SEBRAE

Estudio fotográfico

Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo
Roberto Simões

Diretor-Presidente
Luiz Eduardo Pereira Barreto Filho

Diretor Técnico
Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças
José Claudio Silva dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial
Mirela Malvestiti

Coordenação
Nídia Santana Caldas

Equipe Técnica
Carolina Salles de Oliveira

Autor
Lauri Tadeu Corrêa Martins

Projeto Gráfico
Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.
http://www.staffart.com.br

Apresentação do Negócio

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no 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?Estúdio fotográfico é o estabelecimento comercial que presta uma variada gama de serviços tendo como elemento principal a captura, revelação e reprodução de fototografias, com finalidades diversas, dentre elas: a produção de fotografias para eventos e publicidade, fotos para documentos, produção de álbuns em estúdio, serviços de revelação, ampliação, revelação rápida (em até uma hora), além de serviços especializados como a reprodução e recuperação de fotos antigas, ilustrações de livros técnicos, etc. A introdução da tecnologia digital modificou significativamente este segmento de negócio. As câmeras e equipamentos fotográficos, ao mesmo tempo que são oferecidos a preços cada vez menores, disponibilizam ao usuário comum, recursos cada vez mais sofisticados, assim como maior qualidade de imagem e facilidade de uso. A simplificação dos processos de captura, armazenagem, impressão e reprodução de imagens proporcionados pelo ambiente digital, aliada à facilidade de integração com os recursos da informática, trouxe para os estúdios fotográficos novos desafios. Atualmente, cresce a quantidade de estúdios especializados (fotos publicitárias, sensuais, cerimoniais, etc.) com soluções integradas para o seu público consumidor, como por exemplo, os estúdios especializados em casamentos que

oferecem desde o registro fotográfico da cerimônia até a elaboração de convites, guardanapos personalizados, album fotográfico de material sofisticado, etc. Este documento não substitui o plano de negócio. Para elaboração deste plano consulte o SEBRAE mais próximo.

Mercado

Existem várias opções para se montar um estúdio fotográfico, e elas dependem do tipo de fotografia que se pretende executar: As possibilidades vão desde as mais simples fotos de identificação para documentos, até produtos específicos para fotografia de publicidade, de maior porte. O maior mercado de fotografia é o da publicidade, apesar de a moda ser um “cliente” importante. Existem muitas outras possibilidades, como exemplo citamos: as fotografias culturais, para catálogos, rurais, institucionais ou pessoais (book fotográfico). Desta forma, o empreendedor que deseja ingressar no ramo de estúdio fotográfico deve, em primeiro lugar, identificar o segmento de negócio que pretende atuar e seu público alvo. Esta decisão será de grande valia na definição de outros componentes do negócio, que incluem a escolha do local de instalação do estúdio, pessoal envolvido e a estrutura requerida, até seleção das máquinas, equipamentos e a determinação do capital necessário para cada tipo de empreendimento."

Localização

Pesquisas de satisfação com consumidores de fotografia comprovam que o principal critério para a escolha de uma loja é a conveniência. De uma maneira geral, conveniente é aquilo que é prático para o consumidor, nesse caso, a localização de um estúdio fotográfico é um dos fatores chaves

para o sucesso do empreendimento. Em linhas gerais, uma boa localização é aquela que favorece o acesso dos clientes, com o menor grau possível de dificuldade, além de outros atributos de conveniência (proximidade, estacionamento, ar-condicionado, banheiro limpos, etc). Adicionalmente, um estúdio fotográfico requer um imóvel capaz de receber as benfeitorias e equipamentos (estrutura de atendimento e produção) conforme o plano de negócio. Para facilitar o processo de definição da localização do empreendimento sugerimos ao empreendedor dividi-lo em duas etapas: 1)Escolha do Local; e 2) Definição do Imóvel. Escolha do LocalVários fatores influenciam na escolha do local, como: perfil demográfico (idade, renda, sexo, etc.) do público-alvo, hábitos de compra, poder aquisitivo, além da concorrência já instalada no local e na região. Preferencialmente, um estúdio fotográfico deve estar localizado em ruas ou avenidas centrais das cidades (centro financeiro para onde fluem pessoas de diversas regiões da cidade) ou de bairros residenciais. Centros comerciais, shopping centers, terminais de passageiros, centros de conveniências, como postos de gasolina e supermercados, dentre outros locais com grande fluxo de pessoas são os locais ideais para instalação de um negócio desta natureza. Escolha do ImóvelA escolha do imóvel é crucial no processo de montagem do seu estúdio de fotografia, por isso antes de decidir-se observe atentamente os seguintes itens: a) Certifique-se de que o imóvel em questão atende as suas necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança - se é atendido por serviços de eletricidade, água, esgoto, telefone etc. b) Verifique se existem comodidades que possam tornar mais conveniente e menos onerosa a gestão do negócio tais como: proximidade de terminais e estações de passageiros, local de residência dos empregados ou dos clientes, dentre outros atributos. c) Cuidado com imóveis com rachaduras e

