

Fábrica de brindes



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.....	2
Localização.....	4
Exigências Legais e Específicas.....	4
Estrutura.....	6
Pessoal.....	6
Equipamentos.....	7
Matéria Prima/Mercadoria.....	8
Organização do Processo Produtivo.....	9
Automação.....	9
Canais de Distribuição.....	10
Investimentos.....	11
Capital de Giro.....	14
Custos.....	15
Diversificação/Agregação de Valor.....	17
Divulgação.....	18
Informações Fiscais e Tributárias.....	19
Eventos.....	22
Entidades em Geral.....	23
Normas Técnicas.....	24
Glossário.....	25
Dicas de Negócio.....	26
Características Específicas do Empreendedor.....	27
Bibliografia Complementar.....	27
Fonte de Recurso.....	29
Planejamento Financeiro.....	29
Produtos e Serviços - Sebrae.....	30
Sites Úteis.....	33

1. Apresentação de Negócio

Deseja entrar no segmento de fabricação de brindes? É provável que você já tenha recebido algum brinde durante a sua vida. Entre vendedores, o hábito de utilizar brindes como forma de atrair clientes e promover suas marcas ocorre há muito tempo e é um excelente reforço na divulgação de produtos ou serviços prestados. Considera-se brinde, qualquer tipo de objeto ou material personalizado com a logo do produto e/ou da empresa ofertante, que possa gerar afinidade, fidelidade, ações de venda e promoções em relação a um público-alvo.

O presente ou brinde, pode ser distribuído a fim de marcar um dia especial, como a inauguração de uma empresa ou de uma unidade, mudanças de localização e identidade visual, lançamento de site, revistas ou outros canais de comunicação da marca. A ideia é que o cliente final se lembre de maneira positiva da empresa que o presenteou, estreitando o relacionamento comercial.

Os produtos de uma fábrica de brindes são procurados durante o ano todo devido às promoções, eventos, e feiras realizadas pelas empresas, bem como as datas comemorativas e de celebração típicas do mercado. Com uma fábrica de brindes é possível absorver um número maior de pedidos, com uma produção em larga escala, e um valor de venda do produto muito mais interessante para o consumidor.

Outro fator que impulsiona o segmento é a tendência da personalização. O ato de personalizar, nasce da ideia de exclusividade, de deixar um produto ou serviço mais pessoal, com um caráter único e individual. O resultado é um produto diferenciado e customizado. Esse conceito se espalhou por diversos setores da sociedade, e nos brindes não poderia ser diferente. A personalização e exclusividade são características que os consumidores buscam e valorizam.

Para abrir uma empresa de brindes, é importante que o empreendedor encontre respostas para algumas das seguintes questões:

- Quais brindes irei produzir?
- Usarei produção própria, terceirização de atividades ou ambas?
- Quais equipamentos precisarei comprar para produzir os brindes desejados?
- Quem será o público-alvo?
- Qual é o mercado para o brinde que escolhi?

A resposta para essas perguntas é o que irá direcionar o caminho a ser seguido, quais os fornecedores, maquinário e estrutura serão necessárias. Dentro da área de distribuição, o empreendedor poderá optar pelo formato de:

- Fábrica – Produz o brinde, mas pode ou não fazer a gravação com o logo dos clientes. Dentro deste formato, é necessário a compra de matéria-prima e do maquinário

correspondente para realizar a fabricação dos itens a serem comercializados.

- Gravador – Pode comprar o produto pronto e ficar responsável apenas pela gravação/personalização, de acordo com a necessidade do cliente. Nesse caso, o empreendedor deverá realizar a compra do maquinário para gravação dos objetos, e fazer uma seleção de fornecedores para os produtos que serão gravados e comercializados.
- Brindeiro - Terceiriza todo o processo, tanto fabricação quanto a parte de gravação, e negocia o produto direto com o cliente.

Com consumidores cada vez mais exigentes, buscando por benefícios, vantagens, e experiências positivas com as marcas, o segmento de fabricação de brindes é uma ótima possibilidade para empreender.

Antes de conhecer este modelo de negócio vale ressaltar que os tópicos deste arquivo não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade. O objetivo de todos os tópicos é desmistificar e dar uma visão geral do 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?

Este documento não substitui o plano de negócio. Para elaboração deste plano consulte o Sebrae mais próximo ou clique aqui.

2. Mercado

O mercado de brindes é muito amplo e diversificado. Pessoas físicas e especialmente empresas, utilizam brindes como forma de aproximar, valorizar, criar laços, gerar um impacto positivo, e também como estratégia de marketing. Seja para bonificar funcionários, ou presentear fornecedores e clientes, o setor é bastante promissor.

Faturamento:

O setor de brindes é um mercado aquecido, que está em crescimento no Brasil. Ele fatura cerca de R\$7 bilhões por ano e possui aproximadamente 3.500 empresas envolvidas no setor. (Fonte: Vocesa e Rimaq, 2021).

Geração de empregos:

O mercado é formado basicamente por empreendedores individuais, onde 96% destas empresas têm até 5 funcionários. Em pesquisa realizada pelo Núcleo de Pesquisa Boas Impressões, em 2021, 63% dos brindeiros estavam em situação de MEI, 22% estavam na informalidade, 15% se encontravam como Simples Nacional e 2% como LTDA. De acordo com a pesquisa, 40% dos empresários do setor fazem dupla jornada, enquanto que 60% tem no ramo de brindes, sua única fonte de renda. (Fonte: Fespabrazil, 2021)

Expansão:

As marcas vêm percebendo a importância de compreender o estilo de vida do seu consumidor, oferecendo brindes condizentes com suas necessidades e interesses. Em

pesquisa realizada pela Ampro (Associação de Marketing Promocional), aponta que cerca de 88% dos empresários entrevistados apostam em promoções e brindes para atrair e fidelizar clientes. Além disso, em 2019 o mercado de brindes corporativos teve um crescimento de 6% em relação ao mesmo período do ano anterior. (Fonte: Rimaq, 2021)

Mercado consumidor:

O mercado consumidor de uma fábrica de brindes pode captar desde grandes empresas e grupos, passando por médias e pequenas empresas, até pessoas físicas.

No caso empresarial, a demanda pode aparecer em forma de endomarketing (marketing para os colaboradores), especialmente em datas comemorativas como Natal, Dia do Trabalhador, Aniversários, Páscoa, Dia da Mulher e assim por diante. A demanda também pode surgir como forma de estreitar os relacionamentos com clientes e fornecedores. Os brindes, nesse caso, acompanham datas relacionadas às celebrações tradicionais, mas também se associam a lançamentos de coleções, novos produtos, e outras datas comemorativas. Muitas vezes o brinde é entregue como bonificação para os clientes, por meio da política de marketing das empresas.

Para pessoas físicas, a demanda fica por conta de casamentos, aniversários, chá-revelações, formaturas, entre outras possibilidades.

Mercado fornecedor:

O Brasil possui vários tipos de categorias de fornecedores de brindes, graças também ao aumento do número de terceirizados no setor. Fornecedores de brindes prontos, de serviços de gravação/personalização, fornecedores de maquinários, entre outros.

No entanto, as opções de fornecedores só serão determinadas após a definição do nicho e do modelo de negócio. Para descobrir o seu nicho, é recomendado a elaboração de um Plano de Negócios, consulte o Sebrae mais próximo de você.

