

FÁBRICA DE SABÃO EM PÓ

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia: secundário
Ramo de Atividade: indústria
Tipo de Negócio: fabricação de sabão em pó
Produtos Ofertados/Produzidos: sabão em pó
Investimento inicial: R\$ 50 mil
Área Mínima: 100 m²

APRESENTAÇÃO

Embora à primeira vista pareça muito simples, a fabricação de sabão em pó requer bastante prática, uma vez que exige certos conhecimentos técnicos. Em geral, progridem nessa atividade aqueles que através dos anos vêm se inteirando de tudo quanto a ela se refere.

Ao fabricante que se inicia no ramo recomenda-se aprender a teoria, realizar contatos com empresários do setor e contar com a colaboração de alguém que conheça bem o aspecto produtivo.

Um bom sabão depende da qualidade das matérias-primas utilizadas, do adequado balanceamento de seus componentes químicos e preservação das condições ideais de produção.

MERCADO

O mercado brasileiro de sabão em pó movimenta, anualmente, cerca de R\$ 1,5 bilhão. E o potencial de crescimento é expressivo. Para se ter uma idéia, o consumo per capita anual no país é uma média de 3,65 kg, enquanto a média da América Latina é de 4,26. Nos Estados Unidos, cada consumidor utiliza, por ano, uma média de 5,47 kg de sabão em pó. Na Europa, esse índice chega a 8,4 kg.

A principal marca do País, a Omo, representa mais da metade do mercado, em volume. Omo foi o primeiro sabão em pó lançado no Brasil em 1957. Em seus 40 anos de existência, o produto estabeleceu uma liderança sólida. Sua imagem junto às consumidoras está de tal forma consolidada que gera uma fidelidade à marca incomum em qualquer categoria de produtos.

Portanto, se deseja entrar nesse mercado, uma boa sugestão na definição do rumo que seu empreendimento vai tomar é encontrar um nicho. Uma dica é começar fornecendo para pequenas lavanderias, salões de beleza e condomínios. Empresas que não têm nos grandes supermercados seus principais compradores, também registram crescimento no mercado, apesar de mais modestos.

Uma estratégia adotada pelos fabricantes mais experientes visando à entrada nas prateleiras é primeiro consolidar o produto no pequeno varejo, onde é mais fácil obter espaço, para só depois partir para as grandes redes varejistas. Na maioria das vezes, a dificuldade em entrar no grande varejo é que o canal admite, normalmente, marcas

tradicionais ou produtos que tenham o chamado primeiro preço, ou seja, o valor mais baixo da gôndola.

São diferenciais adotados por empresários do ramo:

- Fornecer marcas próprias para as maiores empresas do setor varejista e supermercados.
- Realizar vendas a granel, com preços mais baixos.

LOCALIZAÇÃO

A escolha do local e do espaço físico necessário para instalar a fábrica de sabão é uma decisão muito importante para o sucesso do empreendimento. O local deve oferecer infra-estrutura adequada e condições que propiciem o seu desenvolvimento.

Dessa forma, ao definir o local para sua instalação, observe a disponibilidade das matérias-primas básicas (gordura de origem animal e/ou vegetal), de água, de mercado local para o produto e os aspectos relacionados à disposição dos rejeitos, por ser a indústria considerada poluente.

Além disso, as atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado local. A consulta de local junto à Prefeitura é o primeiro passo para avaliar a implantação de sua fábrica de sabão em pó.

Na Prefeitura de Vitória o PDU é fornecido a partir de consulta no site <http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>.

ESTRUTURA

A estrutura básica deve contar com uma área mínima de 100M², que será distribuída entre o escritório, galpão de produção para a instalação de máquinas, equipamentos, estoques de matéria-prima e de produtos acabados e almoxarifado.

As posições e distribuição das máquinas e equipamentos, balcões de atendimento, depósitos, entre outros é importante para a integração das atividades a serem executadas. Para alcançar satisfatoriamente a produção desejada, você deverá considerar o layout interno (ambiente, decoração, facilidade de movimentação, luminosidade, entre outros) e o externo (vitruinas, fachada, letreiros, entrada e saída, estacionamento, entre outros) da sua empresa.

EQUIPAMENTOS

Os equipamentos implementados dependerão substancialmente a estrutura que vai ser montada. Vai variar de acordo com o processo e mecanismo de trabalho adotado. Um projeto básico certamente contará com: tanques de ferro ou aço, misturadores, sistema de aquecimento ou fogão industrial, máquina secadora, moinho, balança, medidores de pH, funis, provetas, béqueres, agitadores e embalagens.

