

COPIADORA

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia: terciário

Ramo de Atividade: serviço

Tipo de Negócio: serviços prestados de fotocópia

Serviços ofertados/Produzidos: fotocópia, plotagem, digitalização e serviços correlatos.

Investimento inicial: R\$68mil

Área mínima: 70m²

APRESENTAÇÃO

Com o aparecimento dos microcomputadores houve uma certa apreensão no sentido de que as máquinas de fotocópias fossem se extinguir num curto prazo. Porém, o que aconteceu foi uma fusão tecnológica entre eles, disparando progressivamente o avanço das máquinas e criando com isto uma gama muito maior de serviços ofertados.

Segundo especialistas, investir neste ramo, apesar do surgimento recente de uma série de lojas deste tipo, continua sendo um bom negócio. Os futuros empresários devem, porém, ter atenção ao planejamento. O cuidado deve-se principalmente a grande concorrência e ao alto custo de investimento inicial. As máquinas copiadoras, plotter impressão e designer impressão podem custar entre vinte e quarenta mil reais.

Portanto, o primeiro ponto fundamental para investir em um negócio como este é ter estudo de viabilidade. O segundo ponto a atentar é a avaliação do ponto comercial, determinante para empresas deste tipo. O estudo de viabilidade vai, aliás, determinar o tipo de cliente, o que é fundamental na escolha do ponto comercial.

MERCADO

O ramo de cópias tem crescido em média 10% ao ano e a expectativa é que esse crescimento se mantenha. Uma das explicações é o fato de as escolas utilizarem cada vez mais materiais em forma de apostilas e textos encadernados.

Como principais clientes destacam-se os escritórios e firmas em geral, centros de treinamento, escolas e repartições públicas.

A concorrência é muito grande entre as empresas que atendem estudantes. O ideal seria instalar a pequena copiadora dentro de um estabelecimento de ensino. Não se pode esquecer que este segmento enfrenta também a concorrência de papelarias, bancas de jornais e das impressoras domésticas que hoje vêm com a opção de copiadora também. Por isso a loja deve oferecer serviços diversificados de impressões especializadas e de grande porte.

E apesar da concorrência acirrada, o mercado ainda não está saturado. A intensa disputa existente entre os fabricantes de equipamentos evidencia um grande mercado potencial.

Para se sobressair, uma dica é apostar na qualidade do serviço, um diferencial importante para cativar a clientela.

Sem dúvida alguma, a diferenciação é conseguida pela qualidade e variedade dos serviços oferecidos, preço e pelo atendimento aos clientes. Recomendamos estudar necessidades, tendências e manter-se atualizado quanto às novidades do mercado.

Abrir o sistema de correntista para clientes regulares pode ser interessante, pois se forma um vínculo com o cliente levando-o a sempre utilizar seus serviços.

LOCALIZAÇÃO

A identificação da oportunidade para instalar uma copiadora acontece quando o empreendedor verifica a necessidade deste tipo de serviço em algumas zonas comerciais ou de escritórios.

Uma estratégia adotada pelas empresas atuais é se instalar próximo às escolas, universidades e bairros onde têm grande circulação do público alvo, tais como shoppings,

galerias e ruas de grande movimento.

Além disso, o local deve ter acesso fácil para os clientes, estacionamento, segurança. 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 por você.

Esse deve ser seu primeiro passo para avaliar a implantação de sua empresa. Na Prefeitura de Vitória esse documento é fornecido a partir de consulta no site.

ESTRUTURA

A área mínima deve ser de 70m², organizada com vistas à funcionalidade do processo de trabalho e garantido o bom atendimento ao cliente.

Além do balcão de atendimento e da área de trabalho reservada às máquinas e equipamentos de apoio será necessária uma pequena área para estoque, onde serão armazenados papéis e itens de uso diário, além do escritório.

De um modo geral, a estrutura básica de copiadora poderá ser dividida em:

- balcão de atendimento
- área de trabalho
- área para máquinas de apoio
- área administrativa
- estoque
- copa
- sanitários

EQUIPAMENTOS

Os equipamentos necessários são:

- Máquinas copiadoras monocromática, coloridas, plotter, etc.
- Scanner
- Máquinas de plastificar
- Máquina de encadernar
- Guilhotina
- Balcão de atendimento
- Grampeadores
- Prateleiras
- Mesas
- Telefone/fax
- Microcomputador
- Impressora
- Móveis

A manutenção das máquinas deve ser uma constante, pois qualquer parada na produção comprometerá diretamente o faturamento. O empresário deve se preparar para a renovação dos equipamentos em períodos relativamente curtos, pois além da vida útil ser diretamente proporcional ao ritmo de sua utilização (quanto mais utilizado, mais desgaste sofre), a sua manutenção, com o tempo, começa a encarecer demais, tornando-se inviável.