Oportunidades e ameaças:

A necessidade de atrair o cliente, e humanizar as relações entre marca x consumidor, faz do mercado de brindes um investimento de oportunidades. A tendência da personalização, aliada às preocupações sustentáveis e o desenvolvimento da tecnologia ampliam o leque de opções de itens para o empreendedor investir. O site da Abrinde (Associação Brasileira de Brindes), relaciona mais de 500 tipos de produtos, como canetas, adesivos, agendas, isqueiros, porta-cartões, sacolas, almofadas, entre outros. Na hora de definir o nicho de sua produção é importante focar no público-alvo e entender quais são as suas principais dores.

Nesse sentido, uma marca de produtos naturais pode se interessar por brindes ecológicos, enquanto uma empresa de saúde pode buscar por brindes fitness, por exemplo.

O baixo preço e a qualidade dos produtos, tornam o brinde um item atrativo para empresas e pessoas físicas.

A má qualidade dos brindes oferecidos, o não cumprimento dos prazos de entrega, e o baixo investimento em opções de produtos, podem compor um cenário de ameaças ao seu negócio. Investir em parcerias e em estratégias de marketing para se destacar no segmento

também é uma necessidade para quem deseja empreender na área. Além disso, entender o público-alvo é outro ponto crucial. O empreendedor precisa oferecer brindes funcionais, que sejam úteis e que estejam de acordo com o estilo de vida do consumidor. Esses são alguns pontos que devem ser observados pelo futuro empresário para que seu negócio se estabeleça no mercado e possa se tornar uma referência na venda e fabricação de brindes.

3. Localização

Dependendo dos brindes a serem produzidos e do processo de fabricação (produção própria, terceirização ou só personalização dos objetos), a atividade pode ser desempenhada em uma pequena oficina, escritório ou mesmo na própria casa do empreendedor.

Caso o empreendedor decida aumentar sua produção ou manufaturar itens mais sofisticados, ele deve saber que uma fábrica, diferente de alguns empreendimentos, não exige uma localização centralizada, bastando estar em um local de fácil acesso.

Para montar uma fábrica é importante considerar alguns fatores:

- a) Acessível aos funcionários: A localização da fábrica deve considerar a facilidade de acesso dos funcionários. Portanto, precisa estar, sempre que possível, próxima de pontos de transporte coletivo. Um dos fatores que desmotivam os colaboradores é a dificuldade para chegar no local de trabalho.
- b) Questões urbanísticas e de infraestrutura: É fundamental analisar a segurança da região e a infraestrutura de serviços públicos (como Bombeiros, Polícia, Correio). Além disso, é importante averiguar se o local está sujeito a inundações ou próximo a áreas de risco. Conferir a disponibilidade dos serviços de água, luz, telefone, internet e serviços de recolhimento de lixo é fundamental. Em síntese, confira se há uma infraestrutura próspera para receber sua fábrica.
- c) Aluguel: Verifique se o valor do aluguel está adequado com o seu plano de negócios e quais as condições para renovação contratual. Afinal, um ponto extraordinário que custa caro pode consumir todo o lucro. Analise o valor do condomínio, as instalações, as reformas, a possibilidade de ampliações e outras taxas;
- d) Aspectos legais: Observe ainda as regularizações, de acordo com o local e licenças exigidas. Verifique se existem restrições de instalação para determinado tipo de negócio naquele endereço, em relação ao plano da Lei de Zoneamento e o Plano Diretor da cidade.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma Fábrica de Brindes, 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 de uma Fábrica de Brindes é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Registro Empresarial na Junta Comercial;
- Obtenção do CNPJ na Secretaria da Receita Federal;
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o “Habite-se” pela prefeitura;
- Alvará de licença da Vigilância Sanitária;
- Licença Ambiental pela CETESB.

Informações Gerais:

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

É necessário observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC)

<http://www.normaslegais.com.br/juridico/CDC-Codigo-de-Defesa-do-Consumidor.htm>

A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa)

<http://www.leigeral.com.br/legislacao/detalhes/6689-Lei-Complementar-123-2006-Estatuto-Nacional-da-Micro-e-Pequena-Empresa> e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças etc.

Nota!

Antes de iniciar suas atividades comerciais o empreendedor deverá verificar a necessidade obtenção do alvará de funcionamento, de licença sanitária e licença ambiental pela CETESB - <https://cetesb.sp.gov.br/>

5. Estrutura

A estrutura deve ser adequada aos tipos de brindes produzidos e dos processos utilizados na sua fabricação e personalização. O empreendedor que irá produzir os próprios itens, precisará de uma área de aproximadamente 60 m². Essa área irá variar de tamanho conforme o processo de produção. No caso de o modelo de negócios ser voltado para a gravação (personalização) dos brindes, sem a fabricação do produto, o empreendedor só precisará de uma oficina de gravação, com cerca de 32 m².

Basicamente uma estrutura de empresa deverá conter as seguintes repartições:

- Recepção;
- Depósito de matéria-prima;
- Sala de fabricação;
- Depósito de produtos acabados;
- Expedição;
- Escritório administrativo;
- Banheiros;
- Refeitório/copa.

O tamanho do imóvel dependerá do porte da empresa, sendo que o local deve acomodar as máquinas necessárias para a produção dos itens desejados sem deixar de lado o conforto dos funcionários.

As máquinas utilizadas no segmento, possuem tamanhos e formatos diversos. O Sebrae recomenda que o novo empreendedor comece sua fábrica de brindes utilizando máquinas manuais, que são mais fáceis de montar e de manusear. Conforme o crescimento da fábrica, ele poderá partir para tecnologias mais avançadas.

6. Pessoal

Em geral, uma pequena fábrica de brindes conta com um quadro fixo de até 10 empregados responsáveis que assumem as seguintes funções:

- Administrador: cuida de toda a administração e todos os controles (financeiros e estoques) da empresa; pode ser o próprio empreendedor.
- Assistente administrativo: desempenha as atividades burocráticas da empresa, como emissão de notas fiscais, pedidos de clientes e de matéria-prima, elaboração de planilhas de

controles financeiros e de estoques, de controle de pessoal, entre outras.

- **Designer gráfico:** profissional responsável pelo layout e desenho técnico dos produtos. Esse profissional precisa ter conhecimento gráfico e conhecimento em termos de cores e criatividade estimulada, além de saber usar os programas gráficos necessários.
- **Supervisor de Produção:** é o responsável pelo controle da produção em relação à quantidade e qualidade final dos produtos.
- **Orçamentista:** é responsável pela elaboração do preço a ser cobrado pelas peças encomendadas. Por se tratar de uma atividade específica, essa função poderá ser acumulada por uma pessoa que já tenha outra atividade na empresa, como, por exemplo, o administrador.
- **Gravadores:** executa as gravações nas peças.
- **Operadores de prensa e corte:** cuidam da parte inicial da produção. A capacitação desses profissionais que operam as máquinas é de fundamental importância, para que não ocorra perda de matéria-prima e os consequentes prejuízos operacional e financeiro.
- **Embaladores:** são funcionários que trabalham na expedição e nos estoques; cuidam do acondicionamento dos produtos acabados para que sejam enviados para os clientes.
- **Vendedores e representantes diversos:** são os responsáveis pelas vendas e emissão dos pedidos. O setor de vendas é a mola propulsora da produção da fábrica de brindes. Quanto mais venda, mais trabalho na linha de produção.

Lembrando das categorias mencionadas no item “Mercado”, o número de funcionários e funções pode variar, por isso é importante verificar em qual categoria o empreendedor deseja atuar.