Há ainda móveis e equipamentos para o escritório, como telefone, fax e computador, e um veículo utilitário.

INVESTIMENTOS

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento e do quantitativo de que dispõe o investidor. Considerando uma fábrica de pequeno porte, montada numa área de 100m², será necessário um investimento de R\$ 50 mil, aproximadamente.

Investindo em AUTOMAÇÃO

Uma tendência cada vez mais presente nas empresas que buscam o sucesso é automatizar as diversas atividades desenvolvidas. A automação melhora o dinamismo dos serviços oferecidos, reduzindo filas, tempo de espera, agilizando a emissão de notas fiscais, entre outros. Existem muitas opções que possibilitam essa facilidade: caixas eletrônicas isoladas ou integradas, impressoras para preenchimento automático de cheques, impressoras de notas fiscais nos caixas, código de barras nos produtos, banco de dados sobre cada produto ou serviço e cadastro de clientes. Investigue de que forma a adoção de um equipamento dessa natureza pode ser capaz de incrementar seus lucros.

PESSOAL

Na hora de selecionar as pessoas que irão trabalhar na sua empresa, você deve levar em consideração as habilidades específicas exigidas para cada tipo de atividade que desenvolverão. Na linha de produção, por exemplo, é fundamental que empregue mão-de-obra qualificada que, na maioria dos casos, não se encontra pronta no mercado, tendo assim que formá-la usando as diversas opções de treinamento.

A mão-de-obra requerida para uma fábrica de sabão é facilmente treinável, com exceção do encarregado de produção, que deverá possuir experiência anterior e conhecimento químico, além do domínio das fórmulas e de informações técnicas.

Já na área de vendas, saber ouvir, ter boa vontade, ser persistente e flexibilidade, são mais relevantes. Mas existem características que são comuns a profissionais de todas as áreas: pessoas felizes com a vida, criativas, ágeis, prestativas e que tenham iniciativa. Essas características podem ser desenvolvidas através de treinamentos periódicos, lembrando que não só os funcionários e gerentes devem ser treinados, mas também, o dono do empreendimento deve sempre se atualizar para se manter competitivo no mercado.

PROCESSOS PRODUTIVOS

Com o nome de sabão em pó, compreendem-se todos os pós à base de sabão que contêm uma mistura dos ingredientes: ácidos graxos, soda cáustica, silicato de soda, água.

São vários os processos utilizados na fabricação de sabão em pó. O processamento básico é o seguinte:

Matéria-prima:

- Sebo derretido: 3500 gramas
- Óleo de Soja: 700 gramas
- Breu em pó: 150 gramas
- Soda 99%: 750 gramas
- Água: 7 litros
- Silicato de sódio alcalino: 1200 gramas
- Caolim branco: 700 gramas
- anilina azul
- 40 gramas de essência

Modo de Fazer:

1. Leve ao fogo, em uma lata de 19 litros a mistura: sebo, óleo, breu , soda e 5 litros de água, mexendo de vez em quando.
2. Prepare em outra lata, fora do fogo, a mistura de silicato nos 2 litros de água e, depois, acrescente o caulim nesta mistura. Misture bem.
3. Após ter derretido a primeira mistura, retira-a do fogo e adicione a segunda mistura, mexendo devagar até a massa engrossar.
4. A segunda mistura deve ser bem mexida antes de ser despejada na primeira mistura.
5. Para colorir o sabão, use a anilina azul no produto final.
6. Para perfumar o sabão, junte 40 gramas de essência.
7. Deixe o sabão secar por pelo menos um dia.
8. Corte o sabão em fatias bem finas e coloque-as ao sol para secarem.
9. Quando as tiras de sabão estiverem secas, leve-as ao moinho próprio para sabão para serem reduzidas a pó.

Sendo pequena quantidade pode usar uma peneira no lugar do moinho.

Geralmente o pó do sabão depois de preparado é logo acondicionado em pacotes. Não se deve deixar amontoar o pó de sabão por muito tempo para evitar que se aglomere devido a pressão de camadas muito alta.

Para embalar o sabão em pó, uma sugestão é usar saquinhos plásticos com capacidade de 1 kg, enchendo-os só com meio quilo cada um, utilizando fecho de metal ou máquina própria.

O moinho é de martelo com motor de 2 HP (cavalo vapor) e rotação de 1400 a 1700 RPM (rotação por minuto), usando-se grade própria para a granulação (grossura do Pó desejada).

Para secarem as tiras de sabão em grande quantidade usa-se máquina de secadora.