Outro fator é a velocidade em que surgem lançamentos melhores, mais rápidos, de melhor qualidade de produção, mais baratos e de manutenção mais simples, que obriga o empreendedor a despender recursos para acompanhar a evolução tecnológica.

Toda compra de equipamento deve ser planejada e analisada de acordo com a necessidade de uso dentro da empresa. Tomar a decisão certa é imprescindível para o bom andamento de seus negócios.

Sugere-se contar com computadores e impressoras para facilitar trocas de informações com clientes, bem como a gestão do negócio, através da aquisição de software de gerenciamento.

Para ajudar a diminuir essa incerteza, seguem algumas considerações a serem seguidas no momento da compra:

-Tenha sempre em mente a sua real necessidade de uso, estabeleça detalhadamente as características deles, e os benefícios que os equipamentos deverão lhe dar.

-Procure no mínimo três fornecedores e faça comparações, levando em consideração o custo/benefício de cada um deles.

-Nunca se esqueça de solicitar informações sobre os serviços de assistência técnica e, principalmente da garantia. Fonte: site Sebrae/SP

INVESTIMENTOS

Conforme a estrutura do empreendimento, o valor estimado, para o empreendedor iniciar esse tipo de negócio pode ficar em torno de R\$68mil reais.

O empreendedor pode começar alugando as copiadoras. Há fabricantes que oferecem locação, com opção de compra.

Geralmente, as máquinas são vendidas por sistema de financiamento, leasing com opção de compra ou troca por outra mais moderna no final do pagamento.

Obs.: os valores apresentados são indicativos e servem de base para o empresário decidir se vale ou não a pena aprofundar a análise de investimento.

PESSOAL

Dependerá muito do porte do empreendimento. Sugere-se inicialmente, que além do proprietário, haja atendentes e responsáveis pelas cópias. É preciso ter, em média, três pessoas para a execução dos serviços.

É importante que os empregados passem pelo treinamento técnico, geralmente oferecido pelo fabricante das máquinas, para diminuir as perdas, e também, se possível, treinar os funcionários que não utilizam diretamente a máquina, para que eventualmente possam operá-la.

Os funcionários responsáveis pelo contato com os clientes devem ser cordiais e atenciosos, já que a qualidade no atendimento é fundamental neste tipo de empreendimento.

PROCESSOS PRODUTIVOS

A rotina de trabalho é bastante simples, consistindo basicamente na recepção dos originais, reprodução/perfuração e/ou plastificação, inspeção final e expedição.

Dentre os principais serviços estão impressão em grandes formatos, encadernação, digitalização de imagens, impressão de banners e plotagem em geral.

Cópias Heliográficas	A partir do original em papel vegetal, a cópia e a revelação são feitas através da máquina heliográfica.

Cópias por metro – grandes formatos	Cópias de plantas de arquitetura e engenharia, mecânica, mapas, etc., até formato A0, ampliadas ou reduzidas (25 a 400% ponto a ponto), em papel sulfite ou vegetal, reproduzidas em equipamento laser de última geração.
Cópia	Cópias preto e branco, pequeno, médio e alto volume, em papel sulfite, vegetal, papéis especiais, entre outros.
Plastificação (até o formato A3: 42x30cm)	Plastificação de documentos como CPF, Títulos de Eleitor, crachás, CNPJ, etc.
Encadernação	O material a ser encadernado é perfurado e posteriormente a colocação manual de capa, contra-capas e espiral.
Plotagem	Plotagens de engenharia coloridas ou PB em papel sulfite ou vegetal até o formato A0 (841mm x 1189mm).

Além desses serviços, uma copiadora pode, até mesmo, vender materiais de escritório.

A diversificação é fundamental para a sobrevivência da empresa. Além de cópias pretas e brancas ou coloridas, a copiadora deve oferecer encadernação, confecção de carimbos e placas, plastificação, impressão e digitação, dentre outros serviços. A cópia não pode ser a principal fonte de receita porque o faturamento que propicia é baixo e o valor dos equipamentos alto. Daí a necessidade de diversificar os serviços. Ressalta-se ainda o impacto da popularização da fotocópia. Ela já foi para dentro da casa das pessoas, com aquelas impressoras multifuncionais (impressora, copiadora, scanner, fax). O valor agregado de outros serviços, principalmente impressão e plotagem, é mais compensador.

