

Loja de material de construção



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	2
Localização.....	2
Exigências Legais e Específicas.....	3
Estrutura.....	4
Pessoal.....	5
Equipamentos.....	6
Matéria Prima/Mercadoria.....	7
Organização do Processo Produtivo.....	8
Automação.....	9
Canais de Distribuição.....	10
Capital de Giro.....	11
Diversificação/Agregação de Valor.....	12
Divulgação.....	13
Informações Fiscais e Tributárias.....	14
Eventos.....	16
Entidades em Geral.....	16
Normas Técnicas.....	17
Glossário.....	18
Dicas de Negócio.....	18
Características Específicas do Empreendedor.....	19
Bibliografia Complementar.....	20
Fonte de Recurso.....	21
Planejamento Financeiro.....	21
Produtos e Serviços - Sebrae.....	22
Sites Úteis.....	22
Investimentos estimados.....	23
Custos e Despesas estimadas.....	25

1. Apresentação de Negócio

Abrir uma loja de material de construção (CNAE 4744-0/99) é uma oportunidade promissora, especialmente considerando o constante crescimento do setor imobiliário e a demanda por reformas e construções. Este negócio, de natureza comercial, abrange a venda de uma ampla gama de produtos, desde materiais básicos como cimento, tijolos e areia, até itens de acabamento como pisos, louças e ferramentas.

O mercado, porém, é competitivo. Para se destacar, é fundamental entender as nuances do seu público-alvo e oferecer um diferencial competitivo. Segundo pesquisa realizada pela Anamaco (Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção), enquanto grandes lojas generalistas oferecem uma variedade imensa de produtos, incluindo itens de decoração e eletrodomésticos, as pequenas e médias lojas podem focar em um nicho específico, como materiais para construção sustentável, ou em um atendimento personalizado e ágil, criando forte relacionamento com clientes locais. Essa estratégia pode ser tão eficiente quanto a variedade de produtos.

Atualmente, os materiais podem ser simples ou compostos, obtidos diretamente da natureza ou elaborados industrialmente. Existem diversas opções para os diferentes usos, assim como distintas propriedades e variedades de um mesmo material. Nesta Ideia de Negócio serão apresentadas informações importantes para o empreendedor que tem intenção de abrir uma loja de material de construção. Os dados aqui mencionados têm foco em produtos da primeira fase de construção, que requer produtos básicos, como cimento, tijolos, areia, esquadrias e telhado.

Tendências de mercado a considerar:

- **Construção sustentável:** a demanda por materiais ecologicamente corretos está em ascensão. Investigue a viabilidade de oferecer produtos certificados e soluções sustentáveis para seus clientes.
- **Tecnologia:** utilize ferramentas de gestão de estoque, vendas online e atendimento ao cliente para otimizar suas operações e alcançar um público maior.
- **Personalização do atendimento:** ofereça consultoria e suporte técnico aos seus clientes, ajudando-os a escolher os melhores materiais para seus projetos.
- **Integração com profissionais:** estabeleça parcerias com pedreiros, arquitetos e engenheiros para gerar novas oportunidades de negócios e recomendações.
- **E-commerce:** considere a criação de um site ou a integração com marketplaces online para expandir seu alcance e atender clientes em uma área mais ampla.

Iniciando seu negócio:

Este documento serve como uma introdução à ideia de negócio. Para um planejamento completo e aumento das chances de sucesso, a elaboração de um Plano de Negócio detalhado é imprescindível. Recomendamos consultar o Sebrae para obter suporte e orientações na criação de seu plano. A pesquisa de mercado, a análise da concorrência local e a definição de um plano de marketing são passos cruciais para garantir a viabilidade e o

crescimento sustentável do seu empreendimento.

Lembre-se: com planejamento, dedicação e foco no cliente, o sucesso na área de materiais de construção é perfeitamente alcançável. Este guia apenas inicia o processo, mas oferece informações importantes para te conduzir em direção ao seu objetivo!

2. Mercado

Abrir uma loja de materiais de construção exige pesquisa de mercado criteriosa, considerando localização e momento econômico. A análise de dados recentes é crucial para o sucesso. Observe o cenário positivo apontado por pesquisas como o Termômetro Anamaco de dezembro de 2024, que indicou expectativa de alta de 55% nas vendas para os três meses seguintes à pesquisa. As regiões Norte (52%) e Nordeste (61%) demonstraram maior crescimento nas vendas em relação a novembro do mesmo ano, seguidas pelo Sudeste (50%) e Centro-Oeste (47%). Embora o Sul (43%) tenha apresentado queda, o panorama geral continua indicando um mercado com potencial de crescimento.

O mercado oferece oportunidades diversas. A Febramat fala sobre a existência de 27 redes associativas, representando mais de 1400 lojas em 21 unidades federativas e empregando aproximadamente 12 mil colaboradores. As redes associativas proporcionam vantagens significativas, como melhores condições de negociação com fornecedores e padronização de produtos e serviços. No entanto, a concorrência das grandes redes não deve ser subestimada. A força dessas grandes empresas reside no poder de compra e na capacidade de oferecer preços baixos e condições de financiamento atrativas. Sua ampla variedade de produtos, que abrange desde itens básicos até artigos de decoração, também representa um desafio.

Para se destacar, o pequeno empreendedor deve focar em seu diferencial competitivo: o atendimento personalizado e próximo ao cliente. A proximidade geográfica, a agilidade no atendimento e a flexibilidade nas negociações são fatores cruciais para atrair e fidelizar clientes, compensando a possível diferença de preço em relação aos grandes home centers. O empreendedor deve entender as necessidades específicas da sua comunidade e oferecer soluções personalizadas, criando uma relação de confiança com seus clientes.

Lembre-se: muitos consumidores valorizam a conveniência e a rapidez, mesmo que isso implique em um custo ligeiramente superior.

Portanto, o sucesso de uma loja de materiais de construção reside na combinação estratégica de uma análise cuidadosa do mercado, foco no atendimento personalizado e na busca por fornecedores que permitam preços competitivos, mesmo em menor escala. Com planejamento e foco no cliente, é possível construir um negócio lucrativo e sustentável nesse mercado promissor.

3. Localização

Definir a localização e escolher o imóvel para a instalação da loja é uma das decisões mais importantes para o negócio, sendo fator de sucesso (ou fracasso) do empreendimento.