infiltrações ou aqueles situados em locais sujeitos as inundações ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito. d) Confira a planta do imóvel aprovada pela Prefeitura, e veja se não houve nenhuma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área primitiva, que deverá estar devidamente regularizada. 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 endereço. A consulta de local junto à Prefeitura deve atentar para: • se o imóvel está regularizado, ou seja, se possui HABITE-SE;• se as atividades a serem desenvolvidas no local, respeitam a Lei de Zoneamento do Município, pois alguns tipos de negócios não são permitidos em qualquer bairro;• se os pagamentos do IPTU referente o imóvel encontram-se em dia;• no caso de ser instalada placa de identificação do estabelecimento, será necessário verificar o que determina a legislação local sobre o licenciamento das mesmas. Ainda que o empreendedor faça a opção por montar o estúdio em sua residência com fins comerciais, é importantíssimo que antes de instalar o seu “Home Studio”, procure o órgão especializado de seu município visando identificar se o seu empreendimento poderá funcionar em seu endereço residencial. Isto porque grande parte dos municípios brasileiros tem contemplado em Plano Diretor Urbano – PDU também conhecido como Lei de Zoneamento Urbano, algumas áreas/bairros que não podem funcionar empresas, seja de que espécie for.

Exigências legais específicas

A prestação de serviços de captura e revelação fotográfica é uma atividade empresarial que não depende de responsabilidade técnica. Para o exercício desta atividade o empreendimento não está obrigado a obter registros ou

autorização em órgãos ou entidades específicos, tampouco é obrigado a registrar-se em conselhos de classe fiscalizadores de profissão regulamentada. Para funcionamento regular, o empreendimento está sujeito à obtenção dos registros exigíveis das sociedades empresárias em geral. Etapas do Registro a) Registro da empresa nos seguintes órgãos: - Junta Comercial; - Secretaria da Receita Federal (CNPJ); - Secretaria Estadual de Fazenda;- Secretaria Municipal de Fazenda;b) Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento e localização;c) Corpo de Bombeiros Militar.d) 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); e) Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDORRecomendamos especial atenção às Normas de Proteção e Defesa do Consumidor, dispostas no Código de Defesa do Consumidor - Lei Federal n°. 8.078 de 11/09/1990. O Sebrae local poderá ser consultado para orientação.

Estrutura

Em geral os estúdios fotográficos possuem uma estrutura composta por uma área de atendimento e vendas, estúdio propriamente dito, trocador, banheiro e administração. Vale lembrar que variações a esta estrutura básica poderão ocorrer conforme a segmentação escolhida e o porte do investimento. Atendimento e vendas – É o local onde serão expostos e vendidos os produtos e serviços do estúdio. Deve ser bem iluminado, possuir uma decoração e sinalização apropriada ao público consumidor. O layout interno deve transmitir conforto e funcionalidade a clientes e empregados. Além disso, o local deve contar com um espaço especial para