Características básicas que o empreendimento exige:

- Estrutura eficiente;
- Conhecimento de fornecedores de equipamentos;
- Bom atendimento;
- Qualidade dos serviços;
- Acompanhamento das tendências do ramo.

Como o custo dos equipamentos é elevado, empresários optam por fazer um contrato de leasing, alugando os aparelhos do fabricante. A correta utilização das máquinas é um outro fator muito importante. Se o equipamento estiver bem conservado, o produto terá qualidade e não haverá desperdício de material.

Todos os custos devem ser considerados no cálculo do preço da cópia. Desde o valor da folha de papel até a manutenção da máquina, que deve ser mensal por um técnico terceirizado.

DIVULGAÇÃO

Nos serviços prestados a utilização mais comum de divulgação é a formadora de imagem da empresa, informadora de características diferenciadas, vantagens de utilização do

serviço, preços, atendimento, condições de uso etc.

A empresa também deve ter bem claros seus objetivos de comunicação, o público que deseja atingir, a mensagem que deseja passar, as ofertas a serem feitas e motivações a serem sugeridas aos clientes potenciais. A qualidade nos serviços prestados é a melhor forma de divulgar-se, pois é a propaganda boca a boca que fortalece as marcas.

A publicidade da empresa é uma arma para se garantir um faturamento constante. Boa fonte disso são propagandas em tv e rádio, revistas e periódicos locais, além de panfletagem e mala direta. Promoções e prazos de pagamento para grandes volumes de serviços são outro diferencial que conquista o cliente.

Outros canais eficientes para anunciar são os guias de compras, jornais de bairro, listas telefônicas e folhetos.

DIVERSIFICAÇÃO

Com o fim da reserva de mercado para informática que tornou os preços mais acessíveis, algumas empresas que surgiram para oferecer alternativas mais baratas para pequenas quantidades já estão fazendo o caminho inverso e complementando seu leque com a abertura de gráfica própria, já que as grandes gráficas também estão partindo para os serviços de pré-impressão.

Nesse sentido, a copiadora pode diversificar atendendo empresas na produção de panfletos, cartões de visita, envelopes e prestando todo o serviço de encadernação, aproveitando-se das impressoras off-set e das máquinas digital de alta qualidade.

Os novos caminhos do mercado gráfico abrangem tecnologia de digitalização de imagens (transparências, pôsteres, backlight - pôster iluminado, painéis, etc.) e impressão para pequenas tiragens aumentando o leque de opções para designers.

NOTÍCIAS

11/02/2010 - The Economist destaca novo papel do Brasil na economia mundial

2010 bate às portas e chega coberto por um otimismo pouco antes visto no Brasil. Ano de realização da segunda edição da ExpoPrint Latin America, 2010 também será ano em que o reaquecimento da economia, já notado em 2009, atingirá seu ápice. Ou seja, para o mercado gráfico, tornar-se-á o momento de se investir no maior evento do setor na América Latina.

Essa tese, às vezes tomada com reticência por brasileiros, foi a base para a matéria "Brazil's take off", publicada na revista The Economist, que destacou a pujança do desempenho econômico do Brasil.

O país, protagonista do artigo, foi classificado como a nação mais promissora do mundo, com números e potencial comparáveis, talvez, aos da China.

O texto destaca, ainda, a estabilidade econômica e política do Brasil e o fato de o país vislumbrar mudanças estruturais profundas em virtude da Copa do Mundo de Futebol em 2014, e das Olimpíadas, em 2016.

O texto completo do artigo está disponível online, em inglês, no link

http://www.economist.com/opinion/displayStory.cfm?story_id=14845197&source=hptextfeature

Fonte: http://www.expoprint.com.br /br/ver_noticia.php?not_id=889

CURSOS

O SEBRAE/ES disponibiliza para o empresário uma carteira com mais de 30 títulos de cursos e palestras abordando os mais variados temas e objetivos. A Educação Empresarial do SEBRAE é um instrumento para que os obstáculos encontrados sejam superados com maior facilidade ampliando, conseqüentemente, o horizonte de conhecimentos necessários nessa função.

