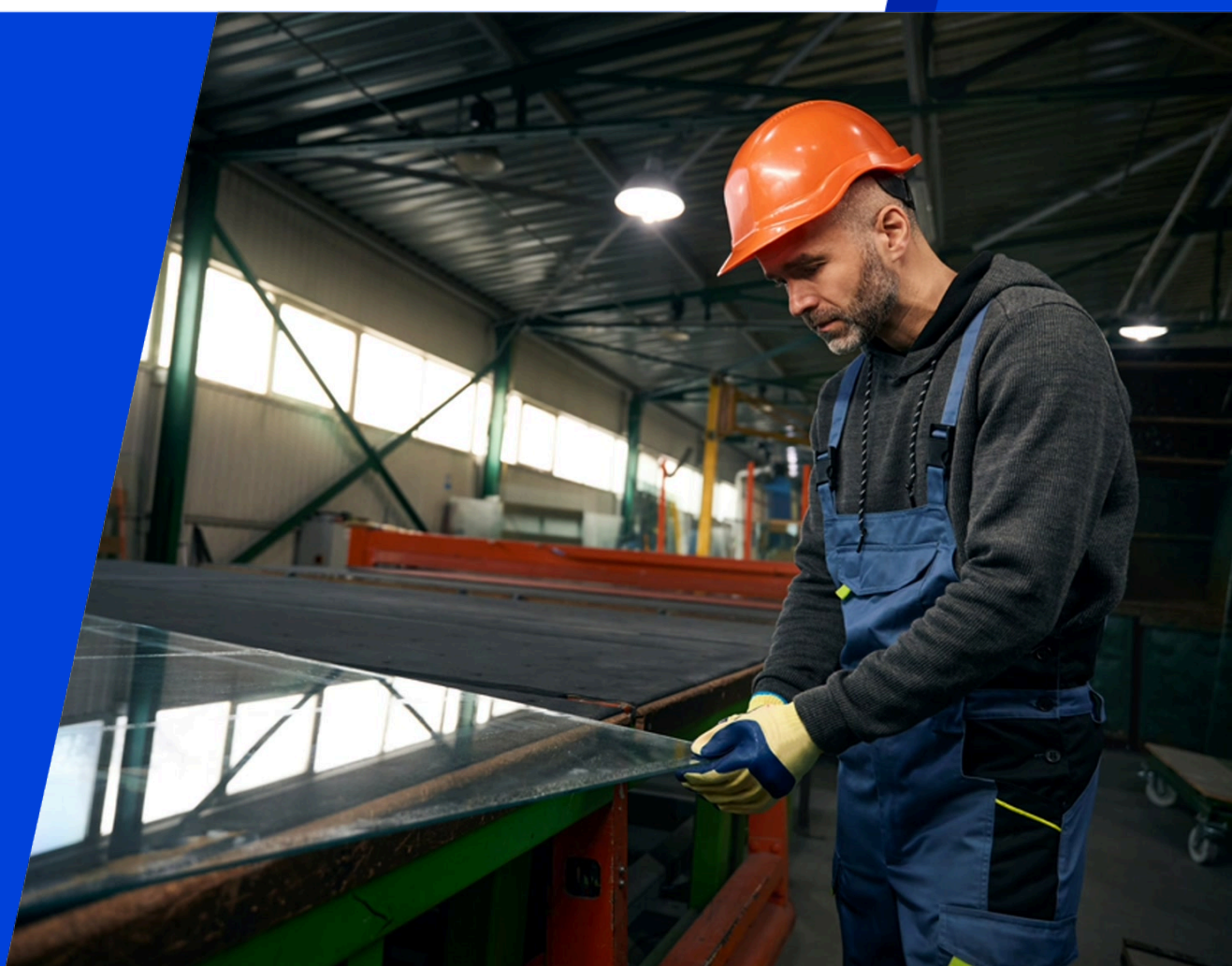


Vidraçaria



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.....	3
Exigências Legais e Específicas.....	3
Estrutura.....	5
Pessoal.....	5
Equipamentos.....	7
Matéria Prima/Mercadoria.....	8
Organização do Processo Produtivo.....	9
Automação.....	10
Canais de Distribuição.....	11
Investimentos.....	11
Capital de Giro.....	12
Custos.....	13
Diversificação/Agregação de Valor.....	14
Divulgação.....	15
Informações Fiscais e Tributárias.....	15
Eventos.....	18
Entidades em Geral.....	19
Normas Técnicas.....	20
Glossário.....	20
Dicas de Negócio.....	22
Características Específicas do Empreendedor.....	22
Bibliografia Complementar.....	23
Fonte de Recurso.....	24
Planejamento Financeiro.....	24
Produtos e Serviços - Sebrae.....	24
Sites Úteis.....	24

1. Apresentação de Negócio

A Vidraçaria é um empreendimento que corta e comercializa vidros, espelhos, cristais, peças de arte feitas em vidro, etc. Dependendo do interesse do empreendedor, também podem ser realizados trabalhos específicos de jateamento, laminação e pintura. Esse segmento permite uma linha com grande variedade de produtos, que abrange desde o vidro de utilização mais comum, até vidros especiais, como é o caso dos vidros blindados.

Quem não se encanta com um espaço bem estruturado, confortável, e que se traduz em beleza em cada um dos detalhes do projeto, onde os elementos se combinam em cores, iluminação e definição de espaços?

O vidro nos últimos anos tornou-se um elemento indispensável para compor esses projetos de forma harmônica e com uma infinidade de variações estéticas. Utilizado para as várias funções na ambientação de casas, escritórios e lojas comerciais. O negócio de Vidraçaria está relacionado à ambientação com conforto, funcionalidade e beleza.

O crescimento do mercado nacional de vidros planos, muitas vezes com taxas superiores ao desenvolvimento do país, além de criar um parque de oportunidades, torna o mercado muito mais competitivo. Isto faz com que as vidraçarias tenham que se profissionalizar para poder enfrentar a concorrência e ofertar ao seu público produtos e serviços com maior valor agregado.