SABÕES EM PÓ E EM CAMADA

Fabrica-se muitas vezes o sabão de toucador, em pó, socando-se em um almofariz raspas de sabão, as quais devem ser reduzidas á pó e depois passadas por uma peneira bem fina.

O peneiramento pode ser manual, mas nas grandes indústrias é feito mecanicamente.

Para o preparo do sabão em pó, são utilizadas barras de sabão branco depurado de banha ou sebo, reduzidas a fatias bem delgadas. Essas fatias são estendidas em folhas de papel branco e levadas a secar ao sol ou ao forno. Quando a massa estiver bem seca, soca-se em almofariz e depois peneira-se.

Para aromatizar, são adicionadas quaisquer essências antes de se reduzir a pó. O pó de sabão é excelente para a barba, mãos e banho; no entanto, como é higrófilo, deve ser encerrado em vasos muito bem arrolhados.

- Pó de Sabão Windson – Toma-se o sabão de Windson, mais branco possível e seco, soca-se e passa-se em peneira fina; em seguida derreta-o em banho–Maria, despejando-o em uma caixa; quando estiver frio, corta-o em pequenas fatias. As fatias passam pelo processo de secarem, são novamente socadas e peneiradas.
- Pó de Sabão Untuoso - Corta-se o sabão em fatias delgadas para que seque. Em seguida, soca-o e peneira-o. Este sabão espuma com muita rapidez.

SABÃO EM ESCAMAS

Formula 1:

Sebo - 50 partes (peso)

Óleo de algodão - 5 partes (peso)

Óleo de coco - 5 partes (peso)

Solução de soda cáustica a 35°Bé - 35 partes (peso)

Solução de potassa cáustica a 35°Bé - 4 partes (peso)

Silicato de sódio - 30 partes (peso)

Formula 2:

Sebo - 62 partes (peso)

Óleo de coco - 4 partes (peso)

Solução de soda cáustica a 28°Bé - 70 partes (peso)

Silicato de sódio - 7 partes (peso)

Fundem-se as graxas na caldeira, põe-se em marcha o agitador e adiciona-se ao mesmo tempo a lixívia de soda cáustica e o silicato de sódio, continuando com a operação até que a superfície do sabão apareça lustrosa e lisa quando, então, deve ser tirado da caldeira com uma espátula. Depois de seco, corta-se em barras e reduz-se a escamas em máquina apropriada.

COMEÇANDO

Uma fábrica de sabão em pó é um empreendimento é relativamente simples, considerando o seu processo de produção, aliados aos níveis de investimento (que não são muito elevados) e à mão-de-obra, que não exige qualificação especial.

Porém, uma vez colocado em funcionamento, estabelece-se um novo desafio: a sua gestão competitiva, capaz de oferecer ao mercado os melhores produtos e serviços e assegurar o retorno do capital investido. Gerenciar o negócio significa colocar à prova o talento, o conhecimento e a experiência do empreendedor.

Administrar é o processo de organizar o que foi planejado, assegurando a liderança e o controle na execução do trabalho de todos que fazem parte direta ou indiretamente da empresa. É usar os recursos administrativos disponíveis com vistas a alcançar os objetivos estabelecidos.

E é aqui que entra a importância da busca contínua de informações. Estas podem ser adquiridas através da leitura, vídeos técnicos e administrativos, em feiras, palestras, treinamentos, e outros eventos. O próprio SEBRAE oferece muitos cursos de aperfeiçoamento: Administração Básica para Pequenas Empresas, Técnicas para Negociações, Lucratividade – Crescer, Sobreviver ou Morrer, Análise e Planejamento Financeiro, Controles Financeiros, Desenvolvimento das Habilidades Gerenciais, Gestão de Pessoas, entre outros.

CLIENTES

Para ganhar projeção no mercado você deve lançar um olhar crítico sobre seu futuro negócio, analisá-lo do ponto de vista do consumidor e a partir daí definir a clientela que pretende conquistar. Você pode começar identificando segmentos específicos e levantar informações como renda, idade, classe social, nível de instrução, etc., para traçar o perfil dos futuros consumidores do produto que sua empresa venderá.

Por se tratar de um produto de consumo popular e de primeira necessidade, os clientes de uma fábrica de sabão podem ser facilmente encontrados em residências, hospitais, colégios, empresas públicas e privadas, lavanderias e outros, sendo os principais canais de distribuição os supermercados, mercearias e atacadistas de materiais de limpeza.

Você deve, ainda, manter sempre atualizado um cadastro de clientes.