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935, Ed. Sebrae, Centro. Vitória/ES CEP: 29010-003 Tel.: 08005700800

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

Cursos: Técnicas de Vendas; Marketing: Uma Estratégia de Vendas; Gerência de Equipes de Vendas; Gerência de Rotinas e Procedimentos em Vendas; Atendimento ao Cliente; Como Vender mais e Melhor; Iniciando um Pequeno Grande Negócio (com carga horária de 30h); Empretec; Administração Básica para Pequenas Empresas (carga horária de 20h); entre outros.

Ensino à distância: Conect – Sebrae/ES - <http://sebraees.webensino.com.br>
Iniciando um Pequeno Grande Negócio (com carga horária de 30h); Aprender a Empreender – SEBRAE/NA - <http://www.ead.sebrae.com.br/hotsite>

Palestras Gerenciais: Inovação como Estratégia Competitiva da MPE; Programa Próprio (série de palestras), Atendimento a Clientes; Comece Certo – Planejamento e Análise; Determinação do Capital de Giro; Gerenciando o Fluxo de Caixa com Eficiência; Promoção de vendas; Entendendo Custos, Despesas e Preço de Venda; A Empresa e os Novos Tempos; Qualidade no relacionamento ao cliente; Como Conquistar e Manter Clientes.

EVENTOS

O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações para obter informações sobre os eventos que ocorrerão dentro da sua área (tipo, data, local de realização). Os eventos como feiras, roda 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 pesquisar:

-União Brasileira de Feiras e Eventos -<http://www.ubrafe.com.br>

-Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior -

http://www.mdic.gov.br/sitio/sistema/expofeira/calFeirasExposicoes/feiExposicoes_P.php

Office – PaperBrasil Escolar 2010 - 24ª. Feira Internacional de Produtos, Serviços & Tecnologia para Escolas, Escritórios e Papelarias. Período : 30 de agosto a 02 de setembro. Local: Anhembi. São Paulo/SP. <http://www.officepaperescolar.com.br>

Organização: Francal Feiras e Empreendimentos. Tel.: (11) 2226-3100. <http://www.francal.com.br>

EXPOPRINT Latin América - Feira Internacional de Equipamentos para Pré-impressão, Impressão e Acabamento. Período: 23 a 29/06/2010. Transamérica Expo Center – São Paulo/SP. Organização: AP&S Feiras - Rua Madre Maria Basília, 237, Itu/SP. CEP: 13300-003. Tel.: **(11) 4023-4767**

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

LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

- **Cartilha do Fornecedor Capixaba** - é um documento que dá as diretrizes legais (direitos de deveres) que norteiam a relação cliente x fornecedor. Está disponível para consulta na Biblioteca do SEBRAE/ES ou no site:http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha_Fornecedor_Capixasba.pdf

- **Simples Federal:** para enquadrar essa atividade no SIMPLES verifique junto com seu contador se ela está de acordo com a definição de microempresa ou de empresa de pequeno porte, prevista no artigo 2º, bem como se não está inclusa em qualquer das vedações prevista no art. 9º da Lei nº 9.317/96 (Lei do Simples).

- Lei nº. 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor) – Alterada pela Lei nº 8.656/1993, Lei nº 8.703/1993, Lei nº 8.884/1994, Lei nº 9.008/1995, Lei nº 9.298/1996,

Lei nº 9.870/1999, Lei nº 11.785/2008, Lei nº 11.800/2008, Lei nº 11.989/2009 e Lei nº 12.039/2009.

-Lei Municipal nº. 6.080/2003 – Código de Posturas e Atividades Urbanas do Município de Vitória - Altera os artigos nºs 20,27,43 e 67 da Lei nº 5.954/03 - Regulamentada pelo Decreto nº 11.975/04. Ref.Proc. 5766168/03. Lei nº 6412-05-acrescenta inciso IX ao § 2º.Alterada pelas Leis nºs 6679/06 e 6680/06. Acrescentado inciso IX ao § 2º do Art. 99, pela Lei nº 7.063/07. Regulamentado inciso III do Art. 194, pelo Decreto nº 13.853/08. Acrescentado artigos pela Lei nº 7598/08. Acrescentado § 3º no Art. 43, pela Lei nº 7.768/09 - § 3º. Na fixação de nomes de bens públicos municipais deverá ser reservado um percentual de 50% (cinquenta por cento), no mínimo, para o gênero feminino.”(NR) - Alterada Redação do § 1] do Art. 19 pela Lei nº 7.775/09. Acrescentado Parágrafo único ao Art. 27, pela Lei nº 7.842/09.