2. Mercado

Tendências de mercado

Nos últimos anos houve uma explosão na produção e no número de indústrias processadoras de vidros no Brasil. O consumo per capita chegou próximo a dez quilos e o transformado, incluindo o automotivo, representa 2/3 desse total. Hoje o país possui quase quinhentos processadores cobrindo todo o território nacional, oferecendo ao mercado um amplo portfólio de soluções em vidro, em grande quantidade e alta qualidade. No entanto, o momento é de ajustes e os fatores que promoveram esse crescimento acelerado não estão mais presentes. Estamos vivendo um período de economia conturbada, com forte retração de consumo. A tendência é que o setor se mantenha estagnado enquanto não acontecer a retomada da construção civil e do setor automotivo.

Mercado consumidor

A fim de dimensionar esse mercado, o empreendedor deverá pesquisar os indicadores econômicos e sociais da região em que pretende abrir a empresa. É essencial que se analisem alguns índices como: tamanho da população, população economicamente ativa, índice de potencial do consumo, índice de desenvolvimento humano, etc.

Sugere-se que essas informações sejam pesquisadas periodicamente nos sites do IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada; do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística; do PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – e da Fundação Getúlio Vargas.

O estudo dos clientes é uma das etapas mais importantes na estruturação do

empreendimento. O empreendedor deverá identificar e conhecer melhor seu cliente. Por isso, de uma maneira simples, o empreendedor necessita saber:

- As características gerais dos clientes: idade, sexo, profissão, salário, endereço;
- Quais são os interesses e o comportamento da clientela: a quantidade de produtos e serviços que compram e com que frequência o fazem, que preço pagam ou estão dispostos a pagar pelos produtos;
- O que motiva as pessoas a fazer uma compra: o preço, a qualidade, as formas de pagamento, o atendimento;
- Onde estão os clientes: o tamanho do mercado em que irá atuar - será apenas no bairro, na cidade, no estado inteiro? Os clientes encontrarão a loja com facilidade?

Mercado concorrente

Para conhecer o concorrente, é necessário identificar as empresas que trabalham com produtos semelhantes no raio de atuação onde será aberta a nova empresa. A partir daí, realizam-se visitas e examinam-se os pontos fortes e fracos dessas lojas em relação a:

- Qualidade dos produtos comercializadas;
- Preço praticado para cada item;
- Localização da loja;
- Condições de pagamento: prazos, descontos, etc.;
- Qualidade do atendimento prestado;
- Serviços adicionais: entrega em domicílio, instalação de peças garantias oferecidas, horários de funcionamento, etc.

Após essa análise, devem-se realizar comparações e visualizar se a nova empresa poderá competir com as analisadas, se há espaço para mais um empreendimento do mesmo ramo, e o que a nova empresa terá de diferencial para que os clientes deixem de ir comprar no concorrente, etc.

Mercado fornecedor

Identificar e selecionar os fornecedores de equipamentos e matérias-primas para o empreendimento não é tarefa das mais simples, tendo em vista a variedade de equipamentos e produtos disponíveis no mercado. O empreendedor deverá avaliar, em pelo menos três empresas, alguns aspectos do mercado fornecedor:

- Qualidade dos produtos;
- Preço;

- Condições de pagamento;
- Prazos para entrega.

Se escolher apenas um fornecedor, é importante manter contato com os principais, pois nunca se sabe quando um fornecedor pode ter dificuldades de atendimento.

3. Localização

A localização de uma Vidraçaria é fator muito importante para o negócio e deve estar alinhada com a estratégia, de acordo com o perfil da clientela. Uma boa localização é aquela que favorece o acesso das pessoas, com o menor grau possível de dificuldade.

Uma Vidraçaria deverá estar instalada próximo ao local de residência do público-alvo, ou em locais de grande frequência de público como em centros urbanos ou outros locais de grande fluxo de pessoas, que favoreça o estacionamento de veículos e possua boas condições ambientais para uma permanência agradável da clientela. É aconselhável, também, que o local escolhido esteja nas regiões onde há previsão de construções de residências, novos loteamentos, grandes áreas comerciais, ou ainda nas proximidades de empresas de construção e arquitetura. É importante verificar ainda, a proximidade com residências, pois o ruído gerado na produção das vidraçarias pode gerar incômodo aos vizinhos.

O local escolhido deve fornecer toda a infraestrutura necessária para atender às necessidades de operação que uma Vidraçaria exige, como espaço adequado para armazenar os vidros, perfis de alumínio e insumos com segurança, facilidade de acesso, existência de transporte coletivo para que clientes e funcionários possam se deslocar, estacionamento, e ainda possibilitar possíveis expansões do negócio.

O local deve permitir, com facilidade, o acesso de caminhões para carga e descarga dos produtos, facilitando o recebimento das mercadorias adquiridas e o escoamento dos produtos vendidos. Deve ser observado ainda se as atividades a serem desenvolvidas no local respeitam o plano diretor e a lei de zoneamento do município. A localização é um componente fundamental do composto mercadológico e pode definir o sucesso ou fracasso do empreendimento, razão pela qual, merece atenção especial na sua definição.

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas em conformidade com um Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar no imóvel escolhido para instalar a empresa. Esse deve ser o primeiro passo para avaliar a implantação do negócio.

4. Exigências Legais e Específicas

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

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Registro na Fazenda Estadual;
- Registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- 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.
- Contribuição Sindical - A Lei 13.467, de 13 de julho de 2017, denominada Reforma Trabalhista, altera o art. 579 da CLT – Consolidação das Leis do Trabalho – e a contribuição sindical passa a ser facultativa a partir de janeiro de 2018. Isso vale tanto para sindicatos patronais quanto para os trabalhadores (funcionários).
- Realizar uma busca de nome e marca - Verificar se existe alguma empresa registrada com o nome pretendido e a marca que será utilizada. Órgão responsável: Junta Comercial ou Cartório (no caso de Sociedade Simples) e Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI).
- Arquivamento do contrato social/Declaração de Empresa Individual - Este passo consiste no registro do contrato social. Verifica-se também, os antecedentes dos sócios ou empresário junto à Receita Federal, por meio de pesquisas do CPF.

Órgão responsável: Junta Comercial ou Cartório (no caso de Sociedade Simples).

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 foi instituído pela Lei n. 8.078, em 11 de setembro de 1990, com o objetivo de regular a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca do reequilíbrio na relação entre consumidor e fornecedor, seja reforçando a posição do primeiro, seja limitando certas práticas abusivas impostas pelo segundo.

É importante que o empreendedor saiba que 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) adquira produtos ou serviços como destinatário final.

A fim de cumprir as metas definidas pelo CDC, o empreendedor deverá conhecer bem algumas regras que sua empresa deverá atender, tais como: 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.