atendimento específico aos clientes do estúdio fotográfico. Geralmente existe um balcão de atendimento direcionado exclusivamente para clientes do estúdio. A área destinada para os serviços de fotografias deve ser bem definida e separada das atividades da loja. Estúdio – É o local de trabalho para a produção das fotografias e montagem dos álbuns. Nele ficam os equipamentos e utensílios que serão utilizados. Os filmes fotográficos requerem cuidados especiais, tais como evitar o calor excessivo, armazenagem em locais secos, ventilados e livres de poeiras. É também aconselhável revelar o filme o mais cedo possível após este ter sido exposto, pois com o tempo vai-se degradando, podendo sofrer alterações na cor. Por essa mesma razão, os filmes têm prazo de validade. Normalmente os filmes de alta sensibilidade (ISO 800 ou superior) são mais suscetíveis a danos. Trocador – É neste local que os clientes que se preparam para a fotografia. É através de pequenos detalhes, como lenço de papel, produtos de maquiagem, etc, que a empresa demonstra os cuidados essenciais com a imagem do cliente. Outros itens que podem constar no trocador são os complementos para compor a imagem desejada pelo cliente, como: chapéus, plumas, brinquedos, fantasias e outros acessórios. Banheiros – Devem estar localizados em ambiente próximo do estúdio e seu uso deve ser exclusivo aos clientes do estúdio. Devem ser amplos, arejados, limpos e confortáveis. Administração – Nessa área estão localizadas as atividades administrativas direcionadas à compra de mercadorias e insumos que compõem o estoque, controles financeiros e acompanhamento do desempenho do negócio, pagamentos de fornecedores e gestão de pessoas, além de outras que o empreendedor julgar necessárias. Estacionamento – É uma conveniência bastante apreciada pelos clientes. Se não houver disponibilidade de vagas no imóvel, avalie a possibilidade de realizar convênio com estacionamento próximo.

Pessoal

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento. Para um estúdio fotográfico de pequeno porte pode-se começar com três colaboradores, sendo: - dois atendentes; - um fotógrafo. A atividade de caixa poderá ser executada pelo empresário ou por um dos atendentes. Se houver loja agregada ao estúdio o empresário deverá dimensionar sua necessidade de pessoal adicional. O empreendedor deve contratar pessoas com experiência comprovada e com boas referências de empregos anteriores. Caso prefira capacitar novos colaboradores, deverá procurar cursos específicos existentes no mercado. O bom atendimento ao cliente é um item que merece atenção especial. O treinamento dos funcionários deve ter como objetivo o desenvolvimento das seguintes competências: - capacidade de percepção para entender as expectativas gostos e desejos dos clientes, uma vez que a fotografia está relacionada a sentimentos e emoções; - conhecimento da atividade, especialmente sobre o tipo de filmes e/ou máquinas, para orientar os clientes; - noções de vendas; - relacionamento interpessoal;- atendimento cortês, rápido e personalizado. O empreendedor deverá participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor. Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores nessa área, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, conseqüências desagradáveis. O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados.

Equipamentos

Em geral os estúdios fotográficos contam com os seguintes equipamentos, que poderão ser agregados de outros conforme a especialização / segmentação do negócio: - dois microcomputadores completos; - uma impressora; - duas linhas telefônicas – uma com canal ADSL; - uma impressora de cupom fiscal; - mesas, cadeiras, armários, estantes, de acordo com o dimensionamento das instalações; - gaveteiro para guardar dinheiro, cheques e tickets de cartões de débito e crédito; - equipamento para recebimento através de cartões de débito e crédito – decisão do empreendedor; - prateleiras;- balcão de atendimento;- tela de fundo finito com suporte;- baterias, cabos e outras instalações;- refletores profissionais tipo guarda-chuva;- duas câmeras fotográficas de 35 mm;- uma máquina de médio formato;- três flashs de 400W/Seg;- um gerador de 1.200W/seg;- acessórios (sombrinhas, soft, tripés, girafa, refletor, etc);- minilab digital – decisão do empreendedor;- equipamentos e utensílios para revelação e ampliação (processador de filmes, banheira e bacias para produtos fotográficos);O novo empresário poderá optar por não investir em equipamentos para revelação e ampliação de fotografias, o que exigirá a terceirização dos serviços para um laboratório de confiança que garanta a qualidade e prazos contratados. Outra opção poderá ser a instalação de cabine para fotografias de meio corpo da pessoa fotografada, para uso em documentos e para lembranças. Esse recurso existe a pronta entrega, com iluminação embutida e calibrada.