-Lei nº. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998 - Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Alterada pelo Decreto nº 4.533/2002 e Lei nº 12.091/2009.

-Decreto nº. 76.905, de dezembro de 1975 - Promulga a Convenção Universal sobre o Direito de Autor, Revisão de Paris, 1971.

-Decreto nº. 75.699, de 06 de maio de 1975 - Promulga a Convenção de Berna para a Proteção das Obras Literárias e Artísticas, de 9 de setembro de 1886, Revista em Paris, a 24 de julho de 1971.

Conheça mais sobre o assunto lendo o artigo abaixo:

Mauro Lorch – ABPDEA: http://www.snel.org.br/noticias/jornal34_2.htm

Lei é alvo de críticas A lei do direito autoral brasileira permite a reprodução de uma única cópia, de pequenos trechos, para uso privado do copista, desde que feita pelo mesmo, sem intuito de lucro. O resto é crime passível de punição. Para a advogada da ABPDEA, Perla Clarke, a redação da lei, entretanto, é ruim. "Não há definição do que sejam pequenos trechos e o próprio desconhecimento da matéria por alguns juizes dificulta a aplicação da punição", acrescenta. "Infelizmente a cópia de livros passou a ser uma desobediência civil tolerada", critica o desembargador do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, Sergio Cavaliere Filho. Professor da Universidade Estácio de Sá e autor do livro "Sociologia Política" - também um dos mais pirateados no Brasil -, Cavaliere diz que o direito autoral é garantido na Constituição, portanto não pode ser tratado como questão de menos importância pela Justiça. Ele afirma que há uma visão distorcida e equivocada do Ministério Público ao recusar ou postergar uma decisão que leve os infratores a um processo penal. "Se o crime contra a propriedade material é punido, igualmente grave é o crime contra a propriedade intelectual, no qual são violados princípios individuais elementares que dizem respeito à continuidade e ao desenvolvimento da própria cultura e do progresso de um país".

Dificuldades à parte, algumas vitórias já foram contabilizadas. Uma sentença concedida pelo juiz da 11ª Vara Cível de Fortaleza, à ABPDEA, por exemplo, considerou a Unifor co-ré na ação contra a copiadora que operava no diretório acadêmico do campus, por ser "responsável pelo que acontece em suas dependências". O advogado Gustavo Martins de Almeida, especializado em direitos autorais, lembra ainda que a Lei 10.695 alterou recentemente dois dispositivos do Código Penal, aumentando a pena para quem tira cópias em larga escala, com o intuito de lucro.

O período de reclusão para os infratores passou de dois anos para quatro anos. A reprografia de um só exemplar, para uso privado e sem intuito de lucro também foi autorizada no Código. O advogado acredita que como o direito penal pune o ilícito, com a

perda da liberdade, o texto não entrou na polêmica do que são pequenos trechos. "Qualquer exemplar reproduzido com intuito de lucro ou a reprodução de mais de um exemplar da obra já são considerados crimes". Atualmente a Justiça entende que o limite para pequenos trechos corresponde até 15% da obra. Para o advogado, entretanto, a avaliação ainda assim é precária e teria que ser feita caso a caso. "É como se você tirasse pequenos pedaços de um bem, sem pagar por isso". **Preço como justificativa** O argumento mais usado por quem copia e quer justificar a clonagem é o preço da obra. Porém a pesquisa capitaneada pela ABDR revela que são os alunos pertencentes a classes sociais mais elevadas que utilizam o xerox. "O problema é cultural. Falta hábito de leitura no Brasil e não se adquire livros no ensino fundamental tampouco nas universidades", comenta o presidente da ABDR, José Xavier Cortez. Guilherme Zingoni, presidente da ABPDEA, vai ainda mais longe. "Hoje existe uma percepção de que copiar um livro da primeira à última página é normal. Não são todos, mas alguns professores que estão em sala de aula estudaram na base do xerox. Infelizmente chegamos ao limite da institucionalização da cópia", diz Zingoni. Ele admite que a queda no poder aquisitivo do brasileiro é um entrave à aquisição do livro, mas afirma que as obras literárias no país são, em média, um terço mais baratas que na Europa ou nos Estados Unidos. "Se aumentássemos a tiragem das centenas de livros copiados nas faculdades, certamente o valor do livro poderia cair até 30%". Trata-se de uma contradição a universidade - uma das maiores fontes de pesquisa científica e produção cultural do país -, fechar os olhos para o desrespeito ao trabalho de seus próprios profissionais. "Temos que conscientizar a sociedade de que a cópia é um crime", atesta Mauro Lorch, diretor do Sindicato Nacional dos Editores de Livros e membro da ABPDEA.