Importante:

- Para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento.
- A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para microempresas e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças, etc.

5. Estrutura

O local deve oferecer infraestrutura adequada e condições que propiciem o desenvolvimento da Vidraçaria. É fundamental avaliar a facilidade do acesso a partir do perfil da clientela e considerar fluxo de veículos de grande porte para carga e descarga de produtos. Além disso, o local escolhido deve oferecer estacionamento próprio ou a possibilidade deste na redondeza.

A estrutura de uma Vidraçaria é bastante simples, composta basicamente por uma área de atendimento com *showroom*, área para corte e processamento dos pedidos, uma área para depósito, além de um pequeno escritório para administração. A área de atendimento e *showroom* deve possibilitar a exposição dos diversos tipos de vidros ofertados e proporcionar bem-estar ao cliente. O escritório da administração pode ser pequeno, bastando um espaço que seja suficiente para a realização das atividades básicas de relacionamento com fornecedores, registros e controles sobre o negócio.

6. Pessoal

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento. Para uma Vidraçaria de pequeno porte, que comercialize e preste serviço de colocação de vidros, pode-se começar com oito empregados, distribuídos da seguinte forma:

- 01 Técnico;
- 02 Montadores;
- 01 Auxiliar de montagem;
- 01 Auxiliar de limpeza;
- 01 Auxiliar administrativo;
- 02 Atendentes.

As contratações dos colaboradores e o treinamento para atendimento de qualidade devem ser orientados pelas competências descritas a seguir:

- Técnico: esse profissional deve possuir conhecimento sobre projetos de ambientação, além de ser profundo conhecedor das diversas soluções que podem ser implementadas, a partir da variedade da linha de produtos ofertados. Deverá ainda ter noções de configuração

espacial, saber realizar cálculos, coletar medidas, preparar orçamentos, ser organizado, comunicativo e comprometido com a satisfação do cliente.

- Atendente: deve ser um profissional-chave na empresa, pois a ele caberá o primeiro contato com os clientes para levantamento das necessidades e identificação do serviço a ser realizado, registrando a demanda do cliente e enviando um técnico para fazer o levantamento *in loco*, que subsidiará a elaboração do orçamento e proposta. Esse profissional deve ter facilidade de comunicação, boa postura pessoal, ser capaz de dispensar atendimento de excelência ao cliente, gerar confiança e conduzir o processo de venda.

- Auxiliar de limpeza: deve saber manusear equipamentos de limpeza, ter noção da importância da higiene e limpeza no relacionamento com a clientela, além de demonstrar interesse e comprometimento com a qualidade dos serviços prestados.

- Montador: deve ter experiência em manuseio de vidros e equipamentos para corte e preparo para montagem e/ou instalação.

Deve aplicar os princípios de segurança no trabalho, evitando acidentes e proporcionando um serviço de qualidade. Deve ser organizado, responsável e comprometido com a satisfação do cliente, cumprindo prazos e dispensando um tratamento respeitoso e cordial.

- Auxiliar de montagem: deve saber preparar e organizar os diversos insumos que serão utilizados no processamento das peças de vidro, manusear ferramentas e equipamentos e saber realizar os pequenos serviços de cortes de vidro comum e espelhos. Deve ser organizado, ter iniciativa, conhecimento das características de cada produto utilizado e sua funcionalidade.

- Auxiliar administrativo: deve ser capaz de realizar as atividades básicas relacionadas a registros sobre o relacionamento com clientes, fornecedores, colaboradores, controles financeiros e bancários, operando sistemas tecnológicos apropriados para esse fim, além de demonstrar habilidade de relacionamento interpessoal e comprometimento com a qualidade dos serviços prestados pela empresa.

A apresentação pessoal dos empregados da loja também é fator de grande importância nesse negócio, sendo aconselhável o uso de uniforme e fardamento adequado aos colaboradores, de acordo com as características de cada setor. É necessário cuidado especial com o manejo dos vidros, porque é uma atividade de alta periculosidade.

Investir constantemente no aperfeiçoamento dos colaboradores por meio de cursos, palestras, *workshops* que são oferecidos no mercado, ou em atividades de desenvolvimento realizadas na própria empresa, deve ser preocupação permanente do empreendedor. O empresário deverá participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor.

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, evitando, assim, consequências desagradáveis.

7. Equipamentos

São necessários os seguintes móveis e equipamentos:

Mobiliário para a área administrativa e estoque

- Cadeiras 4 – R\$ 800,00;
- Armário 1 – R\$ 650,00;
- Impressora HP laser Jet 1 – R\$ 1.500,00;
- Mesas 2 – R\$ 700,00;
- Microcomputador completo 1 – R\$1.900,00;
- Telefone 2 – R\$ 360,00;
- Estantes de aço 10 – R\$ 3.890,00;

Total mobiliário: R\$ 9.800,00.

Equipamentos e móveis para a área de atendimento e processamento:

- Computadores 2 – R\$ 2.400,00;
- Impressora de cupom fiscal 2 – R\$ 800,00;
- Gaveteiro para guardar numerário 2 – R\$ 800,00;
- Balcão de atendimento 1 – R\$ 2.000,00;
- Cadeiras 8 – R\$ 960,00;
- Mesa de madeira para corte 2 – R\$ 1.800,00;
- Furadeira elétrica de impacto 2 – R\$ 1.000,00;
- Brocas diamantadas – R\$ 300,00;
- Canetas de corte (vídia) 3 – R\$ 360,00;
- Equipamentos para instalação – R\$ 1.200,00;
- Furadeira para vidro 1 – R\$700,00;
- Furadeira para vidro duplo 1 – R\$ 900,00;
- Lixadeira para vidro 1 – R\$ 600,00;

- Instrumentos de medição – R\$ 300,00;
- Mesa de apoio forrada com carpete (2m x 3m) – R\$ 1.500,00;
- Equipamentos de proteção individual (botas, capacetes, luvas, máscaras respiratórias, óculos, protetor auricular, etc.) – R\$ 1.500,00;
- Estante/armário 5 – R\$ 2.000,00;
- Veículo utilitário de pequeno porte – a critério 1 – R\$ 45.000,00;

Total dos equipamentos: R\$ 64.120,00.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente verificado por meio indicadores de desempenho. Entre vários indicadores chamamos atenção especial para os três seguintes:

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

Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

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

Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a compra; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

A matéria-prima utilizada numa Vidraçaria é representada pelos diversos tipos de vidros, fechaduras, dobradiças, laminados, molduras, outros insumos utilizados nas montagens de produtos e/ou nas instalações, além dos demais produtos que o empreendedor decidir ofertar na loja. A quantidade de tipos de vidros disponível do mercado é elevada, como por exemplo: vidro comum, temperado, impresso, refletivo, laminado, aramado, termo acústico, duplo com cristal líquido, etc.