DIVULGAÇÃO

O ditado popular diz que "a propaganda é a alma do negócio", mas a gente pode continuar dizendo que os "músculos" também são importantes. Assim, entendemos que dotar os clientes internos (funcionários, os "músculos" do negócio) de informações sobre os produtos oferecidos é a chave para vendê-los ao cliente externo.

Voltando à "alma do negócio", concluímos que para atingir o consumidor e garantir as vendas, você deve planejar o seu marketing. E como fazer isso? A primeira sugestão é fazer uma análise da sua realidade: identifique quais são os custos de seus serviços, adapte-os e busque a otimização de sua alocação. Mantenha seus consumidores motivados, partindo para uma revisão da sua estrutura de comercialização, avaliando paralelamente, se essa estrutura atinge seu mercado-alvo com sucesso. Lembre-se de

que o marketing deve ser contínuo e sistêmico.

Considere ainda, que num plano de marketing é importante o conhecimento de elementos como preço, produto (serviço), ponto (localização) e promoção. Avaliar as preferências e necessidades de seus clientes em relação às funções, finanças, facilidade, "feeling" (sensibilidade) e futuro.

DIVERSIFICAÇÃO

Para alcançar o sucesso neste mercado é importante oferecer diferenciais. Procurar novas formas de apresentar os produtos tornando-os mais atrativos que os do concorrente. Pode-se também incrementar as vendas, usando os meios de comunicação disponíveis no mercado. Uma boa forma de diversificar seu leque de atuação é agregando valor ao produto principal.

Podemos citar como exemplo o caso do Friboi, o maior frigorífico de bovinos do país. A companhia, que estreou no setor há mais de 20 anos com um modesto sabão em pedra apenas para aproveitar o sebo do boi, agora acelera o projeto estendendo a linha de produtos com o lançamento de sabonetes para banho.

LEMBRETES

Dicas de segurança:

É de fundamental importância para quem trabalha com produtos químicos obedecer às regras mínimas de segurança. Lembre-se que você irá trabalhar com produtos ácidos e básicos que oferecem grande risco para a pele, os olhos, os pulmões, etc.

A seguir, relacionamos algumas medidas que deverão ser tomadas no momento de fabricação:

- Trabalhe sempre com botas de borracha. Este material permite uma maior proteção dos pés contra umidade e substâncias ácidas, além de diminuir o risco de escorregões;
- Mantenha sempre limpo o piso onde serão fabricados os produtos;
- Quando for necessário colocar as mãos em algum produto, use luvas de proteção. E quando for manipular caldeirões ou tambores quentes, use luvas de amianto;
- Quando montar a sua área de produção, evite usar materiais de segunda categoria, principalmente para as tubulações de água e gás. A economia de hoje pode ser a sua despesa maior ou o acidente de amanhã;
- Uma das matérias-primas mais utilizada pelo fabricante de produtos de limpeza é o ácido sulfônico. Esta substância, quando dissolvida na água, libera um gás irritante para os pulmões. Evite sempre a inalação deste gás. Se for necessário use máscara de segurança;
- A mesma recomendação anterior se aplica quando você for manipular o amoníaco, o formol e o cloro;
- Quando for preparar um produto, separe com antecedência todas as matérias-primas que serão utilizadas. Quanto menos você se locomover na área de produção durante o processo, melhor. Tenha tudo à mão na hora de preparar o produto;

- Procure sempre utilizar uma roupa de proteção adequada para evitar o contato com matérias-primas com a sua roupa e, principalmente com a sua pele;
- Sempre que você derramar alguma matéria-prima, lave o local imediatamente com bastante água. Isto evitará um risco maior de acidentes;
- Evite deixar o sistema de aquecimento (fogão, por exemplo), ligado quando não utilizado;
- Mantenha sempre cestos de lixo nas dependências próximas e no local de manipulação dos produtos. Um ambiente limpo é um local agradável de trabalho. Não jogue materiais sólidos nas pias e ralos;
- Mantenha sempre que possível um sistema de exaustão para eliminar materiais voláteis;
- Sempre que ocorrer algum acidente com você ou algum funcionário, procure imediatamente socorro médico. Independente disso, procure ter sempre à mão materiais de primeiros socorros.

NOTÍCIAS

Fique sempre atento aos noticiários, programas de televisão, revistas específicas, jornais (cadernos especiais), etc., pois estes são meios de manter-se atualizado quanto às novidades da sua área de atuação.

Revista da Indústria

Av. Paulista 1313, 4º. Andar

São Paulo/SP

CEP: 01311-923

Tel.: 3549-4222

<http://www.fiesp.com.br/revista>

Diário de São Paulo, 08/12/2005.