7. Equipamentos

Para uma estrutura básica de escritório, se faz necessário itens como:

- Mesas;
- Cadeiras;
- Computadores ou notebooks com capacidade para rodar programas específicos de design;
- Armários para guardar material de escritório;
- Telefone;
- Impressora pequena;

Já para começar a operar as atividades da fábrica de brindes, é importante adquirir os

equipamentos e materiais que viabilizam a produção dos itens. O empreendedor pode optar por máquinas manuais, inicialmente, pois possuem um investimento menor.

Confira abaixo algumas opções de maquinário para dar início à personalização de brindes:

- máquina de personalizar Hotstamping (para personalizar couro, madeira, plástico e muito mais);
- máquina para estampar canecas, camisetas e chinelos;
- máquina de aplicar resina;
- máquinas para gravação de canetas;
- computadores com programas de edição gráfica;
- impressora a tinta;
- impressora a laser;

Os equipamentos listados, são opções para a personalização dos produtos. É claro que a quantidade e o tipo de equipamentos irão variar de acordo com o porte da empresa, os tipos de brindes escolhidos, e com o modelo de negócio, no caso se a empresa ficará responsável pela fabricação do brinde por completo, ou apenas por algumas etapas.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Esse equilíbrio deve ser sistematicamente aferido por, entre outros, os seguintes indicadores de desempenho:

Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado pelas 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: É o indicador de eficiência em relação à rapidez com que a empresa consegue suprir a necessidade de mercadoria do cliente. Ele demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque.

Dentre as matérias-primas mais utilizadas na fabricação de brindes, destacamos: arame,

borracha, cerâmica, couro, cola, EVA colorida, metais, madeira, papéis, tecidos diversos, vidro, resinas de PVC, dentre outros materiais.

O PVC tem alguns diferenciais que devem ser destacados e que são responsáveis por sua larga utilização na fabricação dos mais diversos tipos de brindes. Uma vez que a resina de PVC é totalmente atóxica e inerte, a escolha de aditivos com essas mesmas características permite a fabricação de filmes, lacres e laminados para embalagens, chaveiros, brinquedos, dentre outros produtos.

9. Organização do Processo Produtivo

Para que uma fábrica de brindes funcione corretamente, diversas atividades precisam ser executadas de forma adequada e eficaz, dentre elas:

- a) Administração: gestão financeira e administrativa do negócio, que incluem a preparação e a análise de resultados, relacionamento com bancos, escritório contábil, contratação de pessoal, dentre outras atividades;
- b) Vendas: gestão do relacionamento com os canais de comercialização, divulgação do portfólio de produtos, gestão do quadro de vendedores e representantes, dentre outras atividades.
- c) Desenvolvimento: contato entre o cliente e o designer de produto que irá adequar a encomenda, conforme a necessidade do consumidor;
- d) Compras: identifica produtos e objetos que possuam características favoráveis ao processo de produção, podendo, assim, ser utilizados como matéria-prima para fabricação dos brindes;
- e) Produção: operação dos equipamentos, como corte, montagem, gravação e embalagem dos brindes produzidos;
- f) Planejamento e controle: planejar e controlar a demanda e a produção são importantes para evitar desperdício de material;
- g) Expedição: Organizar os produtos acabados, e planejar as rotas de entrega e a estrutura para atender o consumidor no tempo desejado.

Um bom entendimento e planejamento dessas etapas garante o sucesso e a otimização da fábrica.

10. Automação

A automação é uma forma segura de garantir o desenvolvimento do negócio. É aconselhável investir em automação, visando dinamizar as áreas de produção, estocagem, controle e gerenciamento de toda a empresa. Embora existam máquinas que automatizam toda a linha de produção, o mais comum é o emprego de equipamentos específicos para cada fase do processo, com o objetivo de aumentar a produtividade e aprimorar a qualidade.

No caso dos softwares, o empreendedor deverá pesquisar dentre as opções de mercado, os

que melhor se adaptam às suas necessidades. O sistema escolhido deverá oferecer soluções de controle para as áreas de produção e contábil-financeira, com funcionalidades tais como:

- Planejamento e controle da produção: ordem de produção, controle de estoques, de matéria-prima, do produto acabado, cadastro de fornecedores, etc.
- Gestão financeira: Controle de contas a pagar e a receber, fornecedores, fluxo de caixa, bancos, fechamento de caixa, etc.

Para a escolha do software, também deve-se levar em conta o orçamento disponível, o preço cobrado pelo fabricante, a conformidade em relação à legislação fiscal e as atualizações oferecidas pelo fornecedor.

Seguem algumas opções de softwares para automatização de alguns processos:

- ERP Senior - <https://www.senior.com.br/>
- Strial Automação Industrial - <https://www.strial.com.br/>
- Nomus Erp Industrial - <https://www.nomus.com.br/>
- Gestão XXI - <https://gestao21.com.br/sistema-erp-brindes.html>
- Gestão Click - <https://gestaoclick.com.br/>

11. Canais de Distribuição

Os canais de distribuição têm como principal objetivo garantir o acesso do cliente ao produto ou serviço. Em geral as fábricas podem usar os seguintes canais para vendas:

- 1) Canal Direto: A venda acontece sem a participação de intermediários, a empresa faz a venda direta para seu cliente, por meio de contato telefônico, ou por meio da internet (redes sociais, site, whats app);
- 2) Canal Indireto: A empresa utiliza intermediários para realizar suas vendas. Trabalha com representantes ou lojas terceirizadas para chegar até o consumidor.

Tanto o canal direto, quanto indireto possuem vantagens e desvantagens. A tendência do mercado, no entanto, é a opção direta. Nesse caso, a vantagem do consumidor é a personalização do atendimento e a possibilidade de adquirir os produtos com menor valor agregado. Por parte da empresa, as vantagens ficam por conta do estreitamento das relações com seu consumidor, e o aumento da sua margem de lucro, uma vez que não paga comissão. Além disso, é possível controlar o atendimento e a experiência de compra do seu cliente.

Já no canal indireto as vantagens ficam por conta de uma rede de contatos que o representante ou loja tem acesso, a possibilidade de aumentar as vendas e atingir mais pessoas.

12. Investimentos

Chegamos ao momento de explorar com detalhes os investimentos em uma Fábrica de brindes, um mercado que vem despontando muito bem em todas as regiões brasileiras, principalmente os itens personalizados, então investir em uma empresa exclusiva de brindes pode render ótimos resultados.

Para abrir uma fábrica de brindes, é importante que o empreendedor encontre respostas para algumas das seguintes questões:

- Que brindes irei produzir?
- Usarei produção própria, terceirização de atividades ou ambas?
- Quais recursos usar?
- Qual equipamento precisarei comprar para produzir os brindes desejados?
- Para quem irei vender?
- Qual é o mercado para o brinde que escolhi?

É aqui que recomendamos elaborar um Plano de negócios, uma ferramenta que serve para que o empreendedor obtenha essas respostas e também tenha uma visão mais ampla sobre o seu futuro negócio e o mercado no qual irá atuar, além disso detalha a questão financeira e os recursos humanos. Procure uma unidade do SEBRAE mais próxima e confira como elaborar o seu projeto.

O investimento em uma Fábrica de Brindes varia muito de acordo com o porte do empreendimento, tipo de brinde que irá fabricar, cidade/região e da disponibilidade de recursos do investidor.