A Vidraçaria descrita nesse material foi estruturada para trabalhar com vidro comum e temperado, bem como espelhos planos. Cabe ressaltar que a oferta de corte de espelhos

não é o foco do negócio, mas serve para completar o *mix* de produtos. O vidro comum, geralmente, é comprado em chapas. Sendo que, nas indústrias brasileiras, é produzido em chapas de diversos tamanhos e espessuras, as quais são entregues às vidraçarias para serem cortadas conforme a necessidade do cliente. Em relação ao vidro temperado, o processo é diferente, pois todos os trabalhos de corte, furação, lapidação e têmpera são realizados nas chamadas têmperas. Ou seja, o vidraceiro envia o projeto para estas empresas de têmpera, para serem confeccionados conforme a necessidade do cliente, e posteriormente entregues novamente na Vidraçaria para serem instalados.

Como o vidro representa a maior parte do custo, deve-se evitar o desperdício de matéria-prima ao realizar o corte das chapas e outros insumos usados durante o processo produtivo, pois este aspecto pode ser a diferença entre o lucro ou o prejuízo.

Também deve haver um cuidado especial com os insumos utilizados para colocação e fixação dos vidros, como por exemplo, perfis de alumínio, dobradiças, molas para portas de vidro temperado, silicone para vedação, buchas e parafusos. Para a definição dos produtos a serem oferecidos o empresário deverá pesquisar junto a profissionais do ramo, ouvir potenciais clientes, observar a concorrência e decidir por um *mix* que poderá sofrer ajustes e mudanças no decorrer do tempo.

9. Organização do Processo Produtivo

Os processos produtivos de uma Vidraçaria são constituídos de:

- Compra de matéria-prima – É responsável pela pesquisa de fornecedores que comercializam por atacado os itens que serão utilizados na Vidraçaria. É fundamental realizar periodicamente pesquisa de interesse do cliente para disponibilizar vidros e outros produtos de acordo com as tendências. Essas pesquisas orientam o processo de compra.
- Atendimento ao cliente – Ocorre na empresa, por telefone, por e-mail, por preenchimento de ficha no *site* e pode ocorrer no próprio local do serviço. A visita ao *showroom* pode ocorrer após a visita técnica, quando o cliente ainda não tem muito bem definido o modelo do projeto quanto às variações da solução desejada, ou quando deseja visualizar outras possibilidades para o projeto. Após o primeiro contato o atendente agenda com o cliente a visita do técnico para conhecimento do projeto ou do serviço, dando início ao orçamento e proposta. A maioria dos contatos à Vidraçaria ocorre por telefone e por essa razão é recomendável que os atendentes tenham um bom preparo para iniciar um bom relacionamento, logo no primeiro contato.

Atendimentos na loja devem ser realizados com presteza, segurança e rapidez. Todos os atendimentos devem estar focados na satisfação do cliente.

- Visita técnica – tem a função de conhecer a necessidade do cliente, entender o que ele deseja, orientar e fornecer informações complementares, coletar as dimensões da (s) peça (s) de vidro que serão utilizadas, discutir a melhor solução para o projeto e apresentar proposta e orçamento com os custos efetivos, prazos de realização do serviço e a forma de pagamento.

- Realização do serviço – Após a aprovação da proposta o serviço será realizado, demandando o corte dos vidros e a preparação dos demais produtos e insumos a serem

utilizados no projeto, sendo essa uma etapa crucial para o sucesso do empreendimento. Existem situações em que a matéria-prima ainda precisa ser adquirida e a têmpera do vidro confeccionada. Depois de prontas, a empresa agenda a visita dos montadores para a montagem e instalação do projeto no local desejado pelo cliente, quando então as peças de vidro produzidas são levadas ao cliente no local onde são montadas e instaladas. Como se trata de um material frágil, o transporte dos vidros deve ser feito por meio de um veículo adequado, que possa acomodar o material com a devida fixação e o mínimo de vibração possível. Esta é uma etapa que exige bastante atenção, para que seja evitada a devolução de mercadorias em função de falhas de comunicação ocorridas durante a negociação. Para os pequenos serviços de corte de vidro comum e espelhos, o processo é mais simples e realizado na presença do cliente. É importante ressaltar que um projeto bem feito ajuda a diminuir os desperdícios de matéria-prima e, conseqüentemente, os custos de produção com compras realizadas fora do orçamento.

- **Estoque** – Será necessário manter um nível de estoque para garantir o fluxo de atendimento. O empreendedor deverá tomar cuidado para não manter níveis exagerados de estoque. O acondicionamento dos produtos deverá ser feito de forma adequada para evitar perdas, uma vez que os vidros oferecem altos riscos de quebras.
- **Pós-venda** – Acompanhamento e assistência após a realização do serviço, enviando comunicações de interesse do cliente e mantendo o relacionamento com o objetivo de realizar outros serviços, por conta da fidelização.
- **Administração** – Destina-se às atividades de relacionamento com fornecedores, controle de contas a pagar, atividades de recursos humanos, controle financeiro e de contas bancárias, acompanhamento do desempenho do negócio e outras que o empreendedor julgar necessárias para o bom andamento do empreendimento. Ao longo de todo o processo, o empresário deve estar sempre atento na compra de materiais de acordo com a sazonalidade da demanda, estocagem de maneira adequada e na quantidade correta, vendas direcionadas e nos controles financeiros para o correto dimensionamento dos recursos investidos. É importante salientar que, para evitar que pessoas transitem ao longo da área de produção de forma desorganizada e que produtos sejam transportados desordenadamente, aumentando o risco de acidentes e o tempo de produção, o arranjo físico dos equipamentos deve ser adequado de maneira a seguir a orientação do fluxo produtivo.

10. Automação

Os processos de uma Vidraçaria são realizados manualmente. No entanto, para a gestão do negócio há no mercado uma boa oferta de sistemas para gerenciamento de pequenos negócios.