Matéria Prima / Mercadoria

Organização do processo produtivo

Os processos de um estúdio fotográfico são divididos em: 1. Serviço de recepção e atendimento – é o processo responsável pelo primeiro contato com o cliente, quando será identificada sua demanda, elaborado o orçamento do serviço pretendido e realizado o fechamento da venda. Após a realização dos trabalhos, é nesse local que o cliente irá retirar o produto elaborado. Trabalhos com maior grau de complexidade, elaborados para clientes especiais, poderão ser entregues em domicílio. 2. Serviço de produção fotográfica – é o processo responsável pela execução dos serviços contratados. Inicia-se com a pré-produção, onde são realizados os testes de imagem. Após a escolha do cliente é realizada a produção efetiva da fotografia, com a adequação do ambiente do estúdio e dos equipamentos necessários. Em algumas situações o fotógrafo pode se deslocar para o cenário das imagens em um ambiente externo escolhido pelo cliente. 3. Serviço de edição e impressão – é o processo responsável pela edição e preparação das fotografias para a escolha do cliente. Nesta fase o fotógrafo escolhe as fotografias de sua preferência e após a impressão em formato provisório, os envia ao cliente para escolha final. Após a seleção pelo cliente as fotografias serão impressas em forma definitiva e enviadas ao cliente através de protocolo de entrega. 4. Serviço administrativo – é o processo responsável pelo recebimento dos valores contratados no orçamento e pela gerência e controle das atividades produtivas do estúdio fotográfico. Geralmente é exercido pelo proprietário.

Automação

Há no mercado uma boa oferta de sistemas para gerenciamento de estúdios fotográficos. Os softwares possibilitam a elaboração de orçamentos, cadastro de clientes, elaboração de mala direta para clientes e potenciais clientes,

controle de estoque de produtos, cadastro de equipamentos, controle de contas a pagar e a receber, fornecedores, folha de pagamento, fluxo de caixa, fechamento de caixa etc. Dentre os pacotes disponíveis destacamos:- StudioManager-Hábil (Grátis) – www.habil.com.br - Kad Fotografo

Canais de distribuição

A distribuição implica essencialmente em um estúdio bem localizado, à mão dos clientes. São importantes os acessos, pois muitas vezes os clientes terão que vir ao estúdio carregados de encomendas ou com pressa, e uma boa localização conta bastante. O empreendedor deve avaliar a possibilidade de instalar seu negócio como representante, distribuidor, franqueado ou simplesmente revendedor de grandes estúdios ou fabricantes de filmes fotográficos. O estabelecimento de parcerias neste segmento pode ser vantajoso e o desenvolvimento de uma marca própria não é determinante para o sucesso neste mercado.

Investimentos

O valor necessário para investimento na instalação de um estúdio fotográfico irá variar muito de acordo com o modelo de negócio definido pelo empreendedor. Por esta razão sugerimos a elaboração de um Plano de Negócio, onde os recursos necessários, em função dos objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado, poderão ser determinados. (vide modelo disponível em: http://www.sebrae.com.br/momento/quero-abrir-um-negocio/integra_bia?

Estimamos que a montagem de um pequeno estúdio, sem Minilab (revelação digital) em um imóvel de cerca de 60m² requeira um investimento inicial de cerca de R$ 35 mil (não inclui valor de aquisição ou luvas do ponto comercial), a ser

alocado majoritariamente na instalação e aquisição dos seguintes itens:- Abertura da empresa – R$ 3.400,00- Aparelhos de comunicação (fax, telefone, internet) - R$ 600,00;- Caixa Registradora ou PDV com impressora fiscal – R$ 2.500,00- Capital de giro inicial - R$ 7.000,00- Equipamentos diversos – R$ 13.000,00- Letreiro -R$ 1.200,00;- Marketing inicial - R$ 1.200,00;- Mobiliário (balcão, Mesas e cadeiras para clientes) - R$ 3.800,00;- Obras para adaptação do imóvel – R$ 8.000,00

Capital de giro

Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no processo de produção. O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, produção e venda de produtos ou serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio. Considerando um estúdio fotográfico que não possui uma revenda de produtos (sem loja e sem estoque de produtos para revenda), podemos estimar seus custos de operação com base nos seguintes componentes: 1. Salários, comissões e encargos – R$ 2.200,00; 2. Tributos R$ 1.100,00;3. Aluguel, condomínio, taxas – R$ 2.000,00;4. Aquisição de matéria-prima e insumos – R$ 800,00.5. Água,

luz, telefone e acesso a internet - R$ 650,00;6. Serviços de limpeza, higiene, manutenção e segurança – R$ 150,00;7. Assessoria contábil – R$ 550,00; 8. Propaganda e publicidade da empresa – R$ 200,00;

