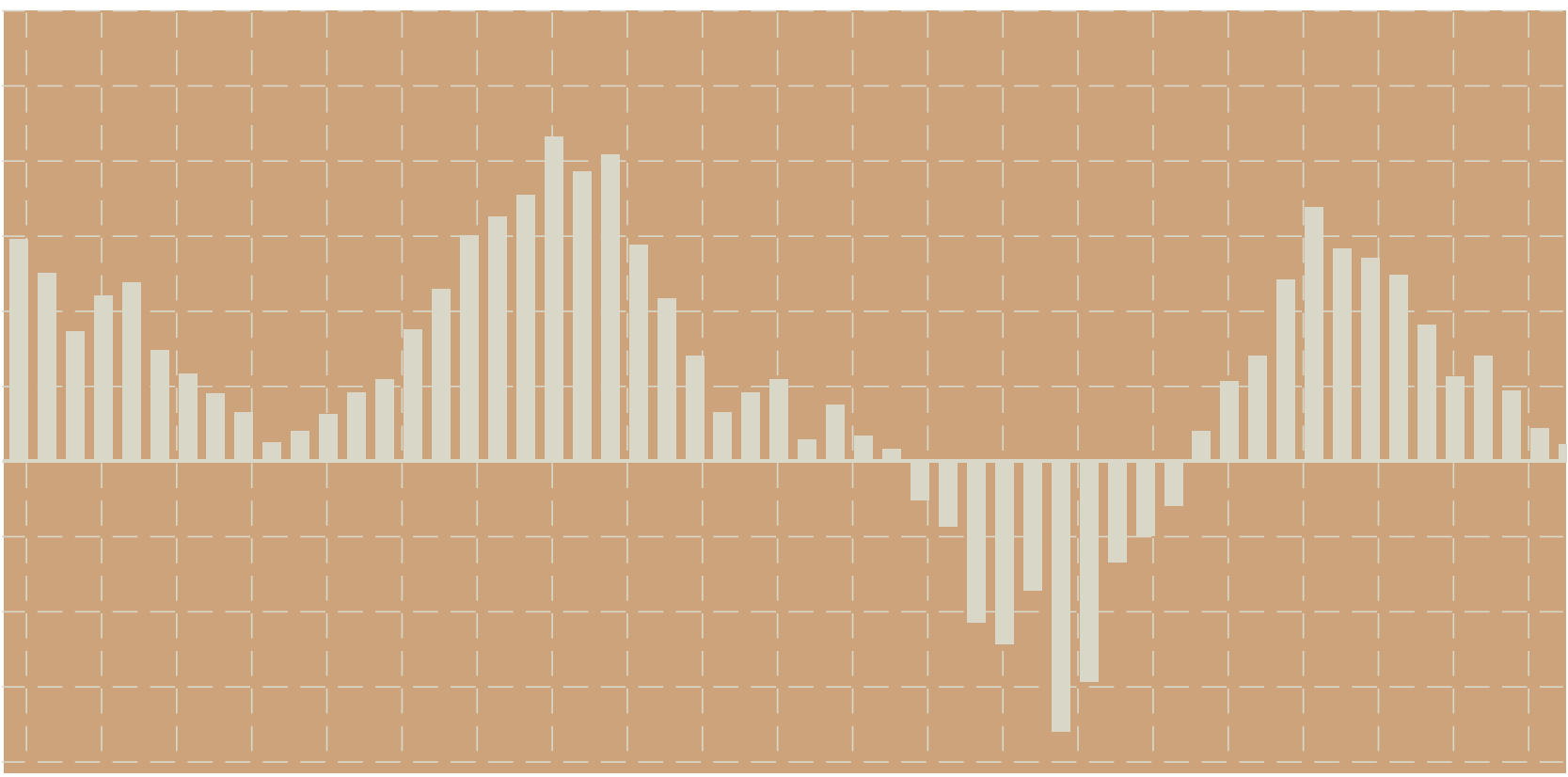




GUIA DE INVESTIMENTO

Papelaria



Invista no segmento de papelaria com um melhor

Atenção: Material produzido para a Feira do Empreendedor 2017. Al

Infraestrutura

Para montar uma papelaria de pequeno porte, o empreendedor deverá dispor a partir de R\$ 50 mil (loja pequena) e R\$ 200 mil (loja média).

Necessária uma área mínima de 20m². Investimentos em estoques a partir de: R\$ 30 mil (loja pequena) e R\$ 100 mil (loja média).

