caixa” se foi à vista. E em ambos os casos já é dada baixa no módulo “Estoque”.

A automação comercial é altamente indicada, mas não é fundamental em pequenas empresas. O essencial é um bom controle financeiro informatizado que controle receitas e despesas e gere relatórios sobre custos, receitas e lucro. Os demais itens podem ser controlados com planilhas independentes.

Vários desses softwares de controle da gestão estão disponíveis gratuitamente na Internet e um deles pode ser o suficiente para sua empresa. Mas o ideal é ter um software adequado, que realmente facilite a gestão da sua empresa, mesmo que não seja gratuito.

11. Canais de Distribuição

Uma loja comercial é o próprio canal de distribuição. Os principais clientes de uma empresa de venda e instalação de carpetes são:

- Consumidor final;
- Construtoras;
- Arquitetos e Decoradores;

O empreendedor pode ampliar os canais de distribuição por meio do atendimento em domicílio, com vendedores próprios ou representantes comerciais.

12. Investimentos

O dimensionamento do investimento total a seguir, considera uma empresa de venda e instalação de carpetes com as seguintes características:

- Faturamento mensal entre R\$ 40 mil e R\$ 60 mil;
- Área total do imóvel de 200 m².

A estimativa de investimento feita no item Equipamentos foi entre R\$ 15.700 a R\$ 30.600.

A esse valor deve-se somar ainda os seguintes custos:

- Adaptação do imóvel: R\$ 10 mil e R\$ 30 mil;
- Despesas pré-operacionais como abertura da empresa, projetos, consultoria, criação de marca, recrutamento e seleção de pessoal, etc.: R\$ 5 mil a R\$ 10 mil;
- Capital de Giro para estoque inicial de mercadoria, provisionamento para vendas faturadas e prejuízo operacional nos primeiros meses e reserva técnica para eventuais problemas: R\$ 40.000 a 60.000.

Investimento total entre R\$ 70.700 e R\$ 130.600.

13. Capital de Giro

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

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

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

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

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

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

No caso de uma empresa de venda e instalação de carpetes a necessidade de capital de giro pode ser resumida da seguinte forma:

Estoque de materiais

É quanto você tem de mercadoria estocada já paga. É possível trabalhar com estoque de fornecedor. Basta, por exemplo, comprar com 60 dias para pagar e vender à vista ou com 30 dias. Mas não é recomendável. O ideal é comprar a vista com desconto e vender a prazo com juros. E ter o estoque pago é uma reserva para crises. Em relação ao tamanho do estoque, só a prática diz qual é o ideal.

Prazo de Pagamento para Clientes

Se você vende a prazo, fica com duplicatas em vez de dinheiro. Vender a prazo aumenta suas vendas, mas seu risco. Para isso reduzir o risco é importante sempre checar o cadastro do comprador e embutir juros no preço. Ou não dar o desconto de quem compra a vista, que é a mesma coisa. Assim, além de aumentar seu lucro, você pode em crises descontar as duplicatas e entregar para o banco apenas o juros que cobrou do cliente.

Prejuízo Operacional

Se o prejuízo operacional é praticamente certo no início das atividades, ele também pode ocorrer em fases da vida da empresa. Para enfrentar o início da empresa e os períodos de vacas magras é preciso ter uma reserva técnica aplicada no mercado financeiro apenas para este fim. Pegar dinheiro com juros em crises é um passo largo para piorar as coisas.

Eventuais Problemas

É a chamada reserva técnica para contingências. Um incêndio sem cobertura de seguro, uma ação trabalhista inesperada, uma exigência legal inesperada pode exigir recursos extras. O

ideal é ter uma reserva, mas se a empresa estiver dando lucro, buscar socorro nos bancos não será tão traumático.

O capital de giro é que vai dar margem para que a loja tenha seu fluxo de caixa controlado. O valor básico do capital de giro deve ser em torno de 20% a 25% do investimento total.

Para empresas franqueadas é necessário entre 20 a 30 mil reais para capital de giro. Já para a empresa que apenas é parceira de uma marca, necessitará de 10 a 15 mil reais para capital de giro.

14. Custos

Os custos podem ser divididos em duas categorias: Custos Fixos e Custos Variáveis, a saber:

Custos Fixos

São os que não variam com a prestação do serviço:

- Aluguel
- Água
- Luz
- Telefone
- Funcionários
- Taxas públicas
- Contador

São as despesas mais preocupantes e devem ser assumidas apenas quando necessárias. Faixa de R\$ 13.000 a R\$ 20.000.

Custos Variáveis

São os que variam com a demanda de serviços:

- Compra de mercadoria (reposição de estoque);
- Impostos;
- Comissões;
- Taxa de cartão de crédito.