Diversificação / Agregação de valor

Agregar valor significa oferecer produtos e serviços complementares ao produto principal, diferenciando-se da concorrência e atraindo o público-alvo. Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o seu serviço. Desta forma, um estúdio fotográfico agrega valor a seus serviços quando realiza tomada de fotos externas, oferece agilidade na revelação, realiza a revelação de fotos em formatos variados, oferece uma boa variedade de produtos, parcela o pagamento do serviço ou facilita o pagamento através de vários meios (cartão, cheque, dinheiro etc.), dentre outros benefícios. Portanto, agregar valor é oferecer o inesperado ao cliente; ir além da obrigação; oferecer mais e melhor. Com a concorrência acirrada, muitos estúdios fotográficos tem se especializado e buscado nichos específicos no segmento de moda, casamento, formaturas, crianças, sensual, publicidade, etc. Também é comum os estúdios fotográficos diversificarem suas atividades, funcionando como produtora de vídeo, fazendo convites (formaturas e eventos variados) e organizando eventos, dentre outras atividades.

Divulgação

Os meios para divulgação de um estúdio fotográfico variam de acordo com o porte e o público-alvo escolhido. Para um empreendimento de pequeno porte pode-se utilizar

panfletos, bem elaborados e direcionados a pessoas que freqüentam os estabelecimentos próximos ao estúdio. A utilização do telefone para contato com clientes e potenciais clientes, costuma ser uma iniciativa que rende bons resultados. Através do telefone podem-se oferecer serviços e divulgar produtos da loja de material fotográfico. Na medida do interesse e das possibilidades, poderão ser utilizados anúncios em jornais de bairro, jornais de grande circulação, rádio, revistas, outdoor e internet. O marketing de massa é fundamental para tornar o estúdio fotográfico conhecido. Neste sentido a melhor mídia é o rádio e a televisão. A construção de site na internet representa uma possibilidade de comunicação muito interessante, com a exposição de fotografias do ambiente, fotos e depoimentos de clientes que autorizarem a publicação, além de ofertar produtos da loja. Se for do interesse do empresário, uma loja virtual poderá realizar vendas via internet. A promoção de vendas é uma estratégia bastante utilizada pelos empresários, incluindo: descontos, brindes, concessão de ampliações, gravação em CD´s, estímulos para a compra de quantidades maiores etc. Outros recursos poderão ser utilizados e, se for de interesse do empreendedor, um profissional de marketing e comunicação poderá ser contratado para desenvolver campanha específica.

Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de ESTÚDIO FOTOGRÁFICO, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 7420-0/01 como atividade de produção fotográfica, como fotografia para passaportes, escolas, casamentos, respectivamente, 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, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa R$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos 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/Simpl...):

• 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);
• ISSQN (imposto sobre serviços de qualquer natureza);
• INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 6% a 17,42%, 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 o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R$ 60.000,00 (sessenta 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/legisl...). 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$ 5,00 a título de ISS - Imposto sobre serviço de qualquer natureza.

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 receita excedente ao limite permitido superior a 20% o MEI terá seu empreendimento incluído no sistema SIMPLES NACIONAL.

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do

estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.

Eventos

Congressos, Feiras e Exposições Congresso Paulista de Foto e ImagemOrganização: Editora FHOXTel.: 0800-702-9007E-mail: congressofotoeimagem@terra.com.brWebsite: www.congressofotoeimagem.com.br Sp-arte/foto/2010Organização: Oi – Shopping Iguatemi SPWebsite: http://www.sp-arte.com/index.php Feira Internacional de Imagem – PhotoImage BrazilEvento anual Local: São Paulo - SPTel.: (11) 3060-5000Website: www.photoimagebrazil.com.br Congresso Paulista da FotoEvento: anualLocal: São Paulo - SPWebsite: www.feirafotografar.com.br Cursos Ateliê da ImagemAv. Pasteur, 453Rio de Janeiro.-RJFone: (21) 2541.3314 / 2244.5660Site: http://www.ateliedaimagem.com.br/index1.php Focus - Escola de FotografiaRua Riachuelo, 265 / 1ºAndar.São Paulo, SPTel. (11) 3107 2219 / 3104 6951Site: http://www.focusfoto.com.br/ Instituto Denver- Cursos à distânciaFone: 021-2447-1705Caixa Postal: 37791Endereço: não disponívelSite: http://www.institutodenver.com.br/curso-estudio.asp SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL- SENAC-RJAv. Rio Branco, 245 - 31 Andar- Rio de Janeiro - RJ.Fone: (21) 4002-2002Site: www.rj.senac.brWebsite SENAC Nacional:

http://www.senac.br

Entidades em Geral

Associação Brasileira da Indústria de Material Fotográfico e de Imagem - ABIMFIConvention Corporate PlazaAv. Ibirapuera, 2907 - Moema - 11º andar - Conj 1104 e 1105São Paulo - SP - CEP 04029-200 Telefones: (11) 5053-9925 - Fax: (11) 2305-0108E-mail: secretaria@abimfi.org.brWebsite: http://www.abimfi.org.br Associação Brasileira de Arte Fotográfica – ABAFRua Assis Bueno, 30 – Botafogo – Rio de Janeiro - RJ(21) 2549-6949/3683-3013Website: www.abaf.art.br Associação Brasileira dos Fotógrafos de Publicidade -ABRAFOTOR. Tabapuã, 821 - cj.124 - São Paulo - SPCEP 04533-013(11) 3168.1093 Website: www.abrafoto.org.br Confederação Brasileira de Fotografia - CONFOTOE-mail: confoto-administrativo@uol.com.brTelefone: 0xx11 5071 7195Website: http://www.confoto.art.br Photo Marketing Association International – BrasilAlameda Irerê, 115 – Jardim Itatiaia – Embu - SPCEP: 06844-260(11)4781-2863Website: www.pmai.org Procurar na localidade: Sindicato do comércio das empresas de artes fotográficas Alguns Fornecedores/Fabricantes Kodak Brasileira Ind. e Comércio LtdaRod. Pres. Dutra, Km 154,7 – São José dos Campos - SP CEP: 12240-420 0800-150000 T. TanakaRua Martins Francisco, 438 – São Paulo-SP CEP: 01226-000(11) 3825-2255 www.ttanaka.com.br Universe Exportação e Comércio Ltda Rua da Bahia, 1148 sl 802 – Centro – Belo Horizonte - MG CEP: 30160-011 (31) 3274-2005 Obs: Pesquisa na internet indicará outros fornecedores de equipamentos e produtos para estúdios de fotografias, que poderão estar localizados mais próximos ao local de instalação do negócio. As Associações de Fotógrafos

nos Estados da Federação também poderão auxiliar.

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 foro único de normalização do País.

1. Normas específicas para Estúdio Fotográfico:

ABNT NBR 15278:2005 – Efluente líquido fotográfico - Requisitos para a disposição. Esta Norma específica os requisitos para a disposição, manuseio, acondicionamento, armazenamento, tratamento por meios físicos e químicos e descarte do efluente líquido fotográfico.

2. Normas aplicáveis na execução de um Estúdio Fotográfico:

ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio. Esta Norma 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 5410:2004 Versão Corrigida:2008 – Instalações elétricas de baixa tensão. Esta Norma estabelece as condições a que devem satisfazer as instalações elétricas de baixa tensão, a fim de garantir a segurança de pessoas e animais, o funcionamento adequado da instalação e a conservação dos

bens.
ABNT NBR 5413:1992 Versão Corrigida:1992 – Iluminância de interiores. Esta Norma estabelece os valores de iluminâncias médias mínimas em serviço para iluminação artificial em interiores, onde se realizem atividades de comércio, indústria, ensino, esporte e outras.
ABNT NBR 5419:2005 – Proteção de estruturas contra descargas atmosféricas. Esta Norma fixa as condições de projeto, instalação e manutenção de sistemas de proteção contra descargas atmosféricas (SPDA), para proteger as edificações e estruturas definidas em 1.2 contra a incidência direta dos raios. A proteção se aplica também contra a incidência direta dos raios sobre os equipamentos e pessoas que se encontrem no interior destas edificações e estruturas ou no interior da proteção impostas pelo SPDA instalado.
ABNT NBR 5626:1998 – Instalação predial de água fria. Esta Norma estabelece exigências e recomendações relativas ao projeto, execução e manutenção da instalação predial de água fria. As exigências e recomendações aqui estabelecidas emanam fundamentalmente do respeito aos princípios de bom desempenho da instalação e da garantia de potabilidade da água no caso de instalação de água potável.
ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida:2005 – Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.
ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 – Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral. Esta Norma 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.