Um pequeno empreendimento, nas condições da sugestão inicial da proposta deste texto, geralmente tem como potenciais clientes moradores de uma região relativamente reduzida, em torno da loja. É daí que sairá a maior parte das vendas.

Na localização da loja deve-se considerar:

- O objetivo do negócio; o público-alvo que se quer atingir;
- A população dos arredores;
- A concorrência existente ou potencial nas redondezas;
- As condições do imóvel;
- Vias de acesso;
- Estacionamento.

Por isso, a instalação da loja deve considerar bairros residenciais com alta densidade populacional e de fácil acesso, observando que um acesso seguro, amplo, bem sinalizado e iluminado encoraja e atrai o cliente. Ressalte-se que, atualmente, ter estacionamento é um fator indispensável.

Alguns fatores merecem destaque: proximidade de pontos de ônibus e estações de trem ou metrô, favorecendo o transporte dos funcionários; a segurança da região, evitando o risco de assalto; a infraestrutura de serviços públicos, como bombeiros, hospitais, polícia, correios; serviços de recolhimento de lixo; suporte para luz elétrica, água, telefone e internet.

Uma dica importante para este tipo de negócio é observar se na cidade onde o empreendimento será aberto existe algum bairro novo, com prédios sendo entregues a novos moradores, bem como casas recém-construídas, tudo distante de grandes lojas tipo home centers. Isso potencializará as oportunidades de vendas.

Ao escolher o imóvel, deve-se verificar se ele está localizado em rua que permita o funcionamento de comércio, de acordo com a Lei de Zoneamento do município, e se existe facilidade para estacionar caminhões. Afinal, toda loja de material de construção necessita do transporte de mercadorias.

Lembre-se: a localização ideal equilibra fatores como densidade populacional, acessibilidade, segurança, infraestrutura e concorrência. Uma pesquisa cuidadosa, combinada com uma análise estratégica, irá garantir que sua loja esteja posicionada para o sucesso. Outro ponto importante é que a proximidade da loja dos fornecedores que só vendem no atacado (não caracterizando, assim, concorrência) poderá influenciar na formação do preço de venda dos produtos.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma loja de material de construção, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as

opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Leia mais sobre este assunto nas publicações do Sebrae: Caderno do empreendedor individual e o Microempreendedor individual.

O contador, profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa e conhecedor da legislação tributária, poderá auxiliar o empreendedor neste processo.

Importante:

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

- A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças e etc.

- É necessário observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) - Lei Federal nº. 8.078 publicada em 11 de setembro de 1990.

5. Estrutura

O sucesso de uma loja de material de construção depende de uma estrutura bem planejada, que otimize a experiência tanto de clientes quanto de funcionários. Mais do que simplesmente um espaço para armazenar e vender produtos, a loja precisa ser um ambiente funcional, agradável e seguro. Vamos explorar os elementos essenciais para criar o ambiente perfeito para o seu negócio:

- **Tamanho** - o tamanho ideal varia de acordo com o porte e a variedade de produtos oferecidos. Embora uma área mínima de 100m² seja frequentemente sugerida, considerando showroom, depósito e escritório, o planejamento deve levar em conta a projeção de crescimento e a possibilidade de expansão futura. Lojas menores podem optar por soluções criativas de armazenamento e exposição, enquanto lojas maiores podem investir em setores especializados, como um espaço para projetos personalizados ou demonstrações de produtos. Independentemente do tamanho, a organização é crucial para a eficiência e a experiência do cliente.

- **Showroom** - a área principal de vendas, deve ser cuidadosamente projetado para facilitar a navegação e a visualização dos produtos. Prateleiras, gôndolas e expositores bem iluminados são essenciais, assim como balcões estratégicos que, além de atenderem os clientes, também podem servir como vitrines. Considere a disposição dos produtos por categorias, facilitando a busca pelos clientes. A implementação de um sistema de gestão de estoque integrado com o PDV (ponto de venda) melhora significativamente a eficiência das operações. A incorporação de tecnologia, como tablets ou totens de autoatendimento, pode enriquecer a experiência de compra.

- Depósito - embora não seja visível aos clientes, é fundamental para a eficiência da loja. A organização eficiente através de prateleiras, estantes de aço e pallets, de acordo com o peso e o tipo de produto, é fundamental para otimizar o espaço e facilitar o acesso. A segurança do depósito deve incluir sistemas de prevenção de incêndio e controle de acesso. A consideração de um sistema de gerenciamento de estoque automatizado, através de softwares modernos, pode garantir a precisão na gestão de itens e evitar perdas.

- Escritório - deve ser um espaço funcional e organizado para a administração do negócio. Mesa, cadeiras ergonômicas, armários para documentos, computadores e impressoras de alta performance são itens básicos. Um sistema de comunicação eficiente, incluindo telefone e internet de alta velocidade, é essencial para o bom funcionamento da loja. A implementação de softwares modernos de gestão administrativa e financeira proporcionam maior controle e eficiência.

Além da estrutura física, a segurança é primordial. Um sistema de alarme, câmeras de segurança e um seguro adequado para equipamentos e estoque são investimentos essenciais, especialmente considerando os riscos da região. A contratação de profissionais qualificados para instalação e manutenção desses sistemas é crucial para garantir sua eficácia.

Mesmo sendo simples a estrutura de uma loja de material de construção, deve ser bem planejada para oferecer mobilidade aos funcionários e clientes, facilitar o acesso às pessoas com necessidades especiais, proporcionar espaço adequado para exposição das mercadorias, evitar poluição visual, oferecer conforto, proporcionar boa iluminação e boa ventilação.

Para finalizar, lembre-se que o conforto e a comodidade dos clientes podem ser diferenciadores. Pequenos detalhes, como um espaço com café, água e biscoitos, demonstram cuidado e atenção, elevando a experiência de compra. Adaptações para acessibilidade, como rampas.

6. Pessoal

Construir uma equipe de sucesso é fundamental para o crescimento de sua loja de materiais de construção. Começar com uma equipe enxuta e eficiente, focada em resultados, é a melhor estratégia para minimizar custos iniciais e garantir um bom retorno sobre o investimento. Uma equipe bem treinada e motivada é a chave para o atendimento de excelência, fidelização de clientes e, conseqüentemente, maior lucratividade.