A estrutura de investimentos para este negócio pode ser dividida em dois grupos:

- Equipamentos para produção;
- Equipamentos e mobiliário para Área Administrativa:

A título de exemplo, elaboramos uma estrutura de investimentos para uma Fábrica de brindes de pequeno porte, personalizando brindes em chaveiros, canecas, porta lápis e calendários.

Alertamos que os itens e valores unitários e totais apresentados a seguir são meramente referenciais, para fins de estimativa do investimento necessário, podendo variar de acordo com a quantidade, estilo, local de aquisição, dentre outras variáveis. A cotação foi feita em consulta pela internet tendo como referência 2020.

Equipamentos para produção

01 Prensa térmica para 6 canecas

R\$ 1.200,00

R\$ 1.200,00

01 Hot stamping/carimbadeira

R\$ 950,00

R\$ 950,00

01 Máquina de estampar chaveiro

R\$ 1050,00

R\$ 1050,00

01 Máquina de fazer adesivos

R\$ 300,00

R\$ 300,00

01 Máquina de Envaretar calendários

R\$ 900,00

R\$ 900,00

Equipamentos/ Mobiliário para área Administrativa

01 Computador configuração especial

R\$ 2.500,00

R\$ 2.500,00

01 Computador completo

R\$ 1.200,00

R\$ 1.200,00

01 Impressora Multifuncional

R\$ 1.100,00

R\$ 1.100,00

01 Mesa ou unidades de trabalho

R\$ 300,00

R\$ 300,00

04 Cadeiras para escritório

R\$ 100,00

R\$ 400,00

01 Estante e arquivo

R\$ 500,00

R\$ 500,00

01 Smartphone

R\$ 750,00

R\$ 750,00

01 Armário para guardar pertences de funcionários

R\$ 590,00

R\$ 590,00

Conjunto refeitório (mesa e banco)

R\$ 1.000,00

R\$ 1.000,00

01 Geladeira

R\$ 1.200,00

R\$ 1.200,00

01 Micro-ondas

R\$ 560,00

R\$ 560,00

Utensílios de cozinha

R\$ 2.000,00

R\$ 2.000,00

TOTAL DE INVESTIMENTO

16.500,00

* Por ser uma atividade que irá trabalhar com softwares para a criação, edição, recomenda-se que o equipamento tenha algumas configurações especiais tais como Processador Intel Core i5 de 7ª Geração, HD de 2TB, Placa de vídeo integrada.

Nota:

* Não estão considerados os gastos relativos à aquisição do espaço físico, reforma ou aluguel.

Finalizando, é preciso conhecer quem já está nesse mercado, quem são os colaboradores, os parceiros, concorrentes. Enfim, converse com os potenciais clientes e lembre-se de verificar quem são os que estão envolvidos nesse negócio já a algum tempo.

13. Capital de Giro

Ter uma empresa implica não apenas no atendimento ao cliente e na retirada mensal de resultados. Empreender, muito mais do que exigir conhecimentos da área de atuação por parte de seu gestor, também demanda familiaridade com termos da Administração essenciais para o dia a dia do negócio – um deles é o chamado “capital de giro”.

O capital de giro oferece segurança ao negócio. Com a sua falta, a empresa pode sofrer diversas situações inoportunas, como a baixa nas vendas, que acarreta a inadimplência dos seus compromissos, falta de competitividade, perda de espaço no mercado e, até mesmo, o fechamento do negócio.

Uma Fábrica de Brindes não foge à regra e é chegada a hora de conhecer com mais detalhes o que é o como controlar o capital de giro.

O Capital de Giro é regulado e calculado 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).

Sendo assim quanto maiores forem os prazos concedidos aos clientes, maiores também os prazos de estocagem, maior será a necessidade de capital de giro. Já a inversão da necessidade de capital de giro se dará praticando prazos maiores para pagamento aos fornecedores.

A maioria das despesas tem prazo de 30 dias, como por exemplo, os gastos com compras de insumos para fabricação dos brindes, salários e impostos. Enquanto as vendas podem ter prazos variando de 30 dias a 90 dias para seu recebimento em volumes que podem ser menores que as despesas, por isso a importância da disponibilidade do Capital de Giro para fazer cobertura destas diferenças.

A atenção deve ser redobrada quando um negócio está no início: nos primeiros meses, boa parte do faturamento pode ser destinada a pagar investimentos, de maneira que o capital de giro passa a ser um suporte essencial até que se atinja um ponto de equilíbrio.

Nesse tipo de modelo de negócio, a necessidade de capital de giro pode representar cerca de 20% a 30% do investimento inicial. Este valor é só uma estimativa e poderá variar significativamente dependendo das particularidades do empreendimento definidos no Plano de Negócios.

Para manter o equilíbrio é extremamente importante que exista um bom planejamento do seu capital de giro, diante disso atente-se a:

1. Reduza dentro do possível o prazo de recebimento: quanto menor for o seu prazo de recebimento, maior será a sua capacidade de pagamento. Portanto, analise alternativas como campanhas para pagamento à vista, débito ou transferência;
2. Negocie com os fornecedores: alinhe prazos maiores com os fornecedores. O que você paga em 30 tente colocar para 35 a 45 dias e o que você paga em 45 tente negociar para pagar em 60 dias. Lembre-se que você está no papel de cliente e com isso tem o poder de barganha.
3. Fique atento ao seu estoque: estoque parado significa dinheiro parado e geração de custos. Além disso, produto sem estoque significa venda perdida. Realize uma curva ABC e descubra qual o giro de cada produto e quais necessitam de maior estoque.
4. Controle os seus custos: gerencie de perto as suas finanças e fique atento a despesas desnecessárias eliminando-as do seu negócio. O empreendedor deve ter em mente que despesas demandam acompanhamento constantes.

Finalizando, o capital de giro faz parte dos principais elementos que integram uma boa administração da saúde financeira de sua Fábrica de Brindes. Portanto, ele não pode ser ignorado.

14. Custos

O planejamento e controle dos custos em uma Fábrica de brindes é de extrema importância. Sobretudo quando a produção se efetua em pequenas séries, seja para encomendas, seja para estoque, a programação tem que atender a objetivos conflitantes, devendo entregar todas as ordens de produção no prazo prometido, ao mesmo tempo que mantém as máquinas e os funcionários ocupados a plena capacidade e minimiza os níveis de estoques de materiais e produtos em fase de processamento.

Nesta atividade podemos destacar três grupos de famílias de custos, são eles os custos variáveis, os custos fixos e as despesas comerciais.

1 – Custos variáveis: Aumentam em proporção direta com a produção ou comercialização, ou seja, só existem quando há produção e varia com esta, sendo tanto mais alto quanto maior for à quantidade produzida. Ex. compras de insumos, etc. ou seja, a matéria prima para produção dos brindes.

2 – Custos Fixos: São todos os custos que independem da produção e venda, mantendo constante para todo e qualquer nível de produção

Alertamos que a medida que os negócios cresçam um novo planejamento se faz necessário e em consequência a estrutura e os custos aqui apresentados, devem ser repensados e reestruturados conforme o seu Plano de Negócios.

Veja alguns exemplos de custos fixos mensais de uma Fábrica de brindes. Os valores apresentados a seguir são meramente referenciais, para fins de estimativa de custos, variando de empresa para empresa, localização regional e outras variáveis.