Pequenas empresas lucrativas possuem um custo variável total entre 50% e 60% do faturamento. O custo fixo fica entre 25% e 30% do faturamento. O lucro operacional fica entre 10% e 20%.

15. 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.

No caso de uma empresa de venda e instalação de carpetes, podem ser incorporados alguns produtos, tais como:

- Pisos laminados;
- Paviflex;
- Fórmicas;
- Papéis de parede;
- Tapetes.

Cada um desses negócios deve, no entanto, ser estudado de forma independente. Ainda que, considerado o rateio de parte dos custos fixos com unidade de negócio venda e instalação de carpetes, cada unidade de negócio deve ter seu plano de negócios específico e ser lucrativa, independentemente das outras. É muito normal empresas com unidades de negócio lucrativas esconderem unidades de negócios que dão prejuízos. É melhor ter só as lucrativas. O que interessa não é faturamento, mas lucro.

16. Divulgação

Uma empresa de venda e instalação de carpetes pode fundamentar a divulgação de seus produtos e serviços nos seguintes itens:

Ponto

Com foco no cliente pessoa física, esse assunto foi explorado no capítulo “Localização”. Uma boa placa e banners promocionais na fachada são muito eficazes.

Internet

A internet é fundamental, pois é consultada por qualquer empresa/pessoa em busca de produtos de usos eventual. Publicar em um site usando técnicas modernas facilita a localização de empresas em páginas como o Google ou Facebook. Isso é essencial.

Campanhas

- E-mail marketing profissional (evitar Spam) é um meio eficiente para promover empresas

dessa natureza junto a construtoras, arquitetos e decoradores;

- Confeccionar prospecto e visitar construtoras, arquitetos e decoradores tende a ser o mais eficaz;
- Em cidades menores, anunciar a empresa em guias comerciais e jornais locais.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de VENDA E INSTALAÇÃO DE CARPETES, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 4759-8/01 e 4330-4/05 como a atividade de comércio varejista de cortinas, tapetes, carpetes e outros artigos de tapeçariaecolocação de tacos, carpetes e outros materiais de revestimento de pisos, respectivamente, 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\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

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

azenda.gov.br/SimplesNacional/):

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

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 4% a 17,42%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

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

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

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

I) Sem empregado

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

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

O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:

- Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;
- Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

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

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

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.

18. Eventos

Os principais eventos do setor são:

FITAC

Feira Internacional de Tapetes e Carpetes

Fone: (11) 5585-4355

Webmail: <http://www.fitac.com.br/>

Macef Brasil

Feira Internacional de Acessórios de Decoração e utilidades Domésticas

Fone: (11) 5585.4355

Webmail: <http://www.macefbrasil.com.br/>

ABIMAD

Feira Brasileira de Móveis e Acessórios de Alta Decoração

Local: São Paulo – SP

E-mail: abimad@abimad.com.br

Webmail: <http://www.abimad.com.br/portal/pt-BR/Institucional.aspx>

CONAD

Congresso Nacional de Design de Interiores

Webmail: <http://www.abd.org.br/abd/conad.aspx>

CASACOR

Exibição Brasileira de Decoração

Webmail: <http://www.casacor.com.br>

CASA & JARDIM SHOW

Feira de Decoração e Produtos para o Lar

Fone: (11) 3845-0828

E-mail: info@thsfeiras.com.br

Webmail: <http://casaejardimshow.thsfeiras.com.br/>

19. Entidades em Geral

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

ABRIC

Associação Brasileira das Indústrias de Tapetes e Carpetes

Local: São Paulo - SP

Fone: (11) 3823-6134

Webmail: <http://www.abricbrasil.com.br>

ABIT

Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção

Local: São Paulo – SP

Fone: (11) 3823-6100

E-mail: abit@abit.org.br

Webmail: <http://www.abit.org.br>

ABD

Associação Brasileira de Design de Interiores

Local: São Paulo – SP

Fone: (11) 3064-6990

E-mail: falecom@abd.org.br

Webmail: <http://www.abd.org.br>

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.

1. Normas específicas para Venda e Instalação de Carpetes.

Não existem normas específicas para este negócio

2. Normas aplicáveis na execução de Venda e Instalação de Carpetes

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

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

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

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

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

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

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

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

21. Glossário

BASE: também conhecida por tela. A base é importante, pois a maior rigidez da base vai evitar ondulações e ajudar o carpete a durar muito mais tempo. Um bom carpete deve ter duas bases: a primária, diretamente colada à estrutura do carpete, e a secundária, que adiciona ao carpete estabilidade dinâmica (menos ondulação). Alguns carpetes de qualidade superior oferecem um acabamento à base secundária o que facilita a instalação e dá ainda mais resistência a ondulações do carpete.