O número de funcionários está diretamente relacionado ao porte do empreendimento. Para amenizar os custos iniciais como folha de pagamento, convém optar pela contratação de uma equipe reduzida. De acordo com empreendedores do ramo é possível começar com apenas 4 (quatro) pessoas, ajustando-se de acordo com as necessidades no período em que a loja estiver aberta:

Administrador ou Gerente: normalmente, função exercida pelo dono. Precisa ter capacidade para lidar com imprevistos, atuar preventivamente, ter raciocínio lógico e crítico, visão estratégica, domínio de gestão financeira e de compras, buscando sempre negociar os melhores preços e prazos com os fornecedores. Ele deve ser capaz de analisar dados de vendas para otimizar o estoque e evitar perdas com mercadorias paradas.

Vendedor: recomenda-se a contratação de 2 (dois), que precisam ter conhecimento dos produtos, habilidade de relacionamento interpessoal, carisma, habilidade para negociar, pró atividade, cortesia e educação com os clientes e colegas, e inteligência emocional para lidar com possíveis conflitos.

Caixa: esta função pode ser intercalada com a de Gerente, seu ocupante precisa ter conhecimentos matemáticos, honestidade, ética, raciocínio lógico e desenvolvido, cortesia e educação com clientes e colegas.

É fundamental investir em treinamento contínuo para aprimorar as habilidades da equipe e mantê-la atualizada sobre novos produtos, tecnologias e técnicas de vendas. Programas de capacitação podem abranger desde o atendimento ao cliente e técnicas de vendas até a gestão de estoque e o uso de sistemas de PDV. A retenção de talentos é outro fator chave, já que o setor de varejo apresenta alta rotatividade (entrada e saída de funcionários). Ofereça benefícios e crie um ambiente de trabalho positivo e motivador para reduzir a rotatividade e manter uma equipe experiente e engajada. Considere fatores como remuneração competitiva, planos de saúde, participação nos lucros e programas de desenvolvimento profissional.

Além de manter uma equipe capacitada, o empreendedor necessita se atualizar e saber o que está acontecendo na sua área de atuação. A participação em seminários, congressos e cursos sobre o segmento deve ser rotineira, independentemente do volume de trabalho existente em seu negócio.

Lembre-se da importância de estar em conformidade com a legislação trabalhista. Consulte a Convenção Coletiva do Sindicato do Comércio Atacadista e Varejista de Material de Construção da sua região para garantir que seus colaboradores estejam recebendo salários e benefícios justos e adequados. O Sebrae local é um excelente recurso para obter informações e orientações sobre gestão de pessoas, legislação trabalhista e melhores práticas para o seu negócio.

7. Equipamentos

Ao montar uma loja de material de construção, o empreendedor poderá verificar a possibilidade de os fornecedores lhe oferecerem móveis e equipamentos para o show room na forma de comodato, empréstimos de bens, no caso que possam servir de alternativa para aliviar os custos de quem está começando.

Para estruturar a loja serão necessários os seguintes equipamentos:

Equipamentos para o show room: cestas plásticas para transporte de pequenos volumes; balcão de atendimento; monitor; computador; leitor de código de barras; impressora fiscal; gaveta de dinheiro automática; no break; gôndola de parede inicial; gôndola de parede continuação; gôndola de ponta; gôndola de centro inicial; gôndola de centro continuação; prateleiras de aço; outras prateleiras e pallets.

Equipamentos para o escritório e estoque: impressora multifuncional laser; no break; telefone sem fio + 1 ramal; armário alto fechado; armário baixo fechado; mesa 0,96x0,60 sem gavetas; armário executivo; mesa 1,20x0,60 com duas gavetas e chave; conexão

arredondada; poltrona presidente standard giratória com braço; monitor; computador/servidor; periféricos; lixeira com pedal; carrinho para armazém com capacidade de até 300Kg, nº13; etiquetadora; estantes de aço e pallets

8. Matéria Prima/Mercadoria

O sucesso de uma loja de materiais de construção, como a sua, depende diretamente de uma gestão eficiente de estoques. Equilibrar oferta e demanda é crucial para evitar perdas financeiras e imobilizar capital desnecessariamente. Imagine: ter o produto certo, na quantidade certa, no momento certo. Isso é a chave!

O equilíbrio deve ser medido periodicamente e registrado por meio dos três importantes indicadores de desempenho que seguem:

Giro de estoques: este KPI indica quantas vezes seu investimento em estoque é recuperado através das vendas em um determinado período (geralmente, anual). Um giro alto significa que seu estoque está se movimentando rapidamente, gerando receita e minimizando o risco de obsolescência. Quanto mais frequentes as entregas dos fornecedores (em lotes menores), maior será o giro.

Cobertura de estoque: este indicador mostra por quanto tempo seu estoque atual consegue suprir suas vendas futuras, sem novos suprimentos. É um termômetro para prever a necessidade de novas compras e evitar rupturas.

Nível de serviço ao cliente: para uma loja de materiais de construção, onde a venda imediata é comum, este KPI é essencial. Ele mede a quantidade de vendas perdidas devido à falta de estoque. Um alto nível de serviço garante a satisfação do cliente e fideliza o negócio.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser o suficiente, um estoque mínimo, não pequeno, mas, o necessário de acordo com o perfil de vendas da loja, conforme as quantidades demandadas. Compras em excesso prejudicam o negócio, pois os recursos financeiros serão destinados a pagar as compras de mercadorias que ainda estão estocadas. Sendo assim, o ideal é gerar o menor impacto na alocação de capital de giro.

Portanto, o estoque ideal não é o menor possível, mas sim o mínimo necessário para atender à demanda, sem comprometer o atendimento ao cliente. Estoques excessivos representam um grande custo em capital de giro. O cálculo do estoque mínimo deve considerar o tempo entre o pedido e a entrega dos produtos. E lembre-se: adapte seu estoque às flutuações da demanda, analisando constantemente suas vendas.

Em uma loja de materiais de construção, a variedade de produtos é extensa. Você precisará lidar com itens como: cimento, tijolos, areia, pedras, telhas, madeiras, ferragens (arames, cantoneiras, ferros), argamassa, rejunte, tubos e conexões, além de itens elétricos (tomadas, interruptores, quadros de luz), encanamentos e acessórios (torneiras, duchas, ralos, grelhas, bombas d'água e caixas d'água). A diversidade é grande, mas a gestão precisa ser otimizada.