Custos Fixos

Salários

R\$ 12.000,00

Aluguel, segurança, IPTU

R\$ 800,00

Luz, telefone e acesso à internet

R\$ 600,00

Manutenção de software

R\$ 200,00

Produtos de higiene e limpeza da empresa e funcionários

R\$ 200,00

Contador

R\$ 900,00

Propaganda e publicidade

R\$ 300,00

Total

R\$ 15.000,00

* O quadro de Pessoal variará de acordo com o tamanho da fábrica e o nível de capacidade produtiva projetado.

Para uma Fábrica de Brindes em início de suas atividades é possível iniciar com um número aproximado de sete colaboradores, sendo 3 operadores para as máquinas de brindes, 1 auxiliar designer gráfico, 1 assistente administrativo, 1 recepcionista e 1 auxiliar de serviços gerais.

3 – Despesas Comerciais: As “Despesas Comerciais” são os gastos que variam conforme o volume de vendas.

Como exemplos destacamos:

- Impostos diretos sobre as vendas (dependerá diretamente do regime tributário escolhido, consulte um contador);
- Taxas cobradas pelos meios de pagamento (cartões crédito/débito, boleto bancário) caso sejam estas a forma de recebimentos;
- Custos financeiros em função de antecipação de recebíveis, caso sejam necessárias estas operações.

Finalizando, neste segmento o empresário, trabalha para atender a demanda por produtos de qualidade como baixo custo, para tanto há necessidade de maximizar os recursos fabris no sentido de se aproveitar ao máximo os equipamentos e a mão de obra, portanto deve-se buscar a excelência através da gestão pela qualidade no planejamento e controle dos processos produtivos, com base na demanda dos produtos e sazonalidade específica deste mercado.

O controle de estoques e a logística interna (produção enxuta) são fatores importantes que também afetam o desempenho da empresa, já que os brinquedos geram grandes volumes de estoque.

15. Diversificação/Agregação de Valor

Agregar valor à sua marca ou produtos é fundamental para capturar a atenção do consumidor e se diferenciar dos concorrentes. Para se destacar na fabricação de brindes, é necessário adotar estratégias de diversificação, que gerem algum tipo de valor aos olhos do cliente.

Lembre-se que apenas o preço do produto não é o suficiente para conquistar o consumidor. A qualidade, a variedade das mercadorias, a eficiência no atendimento, e a capacidade de acompanhar as demandas dos consumidores, são essenciais para o sucesso do negócio.

A seguir, confira dicas para agregar valor:

a) Conhecer o seu cliente: Antes de abrir o negócio é fundamental mapear e identificar o

público-alvo. Para isso deve-se conhecer os hábitos, a renda e os interesses do consumidor. A capacidade de captar as demandas e desejos dos clientes, é essencial.

b) Valorizar os colaboradores: O colaborador desmotivado pode impactar o seu negócio de forma negativa. Portanto, é necessário valorizá-lo. Mantenha sua equipe bem treinada, lidere positivamente, dê feedbacks;

c) Qualidade dos produtos: Apesar do preço ser um fator diferencial, a qualidade dos produtos também é considerada pelo cliente. Invista em layouts modernos, designs funcionais e atualizados, além de uma matéria-prima de qualidade.

d) Variedade de mercadorias: A variedade das mercadorias é um ponto que merece muita atenção. Você pode trabalhar sendo especialista em determinado produto, porém, quanto mais opções, mais chances de fechar negócio.

e) Analisar o negócio constantemente: Avaliar frequentemente como as coisas estão acontecendo dentro da sua Fábrica é essencial para reduzir custos, seja de dinheiro ou de tempo, além de aprimorar o contato e a abordagem com o cliente;

f) Resolver rápido: Quando o cliente tem uma experiência negativa com o produto ou serviço é necessário resolver a situação o mais rápido possível, para que o cliente se sinta seguro e perceba a situação apenas como um incidente;

g) Presença ativa na Internet: Atualmente, uma parte considerável do público faz pedidos através da Internet, seja por aplicativos, redes sociais ou sites. Portanto, é fundamental estar presente na Internet para divulgar seus produtos através de conteúdos especializados, anúncios direcionados, etc.

16. Divulgação

Mais do que a alma do negócio, a propaganda é um investimento. Ela serve para destacar o empreendimento. Além disso, é possível divulgar de forma simples, barata e eficiente. A criatividade é fundamental para buscar alternativas para atrair a clientela. A seguir, conheça algumas formas para divulgar sua Fábrica de brindes:

a) Distribua banners, panfletos e cartões de visita em eventos ou em locais estratégicos como lojas da região, supermercados e até mesmo nas casas, etc. A confecção e envio de malas diretas e visitas aos departamentos de marketing de grandes empresas, agências de publicidade e empresas de eventos também são formas de divulgação interessantes.

b) Invista em catálogos, faça um portfólio de brindes para anunciá-lo em revistas, guias especializados e/ou outros meios de comunicação. As propagandas em rádios locais, TV locais, panfletos, outdoors, cartões-fidelidade, dentre outros, produzem bons resultados.

c) Invista em marketing digital através de um site, perfis em redes sociais e anúncios. Atualmente, qualquer empreendimento precisa estar no ambiente digital. Além de que, por meio de campanhas é possível atingir novos clientes;

d) É imprescindível investir no bom atendimento e na qualidade dos serviços. Afinal, clientes satisfeitos comentam com outras pessoas e não existe melhor campanha de marketing que

tradicional “boca-a-boca”, pois, além de viralizar, é barata e eficiente;

e) Patrocine eventos relativos ao seu segmento, participe de feiras, palestras. Assim, você pode mostrar o seu empreendimento a um público interessado e aumentar a sua rede de contatos. A propaganda é um importante instrumento para tornar conhecidos a empresa e seus serviços.

17. Informações Fiscais e Tributárias

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

Exemplo 1: Fábrica de Brindes optante do SIMPLES Nacional

O segmento de Fábrica de Brindes, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 1813-0/01

<https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?view=classe&tipo=cnae&versao=10&classe=18130> como impressão, sob contrato, de materiais publicitários ou promocionais (calendários, pôsteres, cartazes, catálogos promocionais, relatórios de empresas, tabloides e encartes, malas diretas e livros em pequena tiragem, kits promocionais, banners, outdoors, etc.), 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, http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa e R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

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

<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 de comunicação);
- IPI (imposto sobre produtos industrializados);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa à parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006 e alterações, este ramo de atividade é tributado pelo anexo II do SIMPLES Nacional e as alíquotas variam de 4,5% a 30%, 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 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 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;

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 algumas das situações descritas abaixo, o empreendimento será desenquadrado do MEI, passando para condição de ME (microempresa):
 - Faturamento bruto acima do limite;
 - Contratação de mais de um funcionário;
 - Entrada de um sócio na empresa;
 - Abertura de filial ou outra empresa em nome do empresário;
 - Exercer novas atividades vedadas ao MEI.

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será

estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Exemplo 2: Fábrica de Brindes NÃO optante do SIMPLES Nacional

Alguns empreendedores podem não optar pelo Simples Nacional, ou o tipo de atividade não é permitido, veja o anexo do Comitê Gestor do Simples Nacional - Resolução CGSN nº 119, de 19 de dezembro de 2014

(http://www.receita.fazenda.gov.br/publico/Legislacao/Resolucao/2011/ResolucaoCGSN/Anexo_VI_Resolucao_CGSN_94.doc)

Para estes casos há os regimes de tributação abaixo:

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

A base de cálculo para determinação do valor presumido varia de acordo com a atividade da empresa. Sobre o resultado da equação: Receita Bruta x 8%, aplica-se as alíquotas de:

- IRPJ - 15% - Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, no mês, ou R\$ 60 mil, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;
- CSLL - 9% - Não há adicional de imposto.