BOUCLE: fibra de carpete de loop com fios contínuos. Não mostra cortes no pelo e resiste bem ao alto tráfego, sem perder o brilho e suas características próprias. É amplamente utilizado em carpetes comerciais quando tem laçadas maiores.

BOUCLE E PELO CORTADO: fibra de carpete oriunda da combinação destas duas construções, que proporciona texturas exclusivas tanto para ambientes casuais quanto para ambientes sofisticados.

EMANAÇÃO DE GASES TÓXICOS: ao queimar, alguns materiais podem exalar gases nocivos aos seres humanos. No caso dos carpetes, o grau de toxicidade varia de acordo com a matéria-prima empregada na fabricação. Testes realizados com diferentes materiais apontaram o nylon (tempo de sobrevivência - 20,3 minutos), como sendo, o de melhor performance, em comparação com a lã (8,9 min.), o poliéster (12,9 min.) e o polipropileno (19,4 min.).

DENSIDADE: reflete a quantidade de fibra em uma determinada área. Em nosso caso utilizamos gramas por metro quadrado. Quanto maior o número maior a resistência do carpete, pois contem mais fibra e, portanto fica mais resistente ao trafego. Muitas vezes um carpete de polipropileno e mais resistente ao trafego do que um carpete de nylon simplesmente porque contem mais fibra.

FRIEZE: fios muito torcidos que fornecem um visual contemporâneo para áreas movimentadas da residência.

ISOLAMENTO ACÚSTICO: capacidade do carpete de absorver ondas sonoras e atuar como barreira à passagem de ruídos externos para o ambiente e vice-versa. Principalmente em ambientes comerciais, o carpete contribui para a redução dos ruídos e conseqüentemente, o aumento da concentração e a redução do stress das pessoas.

ISOLAMENTO TÉRMICO: capacidade de conservar a temperatura do ambiente, independentemente da temperatura externa. A capacidade de isolamento térmico do carpete deve-se à sua capacidade de reter ar e as matérias-primas utilizadas na fabricação dos fios. Não há razão, portanto, em afirmar que o carpete esquenta o ambiente se estivermos tratando de carpetes com matérias-primas sintéticas, como o nylon e o polipropileno que são maus condutores de calor. A questão é que o carpete cria uma atmosfera de aconchego e conforto, passando a impressão de calor. Ao contrário, carpetes de lã, de fato, podem esquentar o ambiente.

NYLON: fibra de carpete superior, mais nobre e mais cara. Um carpete de nylon oferece uma maior opção de cores, de núncias e tem mais características de durabilidade.

PELO CORTADO: fibra de carpete que possui uma aparência aveludada e deixa pegadas. Macio, leve e elegante, é ideal para áreas formais como salas de vista. Privilegia o conforto.

PELO CORTADO TEXTURIZADO: fibra de carpete utilizada em ambientes mais casuais do que o pelo cortado clássico. Pode ter cores mescladas, proporcionando rusticidade e contemporaneidade ao ambiente.

POLIESTER: fibra de carpete que oferece grande conforto e maciez e pode ser um ótimo substituto ao nylon quando o orçamento for apertado.

POLIPROPILENO: fibra de carpete mais rústica, utilizada em carpetes sintéticos. Sua durabilidade vai depender diretamente da construção e quantidade de fibra utilizada na construção do carpete.

PROTEÇÃO ANTI-ESTATÁTICA: a eletricidade estática é gerada pelo atrito, na maioria dos casos, entre a sola do sapato do usuário e a superfície do carpete, quando o ambiente apresenta baixa umidade relativa do ar e baixa temperatura. Dependendo da voltagem produzida por esse atrito, podem surgir situações desagradáveis para os usuários - choques e sensação de cansaço - além de aumentarem os riscos de panes e danos em equipamentos eletrônicos. O carpete deve manter a carga eletrostática abaixo do limite aceitável pela sensibilidade humana, que corresponde a 3,5 kv (teste AATCC 134 - sola de neolite - a 21° C de temperatura e 20% de umidade relativa do ar).

RESISTÊNCIA A ABRASÃO: capacidade de resistir à perda de pêlo causada pela abrasão, produzida pelo tráfego de pessoas ou pelo deslocamento de móveis e objetos. A perda de

pêlo gera um desgaste na superfície do carpete, provocando a aceleração do processo de envelhecimento do produto.

RESISTÊNCIA A MANCHAS: o derramamento de bebidas, alimentos cria áreas com cores e tonalidades diferentes das originais na superfície do carpete. A resistência a manchas é a capacidade do produto de dificultar ou impedir a fixação desses materiais.

RESISTÊNCIA A SUJEIRA: de toda a sujeira encontrada nos carpetes, aproximadamente 80% vêm de áreas externas e são trazidos pelas solas dos sapatos dos usuários. Por isso, os locais sujeitos a ficar mais sujos são os de acesso onde, em geral, se dá a transição dos pisos frios para o carpete, soleiras de porta, halls de entrada, lobbies de hotel, elevadores etc.