Ao contrário da ABDR, que fornece licença coletiva às copiadoras, universidades e bibliotecas para que elas façam cópias, com o devido repasse dos direitos autorais; a ABPDEA diz que a medida é inviável, pois ainda não há uma forma rígida de controle das cópias efetuadas. "É impossível aferir a quantidade de cópias feitas a não ser que você tenha um fiscal em cada máquina", explica o presidente da ABPDEA, Guilherme Zingoni. O esquema de clonagem descoberto pela polícia na Universidade de Brasília, no início do ano, dá a medida exata do problema: uma copiadora dentro da instituição vendia livros copiados, muitos editados fora do Brasil, mantendo edições semelhantes às originais, algumas vezes com qualidade superior. Caixas com livros clonados foram encontrados em uma sala do subsolo da própria universidade. O presidente da ABDR, José Xavier Cortez, reconhece que o controle é deficiente, e afirma que a associação tem procurado conversar com reitores a fim de conscientizá-los. "Não estimulamos a reprografia indiscriminadamente, mas o que não pode é o autor ficar sem o retorno de seus direitos".

Conscientização e consenso Para Mauro Lorch é preciso que o país avance no que diz respeito à conscientização das pessoas, antes de ter um sistema de cópias autorizadas. "O que a ABPDEA tem feito na luta contra a pirataria é batalhar com as universidades para que abasteçam mais as suas bibliotecas". Na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) esta estratégia funcionou. Depois de duas apreensões de cópias - uma delas com prisão do dono da máquina de xerox -, a universidade banuiu a reprografia no campus. Em troca, as editoras associadas à ABPDEA fizeram uma doação de 1.200 livros a três bibliotecas da UFMG. Segundo a vice-diretora da Biblioteca Universitária da instituição, Anália Gandini, a última verba exclusiva para compra de livros recebida pelo governo foi em 1998. "A doação dos livros pela ABPDEA foi de grande representatividade. É necessário intensificar a conscientização dos estudantes e levar para as escolas de ensino básico e fundamental que a reprografia é extremamente ruim para a formação de todos", diz.

Num ponto ABPDEA e ABDR concordam: não existe uma cartilha milagrosa para combater a reprografia. O corpo docente e os alunos precisam ser convencidos de que o autor, o diagramador, o capista, enfim, todas as pessoas envolvidas na cadeia de produção de um livro estão sendo lesadas com a utilização do xerox. Além disso, é necessário um consenso no mercado editorial. Não é só a editora didática que perde com a cópia, perdem as demais editoras, perde a indústria do livro, perde o pesquisador,

perde o país. "Não podemos ter duas associações de combate à pirataria. Uma das minhas metas é encontrar um denominador comum, é unir forças com a ABDR desde que não se permita a cópia legalizada sem controle", diz Zingoni. "É preciso que haja um debate maior com a sociedade, no qual todo o mercado editorial participe", encerra Cortez.

REGISTRO ESPECIAL

Para registrar sua empresa você precisa de um contador. Profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. Além disso, ele é conhecedor da legislação tributária à qual está subordinada a nossa produção e comercialização.

Mas, na hora de escolher tal prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais qualificados, que tenha boa reputação no mercado e melhor que seja indicado por alguém que já tenha estabelecido com ele uma relação de trabalho.

Para legalizar a empresa é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições:

-Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar a sua copiadora para fazer a consulta de local;

-Registro no Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou Junta Comercial do Estado do Espírito Santo;

-Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);

-Registro na Prefeitura para obter o alvará de funcionamento;

-Registro no Sindicato 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".

-Corpo de Bombeiros Militar.

ENTIDADES

Central Fácil – Central de Atendimento Empresarial

É um sistema de atendimento que prevê a simplificação, racionalização e padronização dos processos formais de abertura de empresas.

Avenida Nossa Senhora da Penha, 1433, Santa Luzia. Vitória/ES

CEP: 29045-401 - Tel.: (27) 2127- 3000. E-mail: facil@es.sebrae.com.br

Horário de funcionamento: segunda a sexta: 12h às 17h30min.