Para adquirir seus produtos, você pode negociar diretamente com fábricas, distribuidores ou atacadistas. Lembre-se: a escolha do fornecedor é tão importante quanto a gestão de estoque. Pesquise bastante!

Pesquisas apontam os seguintes aspectos como os mais importantes na escolha de um fornecedor:

- 1) Qualidade;
- 2) Preço;
- 3) Atendimento no ponto de venda;
- 4) Orientação técnica;
- 5) Logística.

9. Organização do Processo Produtivo

A estruturação do processo produtivo em uma loja de material de construção pode ser feito da seguinte forma: compra do produto - venda do produto - baixa do produto no estoque - entrega do produto ao cliente - reposição do produto no estoque (que corresponde à etapa de compra do produto).

- Compra do produto

Esta é a etapa do processo produtivo que consiste no contato que o proprietário ou pessoa responsável por compras faz com o fornecedor para o pedido de mercadorias.

- Venda do produto

A venda do produto é uma fase muito importante e que requer bastante atenção do empresário em qualquer estabelecimento comercial. Cabe ao vendedor orientar e oferecer opções de acordo com a necessidade do cliente.

- Baixa do produto no estoque

Para que o empresário tenha controle das vendas, é fundamental que todos os produtos existentes na loja estejam cadastrados e que os produtos vendidos sejam lançados em algum sistema ou documento.

- Entrega do produto ao cliente

A entrega do produto pode ser feita no balcão ao cliente ou, se o cliente desejar, a maioria das lojas faz entrega em domicílio.

- Reposição do produto no estoque

As compras geralmente são programadas. Os produtos de maior giro são repostos com periodicidade regular.

O prazo de entrega das compras não programadas dependerá da disponibilidade em

estoque do fornecedor. A maioria dos fornecedores pede 30 dias para entregar o produto nas grandes cidades. Todos os produtos que chegam à loja devem ir para o depósito. No depósito, precisam ser cadastrados antes de serem disponibilizados para venda.

Sugere-se ao empreendedor, contratar um software de sistema de gestão. Assim, poderá controlar suas vendas, compras, estoque etc.

10. Automação

Existe no mercado uma grande oferta de sistemas para gerenciamento de pequenos negócios e esta ferramenta irá auxiliar o empreendedor na sua tomada de decisão. Entretanto, o ideal é que o empresário invista em softwares específicos para loja de materiais de construção, permitindo uma gestão mais eficiente do negócio. Os sistemas de gestão "ERP's" permitem uma visão periférica do negócio. Veja alguns benefícios que um software de gestão pode oferecer:

- Controle de clientes com gerenciamento de relacionamento/CRM (Customer Relationship Management);
- Controle de informações recebidas do SPC (Serviço de Proteção ao Crédito);
- Verificação do limite de crédito do cliente;
- Acompanhamento de negociação no pós-venda;
- Personalização do perfil do cliente para gerar recomendação de venda, de acordo com as preferências do cliente;
- Envio de e-mail direto e personalizado para comunicação com os clientes;
- Controle de fornecedores com histórico de compras;
- Relação de produtos e controle de estoque;
- Controle de estoque automático através de compra/venda;
- Tabela de preços;
- Leitura de códigos de barras;
- Relatórios de acompanhamento do fornecedor (de quem foi comprado)/cliente para quem foi vendido;
- Contas a pagar;
- Controle de despesas;
- Contas a receber ou crediário;

- Controle bancário (taxas, tarifas, cheques já compensados etc.);
- Fluxo de caixa;
- Cálculo e controle de comissão de vendedores.

Apesar de procurar necessária por um softwares de custos acessíveis e compatíveis com uma pequena empresa desse ramo, deve-se observar que se trata de uma ferramenta fundamental no controle e gerenciamento. Utilizando-se a Tecnologia da Informação – TI também pode ser uma forma de gerar uma grande quantidade de informações em pesquisas, estatísticas, relatórios e gráficos para a gestão eficiente de uma loja de material de construção.

11. Canais de Distribuição

Definir os canais de distribuição certos é fundamental para o sucesso de sua loja de materiais de construção. Hoje, o consumidor espera opções diversas e ágeis. Não se limite à venda tradicional! Pense em como alcançar seu cliente da forma mais eficiente e conveniente para ele, maximizando suas chances de vendas.

A venda direta na loja física continua sendo a base, oferecendo a experiência tátil de escolher produtos e receber consultoria personalizada. Mas, para crescer no mercado competitivo atual, diversificar é crucial. O e-commerce, por exemplo, se tornou essencial. Uma loja online permite alcançar clientes em uma área geográfica maior, expandindo seu mercado e aumentando seu potencial de vendas. Plataformas como Mercado Livre e Magazine Luiza oferecem opções para integrar seu negócio ao comércio eletrônico, exigindo menor investimento inicial que a construção de um site próprio. Independentemente da plataforma escolhida, invista em fotos de alta qualidade e descrições detalhadas dos produtos para atrair clientes.

A entrega em domicílio é outro fator chave. Ofereça essa opção, pois é uma grande comodidade para o cliente, especialmente em compras volumosas. Você pode optar por terceirizar o serviço de entrega com empresas especializadas, minimizando custos iniciais e burocracia de gestão de frota. Entretanto, se o volume de entregas justificar, contar com frota própria pode gerar maior controle e fidelização, além de possíveis ganhos de escala com negociação de frete. Pesquise as melhores opções para seu negócio, considerando o custo-benefício de cada alternativa. Não esqueça de apresentar opções de frete claras e transparentes no seu site e na sua loja física.

Além do online e da entrega em domicílio, considere parcerias estratégicas. Construir relacionamentos com construtoras, arquitetos e designers de interiores pode gerar um fluxo constante de clientes. A participação em feiras e eventos do setor também é uma excelente estratégia para promover sua loja e estabelecer contatos importantes.

Lembre-se: o sucesso depende da escolha de canais que melhor se alinhem ao seu público-alvo e ao seu modelo de negócio. Analise seu orçamento, recursos disponíveis e o perfil dos seus clientes para definir a melhor estratégia de distribuição. O Sebrae e outras instituições oferecem consultorias e programas de apoio ao empreendedorismo, podendo te auxiliar nessa tomada de decisão. Explore essas opções para receber suporte e orientações personalizadas.