Glossário

ACUTÂNCIA - Padrão de medida para aferir a qualidade, quanto a sua nitidez, alteração de tons, cores e contornos da imagem. AF - "Auto Focus" em inglês. A focalização da imagem é feita automaticamente pela câmara, por meio de sensores infravermelhos. AJUSTE DE CONTROLE DE EXPOSIÇÃO - (Bracketing): Método para fotografar a mesma cena com exposições maiores e menores que a indicada pelo fotômetro, com o propósito de obter imagem com exposição ideal. CAPTURA - Captura é o ato de fotografar. Por definição, fotografia é, essencialmente, a técnica de criação de imagens por meio de exposição luminosa, fixando esta em uma superfície sensível. CAPUCHÃO, ou Câmara Escura Portátil - Bolsa à prova de luz na qual o fotógrafo pode inserir as mãos a fim de manipular o filme quando não existe laboratório disponível. CARRETEL (ou Espiral) - Cartucho de metal ou plástico com ranhuras espirais nas quais o rolo do filme é carregado para o processamento. "CLOSE UP" - Imagem maior que a normal obtida pelo uso de uma objetiva mais próxima do objeto que o normal. CONTROLE DE VELOCIDADE (do Obturador) - Controle que seleciona o período de tempo, a quantidade de luz que o filme é exposto. DIAFRÁGMA - Dispositivo ajustável de laminas metálicas que formam uma abertura aproximadamente circular com diâmetro variável, para controlar a intensidade da luz transmitida pela objetiva. EXPOSIÇÃO - Tempo durante o qual a luz deve incidir sobre a emulsão fotográfica para formar sua respectiva imagem. A exposição é controlada pela velocidade do obturador e pela abertura do diafragma selecionada. FORMATOS DE FILMES - O formato

mais consumido é o 135, também denominado de pequeno formato. Serve na maioria das câmaras em uso. Há também o formato profissional 120, utilizados em câmaras de médio formato ou em chapas, para câmaras de Grande Formato, ambas específicas para estúdio. . Os formatos APS, 110 e 126 já estão em desuso. ISO - Sigla da "International Standards Organization"(Organização Internacional de Padrões), substituindo os antigos padrões ASA "American Standart Association" (Associação dos Padrões Norte-Americanos), DIN "Deutsch Industrie Norm" (norma da Industria Alemã) e JIS "Japan Industrial Standart" (Padrão da Indústria Japonesa). Esta nova nomenclatura estabelece o seguinte princípio: quanto maior o número em ISO, maior é a sensibilidade do filme. Exemplo: Filme de ISO 400 é quatro vezes mais sensível em relação ao filme de ISO 100, permitindo fotografar em condições de luz menos favoráveis. Veja também "valor ISO". MÉDIO FORMATO - Designação corrente das câmeras que utilizam filmes tamanho 120, produzindo negativos ou diapositivos em tamanhos 4.5 x 6 cm, 6 x 6 cm, 6 x 7 cm ou ainda 6 x 9 cm, apresentando como vantagem pouco índice de ampliação e maior definição de imagem. NEGATIVO - Filme já processado cuja imagem se apresenta com valores opostos. Os tons claros estão registrados como escuros e vice-versa.Nos negativos coloridos, cada cor da imagem original está representada pela sua complementar.Os negativos são usados para fazer cópias e ampliações. NÚMERO "f/" - Nomenclatura empregada quando nos referimos a abertura do diafragma. OBTURADOR - Sistema de cortina, lâminas ou outro tipo de cobertura móvel, para controlar o tempo de exposição da luz sobre o plano do filme. Os tipos mais correntes são: obturador central, obturador de plano focal ou de cortina acionados mecânica ou eletronicamente, conforme o modelo da câmera. PANORÂMICA - Da língua inglesa, "panning". Técnica em que a câmera segue o motivo em

movimento, em baixa velocidade para criar a ilusão visual de movimento. O emprego de velocidade baixas, como 1/30 ou 1/60 permite que o objeto em movimento fique registrado com nitidez, enquanto que seu respectivo fundo apareça "riscado" e em "escolado". PERSPECTIVA - Ilusão da imagem bi-dimensional de um espaço tridimensional sugerida primeiramente por linhas convergentes e pela diminuição de tamanho dos objetos distantes do ponto de vista da câmera. SUPORTE – Papel fotográfico ou meio onde a imagem fotográfica é impressa.