Corpo de Bombeiros de Vitória Av. N. Sra. Dos Navegantes, s/n, Enseada do Suá – Vitória/ES Tel.: (27) 3137-4471

CDL - Câmara de Dirigentes Lojistas de Vitória. Av. Governador Bley, 155 – Centro. Vitória/ES CEP 29010-150. Telefax: (27) 3200-2180

CDL Vitória - <http://www.cdlvitoria.com.br>

CDL nacional - <http://www.cdl.com.br>

Procon Vitória - Casa do Cidadão João Luiz Barone - Av. Maruípe, nº. 2544, Itararé. Vitória/ES - CEP: 29.045-230 - Tel.: (27) 3382-5545

Procon Estadual – Av. Princesa Isabel, Ed. Março, Nº 599, 6º andar - Centro - CEP: 29010-361 – Vitória/ES – Tel.: 151 - <http://www.procon.es.gov.br>

Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas – Cartório Sarlo - Av. Nossa

Senhora da Penha, nº.549, Loja 01, Edf. Wilma. Santa Lúcia – Vitória/ES - CEP 29.056-250 - Tel: (27) 2124-9500 / 9501 - <http://www.cartoriosarlo.com.br>

Junta Comercial do Estado do Espírito Santo

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433 Praia do Canto -Vitória/ES - CEP: 29045-401 Tel.: (027) 3135-3146 - <https://www.jucees.es.gov.br>

Prefeitura de Vitória

SEDEC – DCOPP – Secretaria de Desenvolvimento Urbano - Rua Vitória Nunes da Mota, 220, CIAC, Ed. Ítalo Batan Regis, Enseada do Suá, Vitória/ES. CEP: 29010-331 Tel.: (27) 3135-1097 - <http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

Secretaria de Estado da Fazenda do Espírito Santo

Rua Duque de Caxias, 189, Centro, Vitória-ES. CEP: 29010-120. Tels.: (027) 3222-7119 / 6284. E-mail: webmaster@sefa.es.gov.br - <http://www.sefaz.es.gov.br>

Secretaria da Receita Federal

Rua Pietrângelo de Biase, nº. 56, Centro, Vitória/ES. Tel.: 3322-0711 e 146
<http://www.receita.fazenda.gov.br>

IPEM/ES - Instituto de Pesos e Medidas do Espírito Santo (antigo INMETRO) Av. Mal. Mascarenhas de Moraes, 1635, Ilha de Monte Belo – Vitória/ES CEP: 29053-245 Tel.: (27) 3381-6677 / 6679 Fax: (27) 3222-0352. <http://www.ipem.es.gov.br>

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas Av. Treze de Maio, 13 - 28º andar, Rio de Janeiro/RJ. CEP: 20003-900 Tel.: (21) 3974-2300 / Fax: (21) 3974-2346. E-mail: atendimento.rj@abnt.org.br - <http://www.abnt.org.br>

FORNECEDORES E FABRICANTES

O SEBRAE/ES se isenta de responsabilidades quanto à forma da atuação das empresas no mercado.

Software Gerenciador de Copiadora

Empresa: Centro de Produção Técnica de Viçosa – CPT
Telefone: 31-3899- 7600
Site: <http://www.cptsoftware.com.br>

Máquinas copiadoras

Brasif Copiadoras

Av. Ataulfo de Paiva, 1235, 6º andar, Leblon, Rio de Janeiro/RJ. CEP: 22440-034
Tel.: (21) 2197-4793 – 0800 707 7171 - <http://www.brasifcopiadoras.com.br>

Xerox do Brasil – Tel.: 0800- 99 1234 - <http://www.xerox.com>

Revendedor: Officetech Soluções e Tecnologia Ltda. Av. Paulino Muller, 910, Jucutuquara, Vitória/ES. Tel.: 3335-0000. <http://www.officetek.com.br>

Copy Business Rua São Caio nº 514 - São Paulo – SP. CEP: 03238-020 Tel.: (11) 4975-9272 E-mail: relacionamento@copybusiness.com.br
<http://www.copybusiness.com.br>

Gestetner

Tel.: 0800 88 74264
<http://www.gestetner.com.br/site/index.asp>
Revendedor no Espírito Santo: Centermaq Comercio Representações Ltda Rua Maria de

Lourdes Garcia, 329A - Ilha Sta Maria Vitória - ES CEP: 29051-250 Tel.: (27) 3322-1444 / Fax: (27) 3322-1444 E-mail: cetermaq@centermaq.com.br
<http://www.centermaq.com.br>

Canon - <http://www.canon.com.br>.