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

- PIS - 0,65% - sobre a receita bruta total;
- COFINS – 3% - sobre a receita bruta total;
- ICMS – conforme lei estadual;
- IPI – será conforme tabela TIPI e produto fabricado.

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

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

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

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

- PIS - 1,65% - sobre a receita bruta total, compensável;
- COFINS - 7,65% - sobre a receita bruta total, compensável;
- IPI – será conforme tabela TIPI e produto fabricado.

Incidem também sobre a receita bruta o imposto estadual:

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

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

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

Brazil Promotion | Live Marketing and Retail

<https://www.brazilpromotion.com.br>

Congresso Nacional - Portal Intercom

www.portalintercom.org.br

Expo Bríndice – Maior Feira de Brindes do Brasil | blogPro

<https://andreevento.wordpress.com>

Feiras de Brindes

<https://www.nfeiras.com>

FESPA Brasil - Grandes Formatos, Comunicação Visual e ...

<https://www.fespabrasil.com.br>

FuturePrint - Feira

<https://www.feirafutureprint.com.br>

Feiras do Brasil

<https://www.feirasdobrasil.com.br/>

19. Entidades em Geral

ABEOC - Associação Brasileira de Empresas de Eventos

<https://abeoc.org.br>

Abap - Associação Brasileira de Agências de Publicidade

www.abapnacional.com.br

AMPRO Associação de Marketing Promocional

<https://ampro.com.br/>

Senado Federal

www.senado.gov.br

ABRINDE - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BRINDES

<http://www.guiadebrindes.com.br/abrinde.asp>

Social Brasil

<https://socialbrasil.org>

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 único foro de normalização do País.

1. Normas específicas para uma Fábrica de brindes

Não existem normas específicas para este negócio.

2. Normas aplicáveis na execução de uma Fábrica de brindes

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.

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.

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

Esta Norma especifica os requisitos de iluminação para locais de trabalho internos e os requisitos para que as pessoas desempenhem tarefas visuais de maneira eficiente, com conforto e segurança durante todo o período de trabalho.

ABNT NBR 10898:2013 - Sistema de iluminação de emergência. Especifica as características mínimas para as funções a que se destina o sistema de iluminação de emergência a ser instalado em edificações ou em outras áreas fechadas, na falta de

iluminação natural ou falha da iluminação normal instalada.

ABNT NBR ISO 11690 - 1 DE 05/2022 - Acústica - Prática recomendada para o projeto de ambientes de trabalho de baixo ruído contendo maquinário - Parte 1: Estratégias de controle de ruído. Descreve estratégias a serem usadas ao tratar problemas de ruído em locais de trabalho existentes e planejados, descrevendo conceitos básicos em controle de ruído (redução de ruído, emissão de ruído, emissão de ruído e exposição ao ruído). É aplicável a todos os tipos de locais de trabalho e a todos os tipos de fontes sonoras encontradas nos locais de trabalho, incluindo atividades humanas.

As normas e regras que deverão ser aplicadas à sua fábrica, dependerão de diversos fatores. Portanto, a sugestão é que o empreendedor consulte a ABNT após a realização do seu Plano de Negócios, tendo definido o maquinário e as estruturas necessárias.

21. Glossário

Confira abaixo algumas definições de termos importantes do segmento:

Amostra grátis: é a versão especial do produto distribuída a título não remunerado.

Brinde (bonificação/prêmio): refere-se a tudo aquilo que se recebe ou se ganha como benefício.

Consumidor: é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produtos como destinatário final. Equiparam-se ao consumidor todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas comerciais.

Embalagem: é o recipiente, o pacote ou o envoltório destinado a garantir conservação ou facilitar o transporte e o manuseio de produtos.

Fornecedor: é toda pessoa física, jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Material educativo: é todo o material escrito, sonoro ou visual destinado ao público em geral que vise orientar sobre a utilização/consumo de produtos ou sobre assuntos relacionados ao domínio de conhecimento da área Comercial.

Merchandising: é a técnica de veicular ou mencionar produtos, marcas ou serviços de forma não ostensiva e não declaradamente publicitária em um programa de tv ou rádio, filme cinematográfico, espetáculo teatral e outros.

Oferta: são todos os métodos, técnicas e instrumentos que visam aproximar o consumidor dos produtos colocados à sua disposição no mercado pelos fornecedores.

Patrocínio: é o custeio total ou parcial da produção de um programa de rádio, televisão, evento, projeto comunitário, bem como de atividade cultural, artística, esportiva, de pesquisa entre outros, com objetivos publicitários ou financeiros. O custeio é concedido como estratégia de marketing, por uma instituição a uma atividade cultural, esportiva, científica,

comunitária ou assistencial, bem como a um profissional liberal.

Peça publicitária: é cada um dos elementos produzidos para uma campanha publicitária ou de promoção de vendas, com funções e características próprias que seguem a especificidade e linguagens próprias de cada veículo. Exemplos: anúncio, encarte, filmete, spot, jingle, cartaz, painel, letreiro, display, folder, banner, móbile, outdoor, busdoor, brinde, etc.

Promoção: é o conjunto de atividades e técnicas informativas e de persuasão, utilizadas por empresas responsáveis pela produção, manipulação, distribuição e comercialização de alimentos, ou por veículos de comunicação e agências de publicidade com o objetivo de divulgar ou tornar mais conhecida, e prestigiada a imagem de determinada marca, produto, serviço, evento, idéia ou instituição.

22. Dicas de Negócio

Confira algumas dicas importantes para montar uma Fábrica de Brindes de sucesso:

- Antes de montar o negócio, defina sua estratégia de atuação para impactar o cliente. Nesse caso, elaborar o Plano de Negócios junto com o Sebrae pode ser um diferencial;
- Considere agregar valor nos produtos através da oferta adequada à demanda e valorize o relacionamento com o cliente, o colaborador e o fornecedor;
- Analise os seus concorrentes e o público;
- Estude exaustivamente quais são os melhores fornecedores do setor, pois há muitas formas de economizar tempo e dinheiro;
- Tendo em vista a dificuldade para encontrar mão de obra qualificada, adote uma política de retenção dos talentos através de incentivos e qualificação;
- Invista em campanhas de marketing, inclusive no ambiente digital, que, hoje, é o principal ponto de contato com o consumidor;
- Obedeça às disposições legais, sanitárias e honre os compromissos com os fornecedores, colaboradores e clientes;
- Considere fazer um seguro do estabelecimento para garantir indenizações no caso de acidentes;
- Participe dos eventos do setor, é uma oportunidade para conhecer novos produtos e aumentar a rede de contatos;
- Administre o seu empreendimento com atenção, pois, em períodos de baixa, os gastos desnecessários podem prejudicar a estabilidade do empreendimento;
- Invista em tecnologia e automação, você pode ganhar tempo na gestão e nos processos do seu negócio;
- Escolha um local próximo a outras empresas para que você possa divulgar e comercializar

o seu produto. O local precisa ter o espaço necessário para o seu negócio, e que esteja dentro das possibilidades de custo;

- Faça uma um mostruário físico e digital (portfólio) com os brindes disponíveis, ou com as opções que sua fábrica tem a oferecer;

- Desenvolva uma identidade visual para a sua empresa, que transmita os seus valores e visão de negócios;