Para uma produtividade adequada, devem ser adquiridos sistemas que integrem as compras, as vendas e o financeiro. Os *softwares* possibilitam montar o cadastro de clientes e fornecedores, histórico de serviços prestados para cada cliente, controle de estoque de material, equipamentos, ferramentas, orçamento, cronograma físico financeiro, serviço de mala-direta para clientes e potenciais clientes, cadastro de móveis e equipamentos, gerenciamento de serviços dos empregados, controle de comissionamento, controle de contas a pagar e a receber, fornecedores, folha de pagamento, fluxo de caixa, fechamento de caixa, etc.

Deve-se procurar *softwares* de custo acessível e compatível com uma pequena empresa. Pesquisas nos principais *sites* de busca indicarão uma grande variedade de *softwares* destinados à gestão integrada dos diversos setores de uma pequena empresa. O empresário poderá optar por download de sistemas sem custo, com custo mensal, com valor fixo, podendo incluir custo de assistência técnica e customização. Para a busca na internet basta pesquisar “Sistemas de Gestão Empresarial” e avaliar as alternativas apresentadas.

11. Canais de Distribuição

O principal canal de distribuição é a própria Vidraçaria. É bastante comum o cliente fazer contato com a empresa e solicitar visita. Por essa razão, o empresário deverá estar preparado para que ele e todos os técnicos que realizam visitas técnicas no local de instalação dos vidros e estejam de posse de calculadora, trena, caneta, papel, catálogos de produtos e outros materiais que poderão ajudar na realização do projeto.

O desenvolvimento de um *site* na internet com divulgação dos projetos realizados pela empresa, depoimento dos clientes e fotografia das peças instaladas (desde que autorizadas previamente) é uma poderosa arma de marketing. Através do *site*, *e-mail*, ou através das redes sociais, o cliente poderá fazer contato com a empresa, preencher cadastro, agendar atendimento personalizado, solicitar orçamentos, e avaliar a qualidade dos serviços prestados. A internet é uma opção de contato com o cliente muito importante nos dias atuais e que pode ser um canal vigoroso de vendas, desde que possua uma boa estrutura, *design* apropriado e acompanhamento adequado.

12. Investimentos

Investimento compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento de sua autossustentação. Pode ser caracterizado como:

- Investimento fixo – Compreende o capital empregado na compra de imóveis, equipamentos, móveis, utensílios, instalações, reformas, etc.;
- Investimentos pré-operacionais – São todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisas de mercado, registro da empresa, projeto de decoração, 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.

Para a atividade de uma Vidraçaria de pequeno porte o empreendedor deverá dispor de aproximadamente R\$ 139.750,00 para fazer frente aos seguintes itens de investimento:

- Mobiliário para a área administrativa – R\$ 10.000,00;
- Reforma e/ou adaptação de instalações – R\$ 20.000,00;
- Equipamentos e móveis para área de atendimento e processamento – R\$ 74.000,00;

- Despesas de registro da empresa, honorários profissionais, taxas, etc. - R\$ 3.500,00;
- Capital de giro para suportar o negócio nos primeiros meses de atividade – R\$ 32.250,00.

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

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando o segmento de clientes, os atores com quem se relacionará, as atividades chave, as parcerias necessárias, sua estrutura de custos e fontes de receita.

Os valores acima relacionados são apenas uma referência para constituição de um empreendimento dessa natureza. Além disso, eles irão variar conforme a região geográfica que a empresa irá se instalar, da necessidade de reforma do imóvel, do tipo de mobiliário escolhido, etc.

Por meio da internet o empreendedor poderá adquirir e cotar os preços de quase todos os equipamentos e móveis necessários. Contudo, a depender do volume de compras, o futuro empresário poderá, de posse dessas cotações, ir conversar diretamente com algum fornecedor de sua região, a fim de analisar a realidade de valores do mercado.

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 a necessidade de capital de giro do negócio.

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

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos.

O capital de giro precisa de controle permanente, pois tem a função de minimizar o impacto das mudanças no ambiente de negócios no qual a empresa atua. O desafio da gestão do capital de giro está, principalmente, na ocorrência dos fatores a seguir: Variação dos diversos

custos absorvidos pela empresa;

- Aumento de despesas financeiras, em decorrência das instabilidades do mercado;
- Baixo volume de vendas;
- Aumento dos índices de inadimplência;
- Altos níveis de estoques.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão.

No caso de uma Vidraçaria, o empresário deve reservar em torno de 30% do total do investimento inicial para o capital de giro.

14. Custos

Os custos dentro de um negócio são empregados tanto na elaboração dos serviços ou produtos quanto na manutenção do pleno funcionamento da empresa.

Entre essas despesas, estão o que chamamos de custos fixos e custos variáveis.

Custos variáveis

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

Custos fixos

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

Esses gastos realizados na venda do produto ou do serviço serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados. Esses custos podem ser com: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matérias-primas e insumos consumidos no processo.

O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, produção e venda de produtos ou serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas.

Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

Abaixo estão descritos os principais custos fixos mensais típicos de uma Vidraçaria:

- Aluguel – R\$ 5.000,00 – se for em centro comercial esse valor aumenta;
- Água, luz, telefone, internet – R\$ 1.000,00;

- Salários, comissões e encargos – R\$ 15.500,00;
- Taxas, contribuições e despesas afins – R\$ 1.000,00;
- Transporte – R\$ 1.500,00;
- Seguros – R\$ 800,00;
- Assessoria contábil – R\$ 930,00;
- Segurança – R\$ 500,00;
- Limpeza, higiene e manutenção – R\$ 930,00.
- Combustível e manutenção de veículo – R\$ 2.200,00.

15. Diversificação/Aggregação de Valor

O empreendedor deve ter em mente que agregar valor significa ampliar a satisfação do cliente, seja por serviços auxiliares que facilitam a vida das pessoas, ou pela qualidade do atendimento, demonstrando valorização a cada indivíduo, pelo respeito, atenção, interesse, compromisso e responsabilidade que cada profissional dispensa no desempenho das suas atividades.