Não tenha medo de inovar e adaptar seus canais de distribuição de acordo com as mudanças no mercado e com as necessidades dos seus clientes. A flexibilidade e a capacidade de adaptação são essenciais para o sucesso a longo prazo.

12. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir a fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona através de uma certa quantia retida no caixa da empresa, imobilizada, inclusive em bancos, para suportar as oscilações. Esse capital de giro é regulado pelos prazos de cada atividade dentro da empresa, como: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Quanto maior o prazo concedido aos clientes e maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode reduzir muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros, for maior que os prazos médios de estocagem, somados ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva. Ou seja, haverá necessidade de manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso, um aumento de vendas implica, também, em um aumento de encaixe em capital de giro. Por tanto, o lucro da empresa deve ser aplicado ao menos parcialmente para complementar as necessidades do caixa da loja. Caso ocorra o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Então, é muito importante a organização das despesas da loja e que seu capital de giro esteja sempre bem alinhado, ficando atento para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos).

Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

O desafio da gestão do capital de giro em uma loja de materiais de construção deve-se, principalmente, à ocorrência dos fatores a seguir:

- Variação dos diversos custos absorvidos pela empresa;
- Aumento de despesas financeiras, em decorrência das instabilidades do mercado;
- Altos níveis de estoque;
- Inadimplência, caso o empreendedor opte por trabalhar com cheques;
- Baixo volume de vendas em determinados meses do ano.

Para chegar ao valor do capital de giro é necessário ter bem definidas as despesas futuras,

como custos fixos e financiamento de vendas (cartão de crédito, cheque ou financeiras). Dado que os números do investimento inicial já consideram a loja montada e estocada, estima-se que a necessidade de capital de giro representa cerca de 15% a 20% do investimento inicial. A estratégia a ser utilizada para atrair clientes será fundamental para o alcance do ponto de equilíbrio entre receita e despesa.

13. Diversificação/Agregação de Valor

Identificar um diferencial em relação aos concorrentes e vê-lo reconhecido pelo consumidor significa vantagem dentro do mercado. Lembramos que uma loja de material de construção pequena tem como público-alvo o cliente que busca itens de primeira necessidade e conveniência. Ou seja, o cliente não quer percorrer grandes distâncias para comprar itens que o mestre de obras pode ter esquecido de pedir.

Ciente disto, o empreendedor necessita estabelecer sua estratégia, podendo ser de custos ou de diferenciação.

Na estratégia de custos, em que o empreendedor pratica um preço bem mais baixo que os concorrentes, a pequena loja terá desvantagem. Afinal, não conta com a mesma escala e poder de barganha de home centers ou grandes redes. O ideal é utilizar a estratégia da diferenciação, oferecendo algum valor agregado ao seu cliente.

São exemplos de diferenciação a localização da loja, que pode ser extremamente conveniente para os consumidores mais próximos, à área de vendas, a variedade e o sortimento do estoque, a existência de mercadorias ou serviços exclusivos.

Outra diferenciação pode ser o atendimento personalizado. Ao contrário de grandes redes, onde o atendimento é impessoal, a personalização e a atenção ao cliente irão gerar valor para a empresa. Atingir e manter um bom padrão de atendimento e de serviços é tarefa de longo prazo e o propósito da empresa é focado no cliente.

A oferta de serviços é muito importante na definição dos itens a serem agregados. Seguem algumas sugestões que podem ser agregadas ao negócio:

- Oferecer um serviço de entrega, com cuidado ao descarregar e sempre no prazo.
- Oferecer ao cliente comodidade e beleza, proporcionando prazer de frequentar a loja;
- Oferecer ao cliente um excelente atendimento, deixando-o satisfeito independentemente de a loja ter o que ele precisa;
- Treinar os funcionários para estarem sempre dispostos a ouvir e considerar as opiniões dos clientes;
- Personalizar o atendimento, oferecendo um atendimento diferenciado a cada um dos clientes;
- Estar à frente dos concorrentes, buscando as inovações tecnológicas do setor;
- Estabelecer parcerias com arquitetos e decoradores. Manter estantes com coleções de

revistas e computadores disponíveis para pesquisas em sites de decoração.

- Oferecer cursos e palestras para a clientela, que podem ser obtidos com os fornecedores;
- Oferecer compra por telefone ou pela internet;
- Oferecer produtos complementares a uma compra realizada;
- Manter espaço de descanso com cadeiras;
- Oferecer água e cafezinho;
- Instituir cartão fidelidade.

O conjunto formado por esses serviços compõe a proposta de atendimento da loja e deve ser encarado como um compromisso do empreendedor junto aos seus clientes. O empreendedor deve manter-se sempre atualizado com as novas tendências, novas técnicas, novos métodos, por meio da leitura de colunas de jornais e revistas especializadas, assistir a programas de televisão ou navegar na internet.

14. Divulgação

Para a divulgação dos produtos de material de construção existem vários meios, que variam de acordo com o porte da loja e o público-alvo que será escolhido como foco. Essas ações devem ser feitas sob a ótica do cliente, muitas vezes diferente do que o empreendedor imagina como adequado. Para um empreendimento de pequeno porte, pode ser usada a distribuição de folhetos e folders, junto aos clientes que procuram a empresa e nos arredores da loja, divulgando os serviços, produtos que são ofertados e seu diferencial.

Outras formas de propaganda são os anúncios em jornais de bairro, revistas locais, taxidoor e busdoor (buscando sempre veículos que fazem rotas nas imediações), banners e artes visuais para fixar a marca e chamar a atenção do cliente, redes sociais, e-mail marketing para clientes que autorizam e carros da família com a logomarca da loja.

Você conhece o significado da mala direta? É um sistema barato e simples, no qual pode ser utilizado o cadastro de clientes, que é obtido de forma rápida e sem maiores custos, por meio de banco de dados de quem frequenta a loja. É possível, ainda, lançar mão de uma relação de conhecidos do proprietário ou a compra de listagens vendidas no mercado por empresas de marketing direto. A divulgação através de site na internet e de redes sociais deve ser considerada, pois o acesso de pessoas a estes veículos de comunicação cresce permanentemente e em larga escala. Contribui também para a divulgação a promoção de vendas, que é uma estratégia bastante utilizada pelos empresários, incluindo: descontos, brindes, estímulos para a compra de quantidades maiores, entre outros.