Cresce a venda de produtos de limpeza clandestinos em SP

SÃO PAULO - Um dado tem preocupado os fabricantes de produtos de limpeza e as autoridades de saúde: metade da água sanitária (popularmente conhecida como cândida) vendida na capital é clandestina. Em 2001, as vendas deste produto de limpeza pirata somavam 42% do mercado. A Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Limpeza e Afins (Abipla) calcula que o prejuízo do setor já chega a R\$ 590 milhões por ano por causa da informalidade.

Dados da Latin Panel mostram que o comércio ambulante de produtos de limpeza dobrou nos últimos cinco anos. Em 1999, as vendas porta a porta respondiam por 13% do volume total na Grande São Paulo. Este percentual subiu para 26%, no ano passado. No mesmo período, as vendas no varejo caíram de 78% em 1999 para 65% no ano passado.

Os fabricantes reconhecem que os preços dos produtos ilegais-vendidos de porta em porta ou em pequenas lojas na periferia da cidade em garrafas de vidro ou de plástico sem identificação-têm um forte apelo para o consumidor, que chega a economizar mais de 50% na compra. O preço do litro da água sanitária custa, em média, R\$ 0,75, enquanto o produto clandestino sai por R\$ 0,31-uma economia de 58,6% para a dona-de-casa.

- O consumidor compra o produto clandestino por causa do preço, mas a pirataria oferece um risco enorme à saúde da população, pois os produtos não trazem informações sobre as substâncias utilizadas na sua composição - diz a diretora-executiva da Abipla, Maria Eugênia Saldanha.

Ela afirma que não há previsão de redução de preços dos produtos de limpeza a médio prazo, pois "o custo da matéria-prima e a carga tributária da indústria são bastante elevados".

A cabeleireira Consolação Aparecida Rosa, que tem um salão de beleza em Perdizes, na zona oeste da capital, acredita que gastaria mais do que o dobro se comprasse a água sanitária nos supermercados.

- Tenho de ir atrás do mais barato. Uso muita água sanitária por causa das toalhas brancas do salão - explica.

Calcula-se que, por conta da informalidade, o governo deixe de arrecadar cerca de R\$ 560 milhões em impostos por ano.

Além da água sanitária, os desinfetantes, amaciantes, detergentes e sabão em pó estão entre os produtos de limpeza mais copiados. Os desinfetantes ocupam a segunda posição do ranking, com 30,6%, seguidos pelos amaciantes de roupa, com 15,2%. Já os detergentes líquidos clandestinos representam 7,7% do mercado.

Os produtos piratas vendidos de porta em porta ou em lojas de fundo de quintal são responsáveis por mais de 40% dos casos de intoxicação atendidos em hospitais.

- Os produtos de limpeza clandestinos não têm controle de qualidade de fabricação e contêm substâncias contaminantes, por isso evidentemente eles são responsáveis pela maioria das intoxicações. Os casos mais comuns são com crianças, que ingerem o líquido pensando tratar-se de água ou refrigerante - esclarece o diretor do Centro de Assistência Toxicológica do Hospital das Clínicas, Anthony Wong.

As vigilâncias sanitárias estaduais e municipais são os órgãos responsáveis por fiscalizar a fabricação e venda de produtos de limpeza clandestinos.

Além de ser uma infração sanitária, pela lei federal nº 8.072, vender produtos que não tenham registros no Ministério da Saúde é considerado crime hediondo. A multa para quem for flagrado fabricando produtos de limpeza clandestinos varia de R\$ 2 mil a R\$ 1,5 milhão. Já quem vender esse tipo de produto, pode pagar multa de R\$ 500 a R\$ 500 mil. O telefone da Vigilância Sanitária Municipal para registrar uma denúncia é (11) 3350-6624.

Diário do Comércio & Indústria, 25/06/2003.

Mercado de sabão em pó movimentou R\$ 1,8 bilhão. Diário do Comércio & Indústria.

Fazer detergente em pó para marcas próprias de grandes supermercados e atacadistas transformou uma pequena empresa de Itajaí, no interior de Santa Catarina, em uma grande indústria do setor de materiais de limpeza. Com menos de cinco anos no mercado, a Quimivale produz atualmente seis mil toneladas de detergente em pó por

mês e no final deste ano deve triplicar sua produção em relação ao mesmo período do ano passado, segundo previsão do presidente da empresa, Joine Victorino. O resultado repete o aumento da produção de 2002 sobre 2001. A perspectiva de Victorino é de que, a partir de agosto, sua empresa fabrique 12 mil toneladas de detergente em pó por mês.