Uma das formas de diversificação é por meio da oferta de outros serviços agregados à Vidraçaria, tais como:

- Manutenção em vidros e *blindex* usados;
- Construção de soluções termo acústicas em vidro;
- Projetos com vidros blindados para segurança;
- Envidraçamento de sacada solar lux;
- Oferta de acrílicos para *box* de banheiros e outras aplicações;
- Manutenção de molas automáticas;
- Profissionais especializados por segmentos;
- Prazo de garantia para projeto realizado;
- Oferta de pacotes para manutenção com visitas periódicas.

As vidraçarias precisam investir cada vez mais em inovações e em características que, além de satisfazer as necessidades de seus clientes, sejam percebidas como superiores às demais oferecidas pela concorrência, chegando ao ponto do consumidor estar disposto a pagar mais caro pelos produtos da empresa, em relação a outras vidraçarias. Itens como cumprimento dos prazos de entrega, instalação adequada do artigo de vidro e preço, deixaram de ser diferenciais e tornaram-se pré-requisitos.

Um fator importante que pode agregar valor ao seu produto é o acompanhamento mais próximo junto ao cliente durante e após a realização das vendas. 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 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 atração e fidelização.

O empreendedor deve manter-se sempre atualizado com as novas tendências, novas técnicas, novos equipamentos e produtos, por meio da leitura de colunas de jornais e revistas especializados, programas de televisão ou por meio da Internet.

Ouvir os clientes e detectar suas aspirações e expectativas é muito importante para orientar a oferta de novos serviços. Atendimentos personalizados, em horários especiais ou em locais alternativos, que facilitem a vida do cliente e ofereçam comodidade podem agregar valor e fazer diferença. Caso a Vidraçaria direcione seu foco para o atendimento a obras de maior porte, é importante disponibilizar a estes clientes, suporte técnico com objetivo de orientar na definição da melhor solução para o cliente.

16. Divulgação

Os meios para divulgação de uma Vidraçaria variam de acordo com o porte e o público-alvo escolhido. Para um empreendimento de pequeno porte, pode ser usada a distribuição de informativos junto aos clientes que procuram à empresa.

Outras alternativas são os anúncios em jornais de bairro, revistas locais e propaganda em rádio. Neste ramo de atuação o “boca-a-boca” se caracteriza como um poderoso instrumento de divulgação para os produtos oferecidos, por isso mantenha a qualidade dos produtos e do atendimento.

Os veículos da empresa são uma excelente alternativa de divulgação e também, dependendo do nível de conservação e limpeza, podem expressar confiabilidade para o cliente. Veículos com a marca da empresa estampada, em péssimo estado de conservação, podem impactar negativamente na imagem da Vidraçaria.

Na medida do interesse e das possibilidades, poderão ser utilizados anúncios em jornais de grande circulação, revistas e *outdoor*. As redes sociais (*facebook*, *Instagram*), são também ótimas ferramentas de comunicação com o cliente e têm, de modo geral, custo zero.

Se for do interesse do empreendedor, um profissional de marketing e comunicação poderá ser contratado para desenvolver uma campanha de divulgação específica.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de Vidraçaria, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas), sob o número 4743-1/00, como a atividade de exploração de comércio varejista de vidros e outros acessórios correlatos, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - Instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, e alterada pela Lei Complementar 155, de 2016. Iniciando a vigência a partir de janeiro de 2018 - desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais) para microempresa 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 (<http://www8.receita.fazenda.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).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, alterada pela LC 155, de 2016, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 4% a 19,5%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio.

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\$ 81.000,00 (oitenta e um 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 da atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 – Alterada pela Resolução CGSN Nº 135, DE 22 de agosto de 2017. Para mais informações sobre essa modalidade consulte o *site* do portal do empreendedor: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>.

Importante consultar a Resolução CGSN nº 133/2017 (foi publicada no Diário Oficial da União (DOU) de 16/06/2017), alterando e revogando diversos dispositivos da Resolução CGSN nº 94/2011, que dispõe sobre o Simples Nacional.

Outros regimes de tributação

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

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

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

- **IRPJ - 15%**. Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, no mês, ou R\$ 60 mil, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;
- **CSLL - 9%**. Não há adicional de imposto.
- **PIS - 1,65%** - sobre a receita bruta total, compensável;
- **COFINS - 7,65%** - sobre a receita bruta total, compensável.

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

- **ICMS** - Em regra geral, as alíquotas variam conforme o estado, entre 17 e 19%. Alguns produtos ou serviços possuem alíquotas reduzidas ou diferenciadas.
- **ISS** - Calculado sobre a receita de prestação de serviços, varia conforme o município 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).
- **FGTS** - Fundo de Garantia por tempo de serviço, incide sobre o valor da folha de salários a alíquota de 8%.

Lucro Real: É o lucro líquido do período de apuração ajustado pelas adições, exclusões ou compensações estabelecidas em nossa legislação tributária. Este sistema é o mais complexo, que 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;
- **PIS - 1,65%** - sobre a receita bruta total, compensável;
- **COFINS - 7,65%** - sobre a receita bruta total, compensável.

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

- **ICMS** - Em regra geral, as alíquotas variam conforme o estado, entre 17 e 19%. Alguns produtos ou serviços possuem alíquotas reduzidas ou diferenciadas.

- **ISS** – Calculado sobre a receita de prestação de serviços, varia conforme o município 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).

- **FGTS** – Fundo de Garantia por tempo de serviço, incide sobre o valor da folha de salários a alíquota de 8%.

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

18. Eventos

O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações da área para obter informações sobre os eventos que irão ocorrer. Eventos como feiras, rodada de negócios, congressos, etc., são muito importantes para o empresário ficar por dentro das tendências de mercado, conhecer novos produtos e tecnologias, realizar parcerias e fazer bons negócios.

Onde procurar: www.ubrafe.org.br; www.expofeiras.gov.br e ainda no Catálogo Brasileiro de Exposições e Feiras, disponível na internet.

Alguns eventos importantes:

VITECH - Feira Internacional do Vidro

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

Glass South América

<http://www.glassexpo.com.br/pt>

FEICON BATIMAT

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

CONSTRUSUL – Feira Internacional da Construção

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

Expo Revestir

www.exporevestir.com.br

19. Entidades em Geral

Aqui estão listadas algumas instituições as quais o empreendedor necessitará se relacionar em algum momento da execução da sua atividade.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Para descobrir a unidade do SEBRAE mais próxima acesse:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Contato> ou Tel.:0800 570 0800

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas

Av. Treze de Maio, 13 - 28º andar - Rio de Janeiro/RJ

CEP: 20031-901

Tel.: (21) 3974-2310

E-mail: atendimento.rj@abnt.org.br

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

ANAVIDRO - Associação Nacional de Vidraçarias

Rua 13 de Maio, 911 - Bela Vista - São Paulo/SP - CEP 01327-000

Tel.: (11) 2373-2385 / 3266.7753 - <http://www.anavidro.com.br>

ABRAVIDRO – Associação Brasileira de Distribuidores e Processadores de Vidros Planos

Av. Francisco Matarazzo, 1752 Sl 615 – Água Branca

São Paulo/SP - CEP: 05014-000.