Além da propaganda, existem outras formas de divulgação dos produtos de uma loja de material de construção. Entre elas: loja bem decorada; um site com apresentação atraente, incluindo alguns produtos e curiosidades sobre a loja e seu funcionamento; fazer promoções e unir-se com outros empresários para diminuir custos de divulgação, por meio de folhetos com divulgação de diferentes estabelecimentos.

A atenção dispensada ao consumidor e um produto de qualidade, aliados a um preço justo, são a garantia de uma fidelização do cliente. A propaganda boca a boca, feita pelo cliente encantado, é a promoção mais sincera e eficaz.

15. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de LOJA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 4744-0/99 como o comércio varejista de materiais de construção em geral, poderá optar pelo Simples Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições, instituído pela Lei Complementar nº 123/2006. Os pequenos negócios podem optar pelo Simples, desde que sua categoria esteja contemplada no regime, a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse R\$ 360 mil para microempresa e R\$ 4,8 milhões para empresa de pequeno porte e sejam respeitados os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor de ME e EPP poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional>):

- IRPJ (Imposto de Renda da Pessoa Jurídica);
- CSLL (Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido);
- PIS (Programa de Integração Social);
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social);
- CPP (Contribuição Previdenciária Patronal);
- ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços): para empresas do comércio
- ISS (Imposto Sobre Serviços): para empresas que prestam serviços;
- IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados): para indústrias.

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do Simples Nacional variam de acordo com as tabelas I a VI, dependendo das atividades exercidas e 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 R\$ 81 mil, o empreendedor poderá optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que ele não seja dono ou sócio de outra empresa e tenha até um funcionário. Para se enquadrar no MEI, sua atividade deve constar na tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (<http://www>).

portaldoempreendedor.gov.br/legislacao/resolucoes/arquivos/ANEXO_XIII.pdf

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
• R\$ 1 de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias (para empresas de comércio e indústria) • R\$ 5 de ISS – Imposto sobre Serviços (para empresas de prestadoras de serviços)

II) Com um empregado (o MEI poderá ter um empregado, desde que ele receba o 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.

Outros regimes de tributação

Para os empreendedores que preferem não optar pelo Simples Nacional, há os regimes de tributação abaixo:

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

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

- IRPJ - 15%. Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, no mês, ou R\$ 60 mil, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;
- CSLL - 9%. Não há adicional de imposto.
- PIS - 1,65% - sobre a receita bruta total, compensável;
- COFINS - 7,65% - sobre a receita bruta total, compensável.

Incidem também sobre a receita bruta os impostos estaduais e municipais:

- ICMS - Em regra geral, as alíquotas variam conforme o estado, entre 17 e 19%. Alguns produtos ou serviços possuem alíquotas reduzidas ou diferenciadas. - ISS – Calculado sobre a receita de prestação de serviços, varia conforme o município onde a empresa estiver sediada, entre 2 e 5%.

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

- INSS - Valor devido pela Empresa - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-

labore e autônomos;

- INSS - Autônomos - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11% da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos, observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS).

- FGTS – Fundo de Garantia por tempo de serviço, incide sobre o valor da folha de salários a alíquota de 8%.

Recomendamos que o empreendedor consulte sempre um contador, para que ele o oriente sobre o enquadramento jurídico e o regime de tributação mais adequado ao seu caso.

16. Eventos

Para um melhor entendimento, veja alguns dos eventos tradicionais indicados que podem ser frequentados por quem possui Loja de Material de Construção:

Feira Brasileira de Fabricantes da Construção Civil – Feira Fabricon: www.viaapiaeventos.com.br/feirafabricao/

Construir Minas. - www.construirminas.com.br/

Minascon - Feira da Indústria da Construção. - www.minascon.com.br/

Calendário de Feiras e Exposições: www.nfeiras.com/material-construca/brasil/

Feira da Construção Civil - www.sienge.com.br/feicon/

Calendário de eventos - www.abmtenc.civ.puc-rio.br/eventos/

17. Entidades em Geral

Relação de entidades para eventuais consultas:

SINTRAMACON/DF - Sindicato dos Trabalhadores do Comércio Atacadista e Varejista de Materiais de Construção do Distrito Federal.

www.sintramacon.com.br/site/

FECOMERCIO - DF Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Distrito Federal.

www.fecomerciodf.com.br/

FECOMERCIO – RJ .Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro.

www.fecomercio-rj.org.br/

18. Normas Técnicas

O documento estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido, as normas técnicas, fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando à 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 (governos, institutos de pesquisa, universidades e pessoas físicas).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o único foro de normalização do País.

1. Normas específicas para uma loja de materiais de construção:

A ABNT emitiu diversas normas para o setor da construção civil, divididas por diferentes comitês especializados, entre elas: CB-002 – Construção civil; CB-018 – Cimento, concreto e agregados; CB-217 – Drywall, entre outros.

É de extrema importância que o lojista tenha conhecimento destas normas, para oferecer produtos de qualidade, que as atendam. A ABNT inclusive disponibiliza, gratuitamente, uma coleção setorial para cerâmica vermelha.

Normas aplicáveis na execução de uma loja de materiais de construção:

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais. Esta norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio. 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 ISO IEC 8995-1:2013 - Iluminação de ambientes de trabalho - Parte 1: Interior. Esta norma especifica os requisitos de iluminação para locais de trabalho internos e os requisitos para que as pessoas desempenhem tarefas visuais de maneira eficiente, com conforto e segurança durante todo o período de trabalho.

ABNT NBR 5419:2015 - 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 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 imposta pelo SPDA instalado.

ABNT NBR 9050:2015 - 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, mobiliários, 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.

19. Glossário

Arcaico – Antigo, velho.

Home Center - Centro de compras de produtos para casa.

Obsoleto – Caído em desuso, arcaico

Palets expositores – Plataformas feitas de diversos materiais, como por exemplo madeiras, metais, etc., utilizadas como base para colocação de mercadorias para exposição.