- Procure fidelizar a clientela com ações de pós-venda;

23. Características Específicas do Empreendedor

São características importantes para o empreendedor envolvido na fabricação de brindes:

- A sensibilidade para identificação de nichos;
- Disposição para correr riscos;
- Facilidade de relacionamento interpessoal;
- Capacidade de identificar prioridades;
- Capacidade de operacionalizar ideias;
- Capacidade de comunicação e criatividade;
- Capacidade de trabalho em equipe;
- Capacidade de liderança;
- Capacidade de planejamento e organização;
- Domínio de métodos e técnicas de trabalho;
- Acompanhar o desempenho dos concorrentes;
- Capacidade de aplicar regulamentos técnicos, de segurança de trabalho e padrões de qualidade adequados;
- Buscar inovação;
- Capacidade para selecionar e preparar máquinas, equipamentos, utensílios e materiais a serem utilizados no processo produtivo;

24. Bibliografia Complementar

4 razões para presentear seus clientes. Redoma, 2019. Disponível em:

<<https://www.redoma.com.br/blog/4-razoes-para-presentear-seus-clientes/>

<http://blog.pama.ind.br/por-que-presentear-colaboradores-e-clientes-com-brindes-personalizados/>>. Acesso em: 18 de novembro de 2022.

Como montar uma fábrica de brindes. Egestor, 2017. Disponível em:

<<https://blog.egestor.com.br/como-montar-uma-fabrica-de-brindes/>>. Acesso em: 17 de novembro de 2022.

NETO, J. Como montar uma empresa de brindes [GUIA COMPLETO]. Montarumnegocio, 2019. Disponível em:

<<https://www.montarumnegocio.com/como-montar-uma-empresa-de-brindes/>>. Acesso em: 17 de novembro de 2022.

GONÇALVES, V. Como montar uma fábrica de brindes. Novonegocio. Disponível em:

<<https://novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/como-montar-uma-fabrica-de-brindes/>>. Acesso em 17 de novembro de 2022.

Franquia de brindes personalizados tem aumento nas vendas durante a quarentena. G1, 2020. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2020/04/19/franquia-de-brindes-personalizados-tem-aumento-nas-vendas-durante-a-quarentena.ghtml>>. Acesso em: 17 de novembro de 2022.

Fábrica de brindes: a produção de brindes personalizados para empresas. Cm3. Disponível em: <<https://cm3.com.br/blog/brindes-personalizados/fabrica-de-brindes-personalizados/>>. Acesso em: 17 de novembro de 2022.

MACEDO, V. Mercado de brindes: como começar a trabalhar com personalizados? Novasilk. Disponível em:

<<https://novasilk.com.br/news/dicas/mercado-de-brindes/#:~:text=O%20mercado%20de%20brindes%20movimenta,setor%20apresenta%20todos%20os%20anos>>. Acesso em: 17 de novembro de 2022.

Venda de brindes para empresas e live marketing movimentou R\$ 7,41 bilhões ao ano. Rimaq, 2021. Disponível em:

<<https://www.rimaq.com.br/blog/estamparia/venda-de-brindes-para-empresas-e-live-marketing-movimentou-r-741-bilhoes-ao-ano/>>. Acesso em: 17 de novembro de 2022.

Pesquisa brindeiros mostra cenário do mercado de brindes. Fespabrazil, 2021. Disponível em:

<<https://www.fespabrazil.com.br/pt/noticias/pesquisa-brindeiros-mostra-cenario-do-mercado-de-brindes#>>. Acesso em: 17 de novembro de 2022.

Empresas de brindes crescem após a pandemia. Multigestão, 2022. Disponível em: <<https://multigestaoconsultoria.com.br/empresas-de-brindes-crescem-apos-a-pandemia/>>. Acesso em: 17 de novembro de 2022.

LIMA, M. Caneca da fortuna: empreendedor fatura R\$5 milhões com franquias de brindes. Vocesa, 2020. Disponível em:

<<https://vocesa.abril.com.br/empreendedorismo/caneca-da-fortuna-empreendedor-fatura-r5-milhoes-com-franquia-de-brindes/>>. Acesso em: 17 de novembro de 2022.

25. Fonte de Recurso

Caso o futuro empreendedor não saiba, existem instituições financeiras, desde bancos a cooperativas, que oferecem planos de crédito especiais para dar início ao novo empreendimento. Alguns planos são lastreados pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe).

Nesse caso, o Sebrae pode ser um avalista complementar de financiamentos para pequenos negócios, desde que atendidos alguns requisitos preliminares. Confira o site do Sebrae para mais informações, mas não deixe de consultar:

- ? Proger Urbano Capital de Giro
- ? Cartão BNDES
- ? Microcrédito Produtivo Orientado Caixa

26. Planejamento Financeiro

O Planejamento Financeiro é um pilar fundamental para construir uma empresa de sucesso. Afinal, não basta ter vocação e força de vontade, pois, independentemente do tamanho do negócio, o controle financeiro adequado permite a mitigação de riscos de insolvência em razão do descasamento contínuo de entradas e saídas de recursos. A seguir, confira algumas sugestões para auxiliar a gestão financeira do seu negócio:

Fluxo De Caixa: É o controle das despesas e do faturamento da empresa através do acompanhamento contínuo da entrada e da saída de dinheiro. Facilita a contabilização dos ganhos, a gestão da movimentação financeira e permite que o empreendedor tenha uma visão ampla da situação financeira do negócio.

Capital de Giro: É a diferença entre os recursos disponíveis em caixa e a soma das despesas e contas a pagar. Tudo começa com um bom planejamento, detalhando os gastos a curto e a longo prazo e as possíveis entradas de dinheiro. Lembre-se que o período entre a prestação de serviço e o recebimento pode ser longo, a necessidade de recursos será suprida pelo capital de giro.

Princípio da Entidade: É importante salientar que o patrimônio da empresa não se mistura com o de seu proprietário. Portanto, jamais confunda a sua conta pessoal com a empresarial, pois seria uma falha de gestão gravíssima que pode arruinar o negócio. Ao não separar as duas contas, a lucratividade do negócio tende a não ser atingida, sendo ainda mais difícil

reinvestir os recursos, gerados pela própria operação. É o caminho certo para o fracasso empresarial.

Despesas: É a soma de todos os valores que devem ser pagos pela empresa. Há as despesas fixas e as variáveis, ambas devem ser honradas para agradar o mercado e evitar problemas. O controle das despesas é fundamental para melhorar a taxa de lucro.

Reservas/Provisões: Reservar uma parte do lucro é fundamental para prover o seu negócio. Afinal, são necessárias as provisões para troca de equipamentos ou aquisição de sistemas modernos. As provisões funcionam como um fundo de reserva.

Empréstimos: É normal que o futuro empreendedor busque por empréstimos para alavancar ou inaugurar o negócio. No entanto, não deverá optar pela primeira proposta, mas estar atento ao que o mercado oferece, pesquisando todas as opções disponíveis. Deve ter muito cuidado com as condições de pagamento, juros e taxas de administração. Negocie para evitar maior incidência de juros.

Objetivos: Com um plano de ação, o futuro empreendedor poderá delimitar os objetivos para amenizar os erros ou definir ajustes que facilitem a conquista da meta.

Utilização de Softwares: Os softwares de gestão financeira são essenciais para qualquer negócio. São eficientes, seguros e economizam muito tempo. O futuro empreendedor poderá consultar no mercado a ferramenta adequada para as suas atividades.