Tel.: (11) 3873-9908 / Fax: (11) 3873-9910

E-mail: abravidro@abravidro.org.br - <http://www.abravidro.org.br>

ABIVIDRO – Associação Técnica Brasileira das Indústrias Automáticas de Vidro

Av. Angélica, 2491 – conj. 162 - São Paulo/SP - CEP:01223-010

Tel. (11) 3255-3363 / 3221

E-mail: abividro@abividro.org.br - <http://www.abividro.org.br>

20. Normas Técnicas

Normas técnicas são documentos que estabelecem padrões reguladores com o objetivo de garantir a qualidade de produtos industriais, a racionalização da produção e processos, o transporte e o consumo de bens, a segurança das pessoas e o estabelecimento de limites para a manutenção da qualidade ambiental.

- ABNT/CB-37 - Comitê Brasileiro de Vidros Planos.

- ABNT NBR NM 293:2004 - Terminologia de vidros planos e dos componentes acessórios a sua aplicação.

- ABNT NBR 10758 - Vidros de segurança aquecíveis por energia elétrica para veículos rodoviários.

- ABNT NBR 12667- Vidros de segurança com impressão cerâmica decorativa, para veículos rodoviários.

- ABNT NBR 9492 - Vidros de segurança - Determinação da visibilidade após ruptura e segurança contra estilhaços. Existem muitas outras normas direcionadas ao setor vidro. Para adquirir as normas técnicas, acesse o site: www.abnt.org.br ou http://www.andiv.com.br/normas_vigentes.asp.

21. Glossário

Ergonomia: Estudo das interações entre pessoas e elementos de uma empresa que visa melhorar a qualidade de vida das pessoas e o seu desempenho no trabalho.

Glazing: É o tipo de fachada em que se utilizam vidros colados com silicone estrutural em caixilhos especiais. Então, pelo lado de fora do ambiente, o que se vê são apenas os vidros sem a interferência de caixilhos ou molduras.

Lapidação: É o tratamento que o vidro recebe nas bordas, evitando possíveis ferimentos e conferindo certa dose de resistência ao vidro. É a lapidação também que garante um aspecto diferenciado ao produto final. Após passar por este processo, o vidro pode ser utilizado em tampos de mesa, móveis, prateleiras, etc.

Pele de vidro: Sistema de fachada. Primeiramente, as colunas são instaladas e depois, aplicam-se os quadros de alumínio e vidros.

Sistema Grid: Originalmente, era essa a concepção das fachadas cortinas. Tem colunas aparentes que estruturam a fachada. As travessas horizontais também são aparentes. São reconhecidas por apresentar linhas horizontais e verticais ao observador externo. **Sistema unitizado:** é o mais moderno sistema de fachada no Brasil. A coluna é dividida em duas partes e, conseqüentemente, a esquadria configura-se em módulos. A montagem dos módulos é feita pelo lado interno do edifício.

Spider Glass: é uma solução de envidraçamento exterior, permite a fixação dos vidros à estrutura por intermédio de ferragens especiais articuladas.

Vidro auto-limpante: Vidro incolor no qual é colocada uma camada de mineral fotocatalítico e hidrófilo, formando, assim, uma camada protetora de longa duração. É esta camada que impede o acúmulo de sujeira na superfície do vidro.

Vidro bisotado: Também chamado de biselado, recebe tratamento especial em suas bordas para evitar acidentes e trincas. É utilizado principalmente na indústria moveleira.

Vidro blindado: Vidro multilaminado, que protege contra disparos de armas de fogo. É fabricado através de um processo de calor e pressão, que utiliza - intercaladamente - duas ou mais lâminas de vidro, polivinil butiral (PVB) ou resina, poliuretano e lâminas de policarbonato.

Vidro craquelado: Composto por uma camada interna de vidro temperado e duas camadas externas de vidro comum e duas lâminas de resina. Apresenta textura composta por uma infinidade de trincas que difundem a luminosidade do ambiente.

Vidro Curvo: Moldado a alta temperatura, em fôrmas que se encontram dentro do forno de curvatura e resfriado. Aplicado nas indústrias automotiva, de linha branca, moveleira e construção civil.

Vidro duplo ou vidro termo-acústico: Os vidros duplos (ou vidros insulados) são chamados de vidros termo-acústicos, e oferecem isolamento térmico e isolamento acústico.

Vidro duplo com cristal líquido: É um vidro laminado, composto por duas chapas de vidro, entre os quais é colocado um filme de cristais líquidos em um campo elétrico. Quando este campo é ativado, os cristais líquidos se alinham, tornando o vidro transparente. Quando o campo magnético é desativado, o vidro passa a ser translúcido.

Vidro extra clear: Mais claro e transparente que o padrão, pois sua massa contém menos adição de ferro. Vidro fotovoltaico: Permite a absorção da radiação solar e convertem essa energia em eletricidade. Vidro impresso: É um vidro que recebe em uma ou ambas as faces, a impressão de um desenho (padrão ou estampa).

Vidro Jateado: Jatos de areia ou de pós-abrasivos formam desenhos opacos na superfície do vidro. A opacidade garante privacidade ao ambiente.

Vidro laminado: O vidro laminado é um vidro constituído por duas ou mais chapas de vidro intercalado pelo plástico Polivinil Butiral (PVB). E a principal característica desse vidro, é que em caso de quebra, os cacos ficam presos ao PVB, reduzindo o risco de ferimento às pessoas e também o atravessamento de objetos.

Vidro lapidado: Vidro com bordas lisas e não-cortantes, obtidas após o processo de lapidação. Pode ser utilizado em tampos de mesa, móveis, prateleiras etc.

Vidro low-e (*low emissivity glass*): É um vidro baixo emissivo que impede a transparência térmica entre dois ambientes.