Dicas do Negócio

-Uma opção para aqueles empreendedores que gastaram o dinheiro com cursos de formação e não tem mais dinheiro para a montagem do estúdio é o aluguel. Em muitas cidades do Brasil existem estúdio, com equipamentos, que oferecem este serviço.- Para os empreendedores com loja própria, é importante, para se tornar mais competitivo, dimensionar o conjunto de serviços que serão agregados; avaliar o custo–benefício desses serviços é vital para a sobrevivência do negócio, porque pode representar um elevado custo sem geração do mesmo volume de receitas. - Investir na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais com respeito a estacionamento. - Procurar fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como: remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos produtos ofertados, contato telefônico lembrando de eventos e promoções. - A presença do proprietário em tempo integral é fundamental para o sucesso do empreendimento. - O empreendedor deve estar sintonizado com a evolução do setor, pois esse é um negócio que requer inovação e adaptação

constantes, em face das novas tendências que surgem dia-a-dia. - Os empregados devem participar de cursos de aperfeiçoamento, congressos e seminários, para garantir a atualização do estúdio fotográfico.

Características específicas do empreendedor

Para o trabalho realizado em estúdios fotográficos se tornar possível, o profissional precisa conhecer muito bem quais são as técnicas de iluminação, os equipamentos e acessórios indispensáveis, bem como as habilidades essenciais para fotografar cada modalidade como moda, produtos e alimentos. Além destas habilidades, o empreendedor envolvido com atividades relacionadas à fotografia precisa ter um comportamento comprometido com a evolução acelerada de um setor altamente disputado pela concorrência. É aconselhável uma auto-análise para verificar qual a situação do futuro empreendedor frente a esse conjunto de características e identificar oportunidades de desenvolvimento. Dentre as características desejadas destacamos:- Ter paixão pela atividade e conhecer bem o ramo de negócio. - Pesquisar e observar permanentemente o mercado em que está instalado, promovendo ajustes e adaptações no negócio. - Ter atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias. - Acompanhar o desempenho dos concorrentes. - Saber administrar todas as áreas internas da empresa. - Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos. - Ter visão clara de onde quer chegar. - Planejar e acompanhar o desempenho da empresa. - Ser persistente e não desistir dos seus objetivos. - Manter o foco definido para a atividade empresarial. - Ter coragem para assumir riscos calculados. - Estar sempre disposto a inovar e promover mudanças. - Ter grande capacidade para perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las. - Ter

habilidade para liderar a equipe de profissionais do estúdio fotográfico.

Bibliografia Complementar

BRASIL. Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas. Disponível em http://www.respostatecnica.org.br/resposta.do. Acesso em 10 set 2010. Palavra Chave: FOTOGRAFIA (Algumas respostas selecionadas dentre 86 registros disponíveis)- Código da Solicitação: 24914 - Título: Montagem de um estúdio fotográfico - Código da Solicitação: 22625 - Título: Filmes fotográficos- Código da Solicitação: 13137 - Solicitação: Onde encontrar fornecedores de câmeras fortográficas?BUSSELLE, Michael. Tudo sobre fotografia. São Paulo: Círculo do Livro, 1988. 224 p.GURAN, Milton. Linguagem fotográfica e informação. 3. ed. Rio de Janeiro: Gama Filho, 2002. 119 p.HEDGECOE, John. Guia completo de fotografia. São Paulo: Martins Fontes, 1996-2001. 224 p.HUMBERTO, Luis. Fotografia, a poética do banal. Brasília: Universidade de Brasília, 2000. 105 p.MOURA, Edgar. 50 anos luz, câmera e ação. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2001. 444 p.KUBRUSLY, Cláudio A., O que é Fotografia, Coleção Primeiros Passos, São Paulo: Brasiliense, 1982SEBRAE. Estúdio Fotográfico – Série Ponto de Partida. Belo Horizonte: SEBRAE-MG.