No índice geral do mercado, o aumento da produção dos fabricantes de detergentes em pó brasileiros foi de 5,3%, no ano passado, segundo pesquisa da ACNielsen .

O diferencial da Quimivale é fornecer marcas próprias para supermercados, segundo Victorino. "Desde de que começamos a vender para grandes supermercados crescemos muito", diz. Atualmente a Quimivale fornece marcas próprias de detergente em pó para as maiores empresas do setor varejista, como Pão de Açúcar , Wall Mart e Carrefour .

Outras empresas menores também registram crescimento no mercado, apesar de mais modestos. Não têm, no entanto, nos grandes supermercados seus principais compradores. A paranaense Blue Chemical , pequena fabricante sediada em São José dos Pinhais, região metropolitana de Curitiba, registra aumento de 2,5% na procura por seus produtos e já tem 1,5% do mercado nacional. Mesmo assim não consegue vender para as grandes redes de varejo do País, segundo o gerente de marketing da empresa, Alexandre Neves. "Nós preferimos vender para pequenos e médios supermercados, pois temos mais segurança e melhores negociações", diz. A Blue Chemical pretende dobrar sua participação no mercado nacional de detergente em pó. E também acredita que possa avançar sobre o mercado de **sabão** em pedra, devido ao baixo preço do detergente em pó.

Atualmente o brasileiro consome 4,27 quilos per capita do produto por ano.

Valor agregado

O estudo realizado pela ACNielsen sobre o setor de materiais de limpeza mostrou que o crescimento do faturamento das fabricantes de detergente em pó foi maior do que o crescimento da produção em 2002. O instituto de pesquisa registrou que as empresas tiveram, em média, 5,3% de aumento no volume da produção, enquanto no valor o crescimento foi de 22,66%, em 2002.

Segundo Estanislau do Amaral, presidente da Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Limpeza e Afins (Abipla) , esses aumentos justificam-se principalmente pelo grau de inovação de produtos apresentados no ano passado e pelos novos valores agregados incorporados.

Os fabricantes concordam com a justificativa do presidente da Abipla. A Blue Chemical declarou estar investindo neste ano R\$ 450 mil em aperfeiçoamento dos produtos. Já a Quimivale está investindo de um ano e meio para cá cerca de R\$ 7 milhões.

Líder

O detergente em pó Omo continua sendo o líder absoluto do setor. Segundo dados da Unilever , empresa fabricante do produto, o Omo tem penetração de 75% no mercado e está presente em 24 milhões de domicílios.

A Unilever divulgou esta semana que reduziu sua perspectiva de vendas em todo o

mundo para o segundo semestre. A companhia divulgou também que irá, em um ano, eliminar 1.200 marcas e 33 mil postos de trabalho.

CURSOS E TREINAMENTOS

Os cursos de empreendedorismo dão base para estruturar o seu plano de negócios, planejar a empresa e desenvolver características próprias e indispensáveis a empreendedores.

Iniciando um Pequeno Grande Negócio

Carga horária: 30h

Empretec

Carga horária: 72h

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935

Ed. Sebrae – Centro

Vitória/ES

CEP: 29010-003

Tel.: 3331-5500

Administração Básica para Pequenas Empresas

Carga horária: 20h

O Administração Básica para Pequenas Empresas tem o objetivo de levar aos empresários informações sobre as principais áreas da administração de uma pequena empresa. 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.: 3331-5500

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>

HIGIEXPO

Feira de Produtos e Serviços para Higiene, Limpeza e Conservação Ambiental

Período: 24 a 26 de Agosto de 2005

ITM Expo

Av. Eng. Roberto Zuccoloto, 555 -Vila Leopoldina

www.abralimp.org.br

LEGI SLAÇÃO ESPECÍFICA

Recomenda-se fazer uma consulta ao PROCON para adequar seus produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº. 8.078/90).

É interessante, também, fazer uma consulta à “CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA”, que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES.

Esta atividade exige o conhecimento de algumas leis:

Nível Federal:

Lei nº 5.991/73. Dispõe sobre o controle sanitário do comércio de produtos de limpeza e higiene – Regulamentada pelo Decreto nº 74.170/1974, alterada pelo Decreto nº 94.053/1987, Decreto nº 793/93 e Lei nº 5.348/2005.

Lei nº 6.360/76. Dispõe sobre a vigilância a que ficam sujeitos os produtos de limpeza e higiene – alterada pela Lei nº 6.480/1977, Lei nº 9.787/99, Lei nº 9.782/1999, Lei 10.669/2005, Lei nº 10.742/2003 e Medida Provisória nº 2.190-34/2001.