Os seguintes itens farão parte do investimento:

- Mobiliário para a área administrativa e estoque – a partir de R\$ 7.550,00;
- Reforma e/ou adaptação de instalações – a partir de R\$ 25 mil;
- Equipamentos e tecnologia (computador, software de gestão, encadernação, copiadora e plastificação) – a partir de R\$ 23 mil; (lembrando que alguns equipamentos podem ser locados, reduzindo assim os custos);
- Despesas de registro da empresa, honorários profissionais, taxas etc. – a partir de R\$ 3,5 mil;
- Capital de giro para suportar o negócio nos primeiros meses de atividade – a partir de R\$ 60 mil (para seis meses).

Abaixo estão descritos os principais custos fixos mensais típicos de uma papelaria.

1. Aluguel – R\$ 2 mil (varia de acordo com a localização) – se for em centro comercial ou shoppings esse valor aumenta;
2. Água, luz, telefone, internet – a partir de R\$ 700,00;
3. Salários, comissões e encargos – a partir de R\$ 4.330,00;
4. Taxas, contribuições e despesas afins – a partir de R\$ 360,00;
5. Transporte – a partir de R\$ 624,00;
6. Refeições – a partir de R\$ 832,00;
7. Seguros – a partir de R\$ 420,00;
8. Assessoria contábil – a partir de R\$ 600,00;
9. Segurança – a partir de R\$ 400,00;
10. Limpeza, higiene e manutenção – R\$ 550,00.

Obs.: Todos os valores podem variar de acordo com o Estado/cidade, porte do negócio, inflação e outros.

Pessoas

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento. Para uma papelaria de pequeno porte, é possível começar com dois atendentes e o próprio dono, lembrando que em certas épocas do ano o movimento pode aumentar e serão necessários mais colaboradores.

Considere as seguintes competências básicas para orientação do processo de recrutamento e seleção dos colaboradores:

- Atendente: esse profissional deve possuir experiência em vendas de varejo e conhecer bem o ramo de papelaria ou afins. Deve ter facilidade de comunicação, demonstrar interesse pelos clientes, facilidade para trabalhar em equipe e conhecer conceitos fundamentais de atendimento qualificado.
- 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.

Invista constantemente no treinamento dos colaboradores por meio de cursos, palestras, workshops que são oferecidos no mercado ou em atividades de desenvolvimento realizadas na própria empresa. Essa deve ser preocupação permanente do empreendedor para que possa garantir a qualidade no atendimento e a padronização e organização dos processos.

hor planejamento e informações sobre o negócio

17. Algumas informações podem variar conforme modelo de negócio.

Operação

CAPITAL DE GIRO

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 concedido ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

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

FATURAMENTO MÉDIO/TICKET MÉDIO/ROI

Por exemplo, se uma papelaria dentro de um mês tiver o faturamento de R\$ 18 mil, em 21 dias trabalhados haverá uma média de faturamento de R\$ 857,00/dia.

Levando em consideração a quantidade hipotética de 50 clientes por dia, obteremos um ticket médio de R\$17,14/cliente.

Há uma média de retorno de investimento (ROI) entre 24 a 36 meses que pode variar de acordo com a porcentagem de lucro.

Marketing

O marketing cuida do design da loja, define o público-alvo, pesquisa as tendências de mercado e define o tipo de publicidade que deverá ser realizado a fim de divulgar o produto da empresa. Para papelarias, o melhor momento para fazer publicidade é entre os meses de julho a setembro. Vale investir também em parcerias com escolas para captar a lista de material, além de empresas que utilizam material de escritório localizadas na região de atuação.

Campanhas utilizando ferramentas gratuitas como: Facebook (fanpage), Twitter (posts), Flickr (fotos), YouTube (vídeos), Pinterest (painéis), por exemplo, podem alcançar excelentes resultados sem grandes investimentos quando usados corretamente.

O desenvolvimento de um site proporciona a oportunidade de contato virtual com o cliente. Colocar no site à disposição do cliente formulário para solicitação de compra pela internet torna o processo simplificado e agiliza o atendimento. O comércio virtual já existe nesse segmento e deve complementar o faturamento. Uma loja eletrônica pode funcionar em paralelo com a loja física, complementando e ampliando o volume de negócios.



Dicas

- Para se tornar mais competitivo é importante dimensionar o conjunto de serviços que serão agregados. Avaliar o custo/benefício desses serviços é vital para a sobrevivência do negócio, porque eles podem representar um elevado custo sem geração do mesmo volume de receitas.
- Invista 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, como estacionamento.
- Procure 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.
- 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.
- É bom planejar antes o seu público para definir melhor a sua estratégia de atuação.
- Os produtos comercializados, aliados a qualidade, preço e diferenciação, juntamente com a localização, irão determinar o público a ser atingido.
- O sucesso desse empreendimento depende de muita criatividade, administração segura, diversificação dos estoques, decoração adequada e funcionalidade no arranjo físico do estabelecimento.

Tome nota



atendimento.sebraesp.com.br



www.sebraesp.com.br



/sebraesaopaulo



/sebraesp