27. Produtos e Serviços - Sebrae

O Sebrae oferece ao empreendedor uma série de produtos e serviços criados para ajudar a impulsionar o negócio. Para consultar a programação disponível em seu Estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800 ou acesse o site: <https://sebrae.com.br>. Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

Cursos online e gratuitos

1 - Para desenvolver o comportamento empreendedor

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

Será que sou empreendedor?

Identificar as principais características empreendedoras e refletir sobre o estágio de desenvolvimento das atitudes empreendedoras em seu dia a dia.

Sobre o curso: Todo empresário é empreendedor? E todo empreendedor é empresário? Neste curso, você aprenderá a identificar características que são fundamentais para ter muito sucesso no mundo dos negócios.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/sera-que-sou-empreendedor,bccea3a88a926710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Empreendedor de sucesso.

Elaborar metas claras e um plano de ação para refletir sobre autodesenvolvimento e as atividades empreendedoras.

Sobre o curso: Aposto que você já ouviu muitas histórias sobre os empreendedores de sucesso. Contudo, saiba que todos eles adotaram um tipo de planejamento. Neste curso, você compreenderá os detalhes da jornada do empreendedor bem-sucedido.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/empreendedor-de-sucesso,868ed4cc32926710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

2 - Para quem quer começar o próprio negócio

A seguir, confira alguns itens indispensáveis para começar o seu próprio negócio. Ou, então, para formalizar o seu produto.

Plano de Negócios - Serve para orientar o futuro empreendedor a buscar informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores, os pontos fortes e fracos com o fim de visualizar a viabilidade da ideia e gestão da empresa.

A formação de preço para o meu tipo de negócio.

Sobre o curso: Neste curso, você entenderá o que são gastos fixos, variáveis e como diferenciá-los para a adequada formação de preços. Além disso, será capaz de observar o mercado para comparar preços e tomar as melhores decisões sobre o seu negócio. Por fim, aprenderá o que é a margem de contribuição e o ponto de equilíbrio operacional.

https://api.whatsapp.com/send/?phone=5541999647646&text=Voc%C3%AA+quer+fazer+o+curso+%2AA+Forma%C3%A7%C3%A3o+de+pre%C3%A7o+para+o+meu+tipo+de+neg%C3%B3cio%2A%2C+ent%C3%A3o+envie+essa+mensagem+para+come%C3%A7ar+o+seu+neg%C3%B3cio.&app_absent=0

Fluxo de caixa como ferramenta de gestão para o seu negócio.

Sobre o curso: Você compreenderá como o controle financeiro é uma ferramenta essencial para a gestão das empresas. Além disso, poderá refletir sobre a possibilidade de usar o fluxo de caixa para auxiliar na tomada de decisão. Como se não bastasse, será elaborado um fluxo de caixa que poderá ser usado de base no controle e gestão da sua empresa.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/fluxo-de-caixa-como-ferramenta-de-gestao-para-o-seu-negocio,e242d4cc32926710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Controle da movimentação financeira.

Sobre o curso: Você compreenderá a forma de utilização do controle de movimentação financeira no dia a dia empresarial. Também reconhecerá a importância de controlar a movimentação financeira da empresa e será capaz de elaborar o controle diário de caixa realizado e futuro do seu negócio.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/controle-da-movimentacao->

Avaliando as vendas do seu negócio.

Sobre o curso: O sonho de todo microempreendedor é aumentar seu volume de vendas e ver seu negócio crescer. Neste curso, nós oferecemos as ferramentas certas para alcançar esse objetivo. Você aprenderá a avaliar e planejar as vendas para melhorar os resultados. Além disso, descobrirá como mapear a concorrência para avaliar o posicionamento da empresa no seu mercado de atuação e, de bônus, conhecer as etapas do funil de vendas.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/avaliando-as-vendas-do-seu-negocio,324da3a88a926710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

3 - Para quem quer inovar

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

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

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

Inovação e possibilidades de crescimento

Sobre o curso: A inovação se tornou um diferencial competitivo para empresas de todos os portes. É através da inovação que as empresas conseguem se manter relevantes no mercado. Se o processo for contínuo, à frente da concorrência na maioria das vezes. Mas como a sua empresa pode aplicar o conceito de inovação em seu dia a dia? Neste curso mostramos o que você precisa saber para implantar a cultura de inovação no seu negócio.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/inovacao-e-possibilidades-de-crescimento,cddb644c2fd26710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Como devo agir para liderar e promover a criatividade e a inovação?

Sobre o curso: Criatividade e inovação são dois pilares fundamentais para manter um negócio de sucesso. Neste curso você aprenderá a se tornar um líder que ofereça um ambiente estimulante para a criação de ideias criativas e inovadoras, impulsionando assim seus resultados. O curso está disponível no WhatsApp. Aprenda a ser um líder, aplique os conhecimentos na prática, estude onde e quando quiser, receba conteúdos exclusivos em diferentes formatos.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/como-devo-agir-para-liderar-e-promover-a-criatividade-e-a-inovacao,b60756c2a69a8710VgnVCM100000d701210aRCRD>

4- Para atender bem seu cliente

Conhecendo e valorizando seu cliente

Sobre o curso: Antes de montar um negócio, é fundamental conhecer e valorizar o seu

cliente. Sendo assim, no curso você aprenderá a se relacionar com o seu público alvo e a conhecer suas dores e motivações. Afinal, são questões que fazem diferença e melhoram o desempenho nas vendas.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/conhecendo-e-valorizando-seu-cliente,a7e5d4cc32926710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

5- Para planejar suas ações

Planeje suas metas e resultados

Sobre o curso: Você, empreendedor, sabe para onde está indo e aonde quer chegar? Estabelecer metas claras e resultados esperados é fundamental para o sucesso do seu negócio! Neste curso você entenderá quais os benefícios de um planejamento bem elaborado para a saúde da sua empresa.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/planeje-suas-metas-e-resultados,db86d4cc32926710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Crescimento planejado e orientado para resultados

Sobre o curso: Como você quer que a sua empresa esteja daqui a dois anos? Com um planejamento estratégico bem definido e organizado, é possível chegar em qualquer lugar que você imaginar. Sendo assim, neste curso você aprenderá a analisar a situação atual da empresa para projetar o seu futuro. Além disso, utilizará ferramentas de planejamento para melhorar o desempenho com o aumento da competitividade.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/crescimento-planejado-e-orientado-para-resultados,a342a3a88a926710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Quais os passos para a definição de preço de produtos e serviços?

Sobre o curso: Você sabe qual é a diferença entre preço e valor? Essa é uma resposta que precisa saber na hora de definir quanto cobrar por seus produtos e serviços. Neste curso você aprenderá a analisar os pontos fundamentais para iniciar o processo de formação de preço. Se preferir, faça o curso por WhatsApp, aprenda a calcular os preços dos produtos e serviços, aplique o conhecimento na prática, estude onde e quando quiser e receba conteúdos exclusivos em diferentes formatos de mídia.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/quais-os-passos-para-a-definicao-de-preco-de-produtos-e-servicos,21644f6e499a8710VgnVCM100000d701210aRCRD>

28. Sites Úteis

Sebrae - <https://www.sebrae.com.br/>

Normas ABNT - <https://www.normas.com.br/>

E-gestor - <https://blog.egestor.com.br>

Fespa Brasil - <https://www.fespabrasil.com.br/>