Decreto nº 793/93. Altera os Decretos nº 74.710/74 e nº 79.094/77, que regulamentavam as respectivas leis, e da outras providências.

Lei nº 9.782/99. Cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, órgão fiscalizador.

A nível estadual, a fiscalização cabe a Secretaria Estadual de Saúde, conforme o Código Estadual de Saúde – Regulamentada pelo Decreto nº 3.029/1999, alterada pela Lei nº 8.080/1990, Lei nº 9.986/2000, Lei nº 10.871/2004 e Medida Provisória nº 2.190-34/2001.

Lei nº 2.590/71, regulamentada pelo Decreto nº 1277-N/79. Dispõe sobre a atividade e discrimina algumas providências, tais como:

- Aprovação da autoridade sanitária;
- Responsável técnico habilitado;
- Registro no Ministério da Saúde.

Revogada pela Lei nº 6.066/1999.

Lei nº 8.072/90. Lei vigente sobre crimes considerados hediondos (como vender produtos que não tenham registros no Ministério da Saúde) – alterada pela Lei nº 8.930/1994 e Lei nº 9.965/1998.

Nível Estadual:

- **PORTARIA 278 R.** Dispõe sobre a documentação necessária para o licenciamento de Indústrias de Medicamentos, Cosméticos, Perfumes, Produtos de Higiene, Correlatos e Saneantes Domissanitários.

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:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal;
- Registro na Secretaria de Estado da Fazenda;
- Registro na Prefeitura do Município;
- Registro no INSS;
- 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);
- Registro na Prefeitura para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema "Conectividade Social - INSS";
- Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar a sua fábrica de sabão em pó para fazer a consulta de local e efetuar a inscrição municipal para obter o alvará de funcionamento.

Após o registro normal da empresa, o empresário do setor de produtos de limpeza deve preocupar-se com o registro da marca no INPI. Além disso, deverão obter o registro junto à Divisão de Produtos Domissanitários do Ministério da Saúde (DIPROD), além de ter químico responsável com registro no CRQ – Conselho Regional de Química. A empresa precisa ainda da autorização da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) para funcionar.

LINKS INTERESSANTES

INDI – Instituto de Desenvolvimento Industrial de Minas Gerais. **Perfis industriais: sabão.** Disponível em: <http://www.indi.mg.gov.br/publicacoes/Sabao.pdf> Acesso em 07 de março de 2005.

ENTIDADES

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433. Praia do Canto - Vitória/ES.

CEP 29045-401

Tel.: (027) 3135-3167

<http://www.jucerja.rj.gov.br> - Site do Estado do Rio de Janeiro.

PREFEITURA DE VITÓRIA

SEMUS - Sec. Municipal de Saúde – Vigilância Sanitária do Município de Vitória.

Av. Mal. Mascarenhas de Moraes, 1185

Forte São João – Vitória/ES.

CEP 29010-331

Tel.: (0xx27) 3132-5047 / 3132-5044 / 3132-5045

<http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

SECRETARIA DE ESTADO DA FAZENDA DO ESPÍRITO SANTO

Rua Duque de Caxias, no. 105. Centro – Vitória/ES.

CEP 29010-000

Tels.: (027) 3380-3771
FAX: (027) 3380-3772
E-mail: crrvitoria@sefa.es.gov.br
<http://www.sefaz.es.gov.br>

PREFEITURA DE VITÓRIA

SEMUS - Secretaria Municipal de Saúde – Vigilância Sanitária do Município de Vitória.
Av. Mal. Mascarenhas de Moraes, 1185
Forte São João – Vitória/ES
CEP 29010-331
Tel.: (0xx27) 3132-5047 / 3132-5044 / 3132-5045
<http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

ABIPLA – Associação Brasileira da Indústria de Produtos de Limpeza e Afins

Avenida Brigadeiro Faria Lima, 1903 - 11o.Andar - Conjunto 111. São Paulo/SP.
CEP 01452-001
Tel.: (011) 3816-3405 / 3816-2762
Fax: (011) 3031-6578
<http://www.abipla.org.br/>

CFQ – Conselho Federal de Química

Setor de Autarquia Sul - SAUS - Quadra 05 - Bloco I – Brasília/DF.
CEP 70070-050
Tel.: (061) 3224-0202 / 3224-5316 / 3224-0493
Fax: (061) 3224-3277
<http://www.cfq.org.br/>

CRQ – Conselho Regional de Química 3º Região (RJ/ES)

R. Alcindo Guanabara, 24 - 13º andar - Centro - Rio de Janeiro/RJ.
CEP 20031-138
Tel.: (21) 2524 2236
<http://www.crq3.org.br/>

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

SEPN 515, Bloco B - Edifício Ômega – Brasília/DF
CEP 70770-502
Tel.: (61) 3448-1000
<http://www.anvisa.gov.br/>

FORNECEDORES E FABRICANTES

CLARIANT S/A

Av. Das Nações, 180001 – Santo Amaro. São Paulo/SP.
CEP 04795-100
Tel.: 55 (11) 5683 7233
Fax: 55 (11) 5642 1654
www.clariant.com.br

COPEBRAS LTDA

Av. Paulista, 2300, cj. 94 - 9º andar - Bela Vista
São Paulo/SP.