RESISTÊNCIA AO FOGO: capacidade do carpete de se opor à combustão pelo maior período de tempo possível. O carpete precisa ser auto-extinguível e impedir a propagação das chamas, ou seja, parar de queimar tão logo cesse a fonte de calor. São basicamente dois os fatores que respondem pelo desempenho do carpete quanto à resistência ao fogo: o tipo de matéria-prima de sua superfície e sua densidade

RESISTÊNCIA E AMASSAMENTO: propriedade do carpete associada à conservação da aparência de novo do produto. Refere-se à capacidade do pêlo voltar à posição original, após sofrer pressão resultante do tráfego de pessoas e da permanência de móveis e objetos em um mesmo local.

SHAG: fibra de carpete que apresenta diferenças de espessura e comprimento dos fios, gerando uma textura moderna e chamativa.

22. Dicas de Negócio

Para aprofundar seus conhecimentos sobre o tema, sugerimos leituras especializadas sobre venda e instalação de carpetes. Veja em Bibliografia Complementar as recomendações de leitura.

Também é fundamental visitar todos os sites sugeridos no tópico “Bibliografia”, e também os sites dos concorrentes. Isso ajuda a entender o negócio como um todo.

Investir em treinamentos e qualificação dos funcionários é extremamente importante, em especial para os vendedores, haja vista que, um bom atendimento e um profundo conhecimento dos produtos são essenciais para alavancar as vendas.

O empreendedor pode treinar uma equipe de vendedores especializados em atender ao mercado corporativo e participar de licitações e pregões eletrônicos de órgãos públicos. Embora a margem de lucro deste tipo de venda seja reduzida, a comercialização de carpetes em grande escala garante o giro do estoque e possibilita a aquisição de matéria-prima dos fabricantes a preços melhores.

Parcerias com arquitetos e decoradores é fundamental.

Outra dica importante é visitar as feiras e outros eventos do setor.

Por fim, consulte o Sebrae de sua região para elaborar seu plano de negócio e elucidar toda a

parte legal do empreendimento.

23. Características Específicas do Empreendedor

No caso específico de uma empresa venda e instalação de carpetes, algumas características comportamentais específicas podem ajudar muito:

- Gostar e ser um bom comerciante, ou seja, vender e comprar bem e com prazer;
- Ficar atento as tendências de decoração;
- Ter bons contatos;
- Ter bom relacionamento interpessoal;
- Ter conhecimentos sobre o mercado de carpetes.

Mas as características empreendedoras desejáveis vão muito além e se aplicam a qualquer negócio. Entre as mais importantes estão ter metas, planejar, persistir, buscar de informações e ter uma boa dose de autoconfiança.

Uma excelente opção prática é fazer o curso EMPRETEC, oferecido pelo Sebrae. Ele ajuda as pessoas a desenvolverem seu perfil empreendedor.

O Sebrae também disponibiliza cursos à distância com foco no empreendedorismo. Confira em: <http://www.ead.sebrae.com.br/quero-empreender/>

24. Bibliografia Complementar

Publicações disponíveis na internet

Perfil do setor, Associação Brasileira das Indústrias de Tapetes e Carpetes.

http://www.abricbrasil.com.br/site/dados_economicos.php

História dos carpetes.

<http://www.inovepisos.com.br/blog/2012/02/conheca-a-historia-dos-carpetes/>

Como montar uma empresa de venda e instalação de carpetes.

<http://www.novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/como-montar-uma-empresa-de-venda-e-instalacao-de-carpetes/>

Como Abrir - Montar uma Empresa de Venda e instalação de carpetes.

http://como-abrir-o-seu-negocio.blogspot.com.br/2012/01/como-abrir-montar-uma-empresa-de-venda_07.html

Sindicatos e Associações

ABRIC, Associação Brasileira das Indústrias de Tapetes e Carpetes

<http://www.abricbrasil.com.br>

ABIT, Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção

<http://www.abit.org.br>

ABD, Associação Brasileira de Design de Interiores

<http://www.abd.org.br>

Sites diversos

<http://www.fitac.com.br/>

Empresas do Setor

http://www.pisosmagon.com.br/crbst_1.html

<http://www.tapetese carpetestabacow.com.br/produtos.asp>

<http://www.tabacow.com.br/>

<http://www.mape.com.br/rio-de-janeiro/mobiliario-escritorio-e-carpetes-placa/ins-talac-o-de-carpetes>

<http://www.frankmilicarpetes.com.br/>

<http://www.atualpisos.com.br/carpetes/>

<http://www.rjcarpetesedecoracao.com.br/>