PDV – Ponto de Venda, ou local que estão situados os caixas.

Show room – Espaço para exposição de produtos.

20. Dicas de Negócio

Abrir uma loja de material de construção exige planejamento estratégico e visão de mercado. O sucesso nesse ramo competitivo depende de uma gestão eficiente e da oferta de serviços que agreguem valor ao cliente. Não basta apenas ter produtos; é preciso construir relacionamentos sólidos e oferecer uma experiência de compra excepcional.

Veja algumas dicas abaixo:

- Verifique os preços praticados pelos concorrentes;
- Dê atenção aos funcionários para garantir um excelente atendimento;
- Estabeleça uma excelente relação com fornecedores;
- Peça aos fornecedores que deixem promotores de vendas, material de divulgação de produtos, estande de vendas e amostras de produtos;
- Utilize instituições financeiras para financiar as compras dos clientes, visando a reduzir a

inadimplência;

- Evite vendas em cheque para reduzir o risco de inadimplência;
- O acompanhamento do proprietário é fundamental para o sucesso do empreendimento, mas isto não quer dizer que ele precisa estar na “frente de trabalho” todo o tempo, pois necessita se dedicar ao planejamento de suas ações futuras e à correção de falhas eventuais.
- Busque parcerias com seus fornecedores: esse tipo de relacionamento comercial traz um sem-número de benefícios para as duas partes envolvidas. Um acordo firmado entre o lojista e fornecedores, por exemplo, pode garantir ao lojista prioridade de atendimento, mais dedicação, melhores prazos, descontos, acordos de publicidade, divulgação e até exclusividade na venda de uma determinada marca.

Erros comuns:

Principalmente quando se diz respeito ao início de um negócio, quando as vendas são poucas e as compras da empresa são muitas, o capital de giro é a segurança da empresa para custear este desequilíbrio. Um erro comum de empreendedores inexperientes é ver o dinheiro “sobrar” no final do mês (sem perceber que logo terá que desembolsar o pagamento das compras parceladas pelos fornecedores) e utilizá-lo como lucro ou em compras desnecessárias.

Também é muito comum fazer o planejamento e consumir o que estava previsto no capital de giro em mercadorias ou melhorias na reforma e em equipamentos. Outro erro comum é “empatar” o dinheiro do capital de giro em mercadorias de giro demorado.

Lembre-se: o sucesso de sua loja de material de construção depende da combinação entre uma gestão eficiente, um atendimento de excelência e a construção de parcerias estratégicas com seus fornecedores. Planeje cuidadosamente, monitore os resultados e adapte-se às mudanças do mercado. Com determinação e foco, você pode construir um negócio próspero e duradouro!

21. Características Específicas do Empreendedor

O empreendedor que desenvolve atividades relacionadas a um negócio como este precisa adequar-se a um perfil que o mantenha à frente do setor. É aconselhável uma auto análise para verificar qual a situação do futuro empreendedor frente a esse conjunto de características, identificando oportunidades de desenvolvimento. A seguir, algumas características desejáveis ao empresário desse ramo.

- Gostar de trabalhar com esse tipo de atividade e estar sempre atualizado sobre as últimas novidades, quer sejam em novos equipamentos, tecnologia, métodos etc.;
- Ter atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias;
- Acompanhar constantemente o desempenho dos concorrentes, suas práticas e inovações em relação a serviços ofertados;

- Manter o foco definido para o objetivo do negócio;
- Pesquisar e observar permanentemente o mercado em que está instalado, promovendo ajustes e adaptações no negócio;
- Saber administrar todas as áreas internas da empresa;
- Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos;
- Planejar e acompanhar o desempenho da empresa;
- Ser persistente e não desistir dos seus objetivos;
- 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 da loja.

22. Bibliografia Complementar

Pesquisa Anamaco (Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção). Disponível em: <http://novo.anamaco.com.br/dadosSetor-interna.aspx?uid=21>. Acesso em 01 de Dezembro de 2017.

AIUB, George Wilson et al. Plano de Negócios: serviços. 2. ed. Porto Alegre: Sebrae, 2000.

BARBOSA, Mônica de Barros; LIMA, Carlos Eduardo de. A Cartilha do Ponto Comercial: como escolher o lugar certo para o sucesso do seu negócio. São Paulo: Clio Editora, 2004.

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. Dominando os Desafios do Empreendedor. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2004.

COSTA, Nelson Pereira. Marketing para Empreendedores: um guia para montar e manter um negócio. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

DAUD, Miguel; RABELLO, Walter. Marketing de Varejo: Como incrementar resultados com a prestação de Serviços. São Paulo: Artmed Editora, 2006.

DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo. Cultura. Editores Associados, 1999.

GHEMAWAT, Pankaj. A estratégia e o cenário dos negócios: texto e casos. Bookman, Porto Alegre, 2000.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo:

Prentice Hall, 2000.

23. Fonte de Recurso

O empreendedor, através das agências de fomento, podem buscar linhas de crédito que possam ser utilizadas para ajudá-lo no início do negócio. Algumas instituições financeiras também possuem linhas de crédito voltadas para o pequeno negócio e que são lastreadas pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), em que o Sebrae pode ser avalista complementar de financiamentos para pequenos negócios, desde que atendidas alguns requisitos preliminares. Maiores informações podem ser obtidas na página do Sebrae na web:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/fundo-de-aval-do-sebrae-oferece-garantia-para-ospequenos-negocios,ac58742e7e294410VgnVCM2000003c74010aRCRD>

24. Planejamento Financeiro

É de vital importância para qualquer negócio a elaboração de um planejamento financeiro, pois ele é uma das ferramentas para o crescimento do seu empreendimento.

O primeiro passo do planejamento financeiro é fazer um orçamento anual. Faça uma estimativa do quanto irá receber e gastar, com base no seu histórico ou expectativa futura. Seja realista e sempre dê preferência para um cenário mais pessimista. Afinal de contas, o mercado está cercado de mudanças e incertezas.

Mesmo se você já for um empreendedor experiente terá que pensar na organização do fluxo de caixa, na necessidade do capital de giro, os processos das contas a pagar e a receber, entre outros. Comece registrando tudo o que você pretende ganhar ao longo de um período, depois elabore um plano de vendas refletindo quais suas fontes de receita, seu modelo de precificação, seus canais de distribuição, etc.