CEP 01310-300
Tel.: 55 (11)3123-4200
Fax: 55 (11) 3123-4210
www.copebras.com.br

DETEN QUIMICA S/A

Rua Hidrogênio, 1744 – Complexo - Petroquímico de Camaçari (COPEC)
Camaçari – Bahia/ BA
CEP 42810-000
Tel.: 55 (71) 3634-3000
Fax: 55 (71) 3632 2324
www.deten.com.br

OXITENO S/A IND COM

Av. Brig Luiz Antonio. 1343 10o.andar
São Paulo/SP
CEP 01317-910
Tel.: (11) 3177-6990/ 6408
Fax: (11) 283-1116
www.oxiteno.com.br

CARBOCLORO S/A INDÚSTRIAS QUÍMICAS

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1830/4º andar/Torre III. Itaim Bibi/SP.
CEP 04543-900
Tel.: (11) 3704-4200
Fax: 3078-9725
e-mail: vendas@carbocloro.com.br
Produto: Fornecedor de soda cáustica
<http://www.carbocloro.com.br/>

CARTONAGEM FLOR DE MAIO S/A

R. Protocolo, 456 – S. João Climaco/SP.
CEP 04254-030
Tel.: (11) 6948-8200
Fax: (11) 6948-8258
Produto: Fornecedor de embalagem
e-mail: flordemaio@flordemaio.com.br

EMBAGRAF EMBALAGEM GRÁFICA E EDITORA LTDA

R. Sta. Amélia 1 Vila Paraíso. Guarulhos/SP.
CEP 07242-130
Tel.: (11) 6484-6736
Fax: (11) 6484-8804
Produto: Fornecedor de embalagem
E-mail: embagraf@sti.com.br
<http://www.embagraf.com.br/>

MINERALMAQ MÁQUINAS PARA MINERAÇÃO, METALURGIA E QUÍMICA LTDA

R. Dom Pedrito, 100/Parq. Ind. Cumbica. Guarulhos/SP.
CEP 07223-060
Tel.: (11) 6412-3205
Produtos: Fornecedor de equipamentos

e-mail: mineralmaq@mineralmaq.com.br
<http://www.mineralmaq.com.br/mineracao.htm>

ENIPLAN INDÚSTRIA E PLANEJAMENTO LTDA

Av Marginal B, 1280 - São José dos Campos/SP.
CEP 12238-390
Tel.: (12) 3931-2511
Produtos: Fornecedor de Equipamentos
<http://www.eniplan.com.br/>

BIBLIOGRAFIA

Consulta TIPS nº SB4764 /PA
MELLO, Ribeiro de. Como Fazer Sabões e Artigos de Toucador. 8º ed. São Paulo: Ed. Icone. 1991. 202p.
Aiub, George Wilson. Plano de Negócios: Serviços./George Wilson Aiub, Nadir Andreolla, Rogério Della Fávera Allegretti. 2.ed – porto Alegre : SEBRAE, 2000.
INDI – Instituto de Desenvolvimento Industrial de Minas Gerais. Perfis industriais: sabão. Disponível em: <http://www.indi.mg.gov.br/publicacoes/Sabao.pdf> Acesso em 07 de março de 2005.
Walter Nunes. Diário do Comércio & Indústria. Mercado de sabão em pó movimentado R\$ 1,8 Bilhão, 25/06/2003.
Ventura, Juliana. Razzo disputará mercado de sabão em pó e detergentes. Diário de São Paulo, 21/11/2004.
Cresce a venda de produtos de limpeza clandestinos em SP. Diário de São Paulo, 08/12/2005.
Revista Brasileira de Management ANO III - Número 18. Novembro/Dezembro 1999 - Janeiro/Fevereiro 2000. Um concorrente premium no segmento do sabão em pó.

ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO:

UCE – Unidade de Capacitação Empresarial - SEBRAE/ES

Data de atualização: Janeiro de 2006.