Vidro monolítico: Vidro simples composto por uma única lâmina.

Vidro multilaminado: Composto por mais de duas lâminas de vidro intercaladas por uma ou mais camadas de polivinil butiral (PVB) ou resina. Os vidros comercialmente chamados de antivandalismo e blindados são vidros multilaminados. Indicados para bancos, vitrinas de lojas de luxo, guaritas, veículos, etc.

Vidro pintado a frio: Recomendada especialmente para ambientes internos, a pintura a frio é feita com uma espécie de pistola (compressor).

Vidro refletivo: É também chamado de vidro metalizado, são vidros com a finalidade de refletir os raios solares para então reduzir a entrada de calor.

Vidro temperado: Vidros temperados são vidros bem mais resistentes à quebra por impacto. Apresenta uma resistência cerca de 4 vezes maior que o vidro comum.

Vidro Cubas: Cubas de vidro estão sendo bastante utilizadas na decoração de lavabos e banheiros de alto padrão.

Vitral: Técnica artesanal a frio para fabricação de vidro artístico. Existem dois processos: chumbo e fita de cobre. Consiste em encaixar pedaços de vidro em perfil de chumbo ou envolver os vidros com a fita de cobre e soldá-los.

22. Dicas de Negócio

- Investir na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais com respeito a estacionamento.
- Procurar fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como: remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos produtos ofertados.
- A presença do proprietário em tempo integral é fundamental para o sucesso do empreendimento, principalmente no início das atividades.
- O empreendedor deve ser criativo e ousado validando conceitos de comunicação inovadores, de forma que consiga manter o empreendimento em evidência no mercado e diante dos consumidores atuais e potenciais.
- Manter-se atento para os altos riscos de acidentes que podem ocorrer em razão da fragilidade do vidro.
- Conhecer bem o segmento de vidraçarias e possuir experiência nesse mercado para gerenciar seu negócio de forma estratégica.
- Realizar parcerias comerciais com empresas e profissionais vinculados ao ramo da construção civil pode assegurar o crescimento sustentável do negócio.

23. Características Específicas do Empreendedor

É aconselhável uma autoanálise para verificar qual a situação do futuro empreendedor frente a esse conjunto de características e identificar oportunidades de desenvolvimento.

A seguir, algumas características desejáveis ao empresário desse ramo:

- Ter paixão pela atividade e conhecer bem o ramo de negócio;
- Pesquisar e observar permanentemente o mercado onde está instalado, promovendo ajustes e adaptações no negócio;
- Ter atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias;
- Acompanhar o desempenho dos concorrentes;
- Saber administrar todas as áreas internas da empresa;
- Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos;
- Ter visão clara de onde quer chegar;
- Planejar e acompanhar o desempenho da empresa;
- Ser persistente e não desistir dos seus objetivos;
- Manter o foco definido para a atividade empresarial;
- Ter coragem para assumir riscos calculados;
- Estar sempre disposto a inovar e promover mudanças;
- Ter grande capacidade para perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las;
- Ter habilidade para liderar a equipe de profissionais da Vidraçaria;
- Enxergar oportunidade, aonde outras pessoas só vêem ameaças. Aprender com os erros dos outros empresários, evitando assim perdas de tempo e dinheiro.

24. Bibliografia Complementar

AIUB, George Wilson et al. Plano de Negócios: serviços. 2. ed. Porto Alegre: SEBRAE, 2000.

ANDRADE, Patrícia Carlos de. Oriente-se: guia de profissões e mercado de trabalho. Rio de Janeiro: Ed. Oriente-se, 2000.

BARBOSA, Mônica de Barros; LIMA, Carlos Eduardo de. A Cartilha do Ponto Comercial: Como escolher o lugar certo para o sucesso do seu negócio. São Paulo: Clio Editora, 2004.
BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. Dominando os Desafios do Empreendedor. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2004.

COSTA, Nelson Pereira. Marketing para Empreendedores: um guia para montar e manter um negócio. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

DAUD, Miguel; RABELLO, Walter. Marketing de Varejo: Como incrementar resultados com a prestação de Serviços. São Paulo: Artmed Editora, 2006.

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luisa. 14. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999. FECOMERCIÁRIOS, Federação dos Trabalhadores no Comércio de São Paulo. Convenção Coletiva 2010-2011. Disponível em <http://www.fecesp.org.br/imagens/CCT_Sincopecas2010-2011.pdf>. Acesso em 10 de junho de 2011.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

PARENTE, Juracy. Varejo no Brasil. São Paulo: Ed Atlas, 2000.

PORTAL ADMINISTRADORES. Sugestão de sistemas de gestão empresarial. Disponível em <<http://www.administradores.com.br/aperfeicoamento/software/>>. Acesso em 09 de março de 2011.

RATTO, LUIZ. Comercio – Um Mundo de Negócios. Rio de Janeiro: Ed. SENAC Nacional, 2004. SEBRAE. Pesquisa de softwares de gestão empresarial. Disponível em <http://www.busca.sebrae.com.br/search?btnG.x=0&btnG.y=0&btnG=Pesquisa%2BGoogle&entqr=3&getfields=*&output=xml_no_dtd&sort=date%253AD%253AL%253Ad1&entsp=0&client=web_um&ud=1&oe=UTF-8&ie=UTF-8&proxystylesheet=sebrae2&site=web_all&filter=0&q=sistemas+de+gest%C3%A3o+empresarial&ip=200.99.43.254&access=p&lr=lang_pt&start=10>. Acesso em 09 de março de 2011.

Série Primeiro Passo Planejamento Empresarial – Vidraçaria. Rio de Janeiro: Ed Sebrae, 2010.

SEBRAE. *Como elaborar um plano de negócios*. Brasília, 2013. 159p.

SILVA, José Pereira. *Análise Financeira das Empresas*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

Sites consultados:

www.abividro.org.br. Acesso em: 22 outubro 2017.

www.portaldoempreendedor.gov.br. Acesso em: 28 outubro 2017.

<http://idg.receita.fazenda.gov.br/>. Acesso em: 28 outubro 2017.

25. Fonte de Recurso

Não há informações disponíveis para este campo.

26. Planejamento Financeiro

Não há informações disponíveis para este campo.

27. Produtos e Serviços - Sebrae

Não há informações disponíveis para este campo.

28. Sites Úteis

Não há informações disponíveis para este campo.