Revendedor: Nova Digicopy – Rua Pedro Carlos de Souza, 402, Ilha de Santa Maria. Vitória/ES. CEP: 29051-050. Tel.: (27) 3223-6299. E-mail: comercial@novadigicopy.com.br - <http://www.novadigicopy.com.br>

Papéis

Parco Papelaria

Av. Carlos Lindemberg, 3150 – B. N. Sra. Penha – Vila Velha /ES. CEP 29108-330 Tel.: (27) 3399-5252 / FAX: (27) 3399-5272 <http://www.cacula.com>

Atacadão São Paulo Av. Vitória, 2703, Horto, Vitória/ES. Tel.: (27) 2121-5060. E-mail: atacado@atacadosaopaulo.com.br - <http://www.atacadosaopaulo.com.br>

Cesconetto Atacado Rod. Br 101, S/N Km 265,96 - Carapina - Serra / ES. Tel.: (27) 2104-2104 - <http://www.cesconetto.com.br>

Uniformes Profissionais

AVIP – Indústria e Comércio Ltda.

Rua São Mateus, 38 - Vila Lenira. Colatina/ES. CEP: 29702-570. Tel.: (27) 3721-0630. E-mail: comercial@avipuniformes.com.br - <http://www.avipuniformes.com.br>

Alfa Têxtil Brasil

Rua José Ramos de Oliveira, 151, Vila Velha/ES. Tel.: (27) 3319-0777
<http://www.alfatextil.com.br/empresa.html>

Uniforme Indústria Com. Roupas Ltda.

Rua Três Irmãos, 101, Vila Velha/ES
 Tel.: (27) 3326-6344. Fax: (27) 3359-1061 E-mail: sobrinho@uniformesonline.com.br
<http://www.uniformesonline.com.br>

Dannyr Uniformes Profissionais

Rua São Marcos, 230, Santa Inês, Vila Velha/ES. Tel.: (27) 3229-9255

Móveis e Equipamentos de Escritório

Disk Móveis - Av. João dos Santos Filho, 165, Ilha de Santa Maria, Vitória/ES CEP: 29051-145 Tel.: (27) 2124-5800 - <http://www.diskmoveis.com.br>

Telemóveis - Av. Alberto Torres, 99, Ilha de Santa Maria Vitória/ES CEP: 29040-700 Tel.: (27) 3200-2350 / 3323-1892

Vitomaq - Av. Vitória, 1160, Forte São João, Vitória/ES CEP: 29040-330 Tel.: (27) 3222-8233 <http://www.vitomaq.com.br> - vitomaq@vitomaq.com.br

HiTech Computadores – Tel.: 2125-6767 – www.hicompras.com.br

Di Margon Informática - Av. Rosendo Serapião de Souza Filho, 595, lj. 3, Mata da Praia Shopping. Vitória/ES. Tel.: (27) 3382-5333 Site: <http://www.dimargon.com.br>

Inforvix Comércio e Manutenção - Rua Taciano Abaurre, 225, cj. 601/602/603, Ed. Centro Empresarial da Praia, Sala 603, Enseada do Suá -Vitória/ES CEP: 29.050-470
Tele Fax: (27) 3038-3510 <http://www.inforvix.com.br>

BIBLIOGRAFIA

- COPIADORA. São Paulo: SEBRAE/SP,1996. 33p. (Guia prático como montar).
- PEGN, Vol. 15 – nº. 170. Copiadora. 01/03/2003
- Cláudia Roman Ramires/Elaine. Imprimindo Lucro. Revista Meu Próprio Negócio, 01/12/2003.
- Vinícius Neder. Serviços gráficos retomam espaço, 01/03/2004.
- The Economist destaca novo papel do Brasil na economia mundial. Disponível em: http://www.expoprint.com.br/br/ver_noticia.php?not_id=889 . Acesso em: 13 abr. 2010.

Oportunidades de negócios é um material meramente informativo acerca dos empreendimentos existentes no segmento correspondente ao seu título. Os dados apresentados são extraídos de publicações técnicas e, em linhas gerais, não têm a pretensão de ser um guia para a implementação dos respectivos negócios. É destinada apenas à apresentação de um panorama da atividade ao futuro empresário, que poderá enriquecer suas idéias com as informações apresentadas, mas carecerá de um estudo mais detalhado e específico para a implementação do seu empreendimento

ÁREA RESPONSÁVEL:

UAD – Unidade de Atendimento e Desenvolvimento - SEBRAE/ES
Data de atualização: abril de 2010