Após a etapa das receitas, faça a mesma coisa com as despesas. Planeje tudo o que você vai gastar ao longo de um período. Além dos gastos mensais - recorrentes (ex. salários, aluguel, fornecedores, energia), inclua gastos eventuais (ex. manutenção) ou que reflitam a necessidade de novos investimentos que serão necessários um novo patamar da empresa (ex. ampliação de espaço, aquisição de maquinário, etc). Cada tipo de negócio tem suas características individuais e tudo isso influencia no planejamento.

O acompanhamento e registro das contas que se paga e recebe da empresa é importante para o pleno controle do capital e análise da saúde financeira. A atividade não é completa apenas com os lançamentos. Deve-se fazer o acompanhamento constante das entradas e despesas e compará-las com o planejamento realizado. Dessa maneira você pode rapidamente corrigir eventuais falhas e ou reforçar estratégias que estão dando resultados.

Existe no mercado softwares de gerenciamento que podem auxiliar no controle administrativo e financeiro gerando mais eficiência nos controles e produtividade.

25. Produtos e Serviços - Sebrae

Aproveite as ferramentas de gestão e conhecimento criadas para ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível em seu estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800.

Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

Cursos online e gratuitos - <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>

Para desenvolver o comportamento empreendedor

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

Para quem quer começar o próprio negócio

As soluções abaixo são úteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa. Ou pessoas que tem experiência em trabalhar por conta própria e querem se formalizar.

Plano de Negócios - O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da empresa: <http://goo.gl/odLojT>

Para quem quer inovar

Ferramenta Canvas online e gratuita - A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado: <https://www.sebraecanvas.com/#/>

Sebraetec - O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação: <http://goo.gl/kO3Wiy>

ALI - O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte: <http://goo.gl/3kMRUh>

26. Sites Úteis

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

<http://www.abramat.org.br/>

27. Investimentos estimados

O investimento compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio, até o momento de sua autos sustentação. Pode ser dividido em:

- Investimento fixo – compreende o capital empregado na compra de imóveis, equipamentos, móveis, utensílios, instalações reformas etc.;
 - Investimentos pré-operacionais – são todos os gastos ou despesas realizados com projetos, pesquisas de mercado, registro da empresa, projeto de decoração, honorários profissionais, compra inicial e outros;
 - Capital de giro – é o capital necessário para suportar todos os gastos e despesas iniciais, gerados pela atividade produtiva da empresa. Destina-se a viabilizar as compras iniciais, pagamento de salários nos primeiros meses de funcionamento, impostos, taxas, honorários de contador, despesas de manutenção e outros.
- O valor total a ser investido depende de um conjunto de decisões que são tomadas antes da instalação do negócio, como por exemplo:

- Decidir sobre o local em que será montado o negócio: se o imóvel será próprio ou alugado.
 - Avaliar todas as modificações necessárias que deverão ser realizadas no local para o funcionamento do negócio.
- Sem considerar o pagamento de “luvas” pela aquisição do ponto comercial onde o negócio será instalado, para uma loja com área de aproximadamente 100m², o empreendedor deverá dispor de cerca de R\$ 145.000,00, de modo a fazer frente ao pagamento dos seguintes itens:
- Reforma, adaptação do imóvel e instalações; despesas de registro da empresa, honorários profissionais; móveis para as áreas administrativa e de estoque; mobiliário do *show room*; uniformes; site na internet; compra inicial e capital de giro.

Detalhamento estimado Investimento Fixo

Equipamentos - Itens Valor

Escritório

- 02 cadeiras giratórias com braço
R\$500,00
- 01 impressora multifuncional
R\$910,00
- 02 mesas em L - estações de trabalho
R\$2.100,00
- 02 microcomputadores completos

R\$4.400,00
- 1 central telefônica
R\$639,00
- 2 aparelhos telefônicos
R\$160,00
- 01 arquivo para pastas suspensas
R\$370,00
- 03 armários duas portas
R\$900,00
- 01 aparelho de ar condicionado 12.000 BTUs
R\$1.800,00
- 1 Software para gestão ERP e Instalação
R\$4.800,00
- 1 nobreak 1,5 KVA
R\$659,00
- materiais diversos (bebedouro, etc.)
R\$800,00

Área de Venda / Caixa / Depósito

- 01 impressora cupom fiscal
R\$650,00
- 01 impressoras
R\$500,00
- 1 balcao caixa
R\$600,00
- 03 microcomputadores completos
R\$11.000,00
- 04 cadeiras
R\$5.000,00
- 2 balcão de atendimento
R\$2.100,00
- 4 - Estante de aço
R\$1.800,00
- 2 gondolas lado duplo
R\$4.800,00
- 2 mostruários mdf
R\$2.200,00
- 4 Rack depósito
R\$3.000,00
- 1 nobreak 1,5 KVA
R\$659,00
- 15 pallets
R\$900,00
- materiais diversos
R\$400,00
TOTAL-----
R\$51.647,00

28. Custos e Despesas estimadas

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados. Entre os custos estão: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas e insumos consumidos no processo de estoque e comercialização.

No caso da loja de material de construção, podemos classificar os gastos inerentes ao negócio em três tipos: fixos, variáveis e CMV – Custo da Mercadoria Vendida.

As despesas fixas são aquelas que ocorrem independentemente do volume de negócio realizado. Se a loja ainda não estiver funcionando ou estiver faturando muito pouco, de qualquer forma o empresário terá de pagar o aluguel do imóvel, os salários, os honorários do contador, as contas de água, luz, telefone etc. Os custos variáveis são aqueles que oscilam em virtude do volume de vendas, como o custo com embalagens, taxas pagas à administradora de cartões de débito/crédito, comissões de vendedores, dentre outros, cujo desembolso irá aumentar à medida em que aumentam as vendas ou diminuir nos períodos de menor movimento.

O custo de aquisição das mercadorias vendidas é obtido da seguinte forma: $CMV = \text{Estoque Inicial} + \text{Compras} - \text{Estoque Final}$, onde:

Estoque inicial – Representa tudo que entrou em estoque através de compras/bonificação etc. (em geral, é a posição do estoque de mercadorias do último dia do mês anterior ao mês de apuração).

Compras – São as aquisições realizadas no período (desde a última posição de inventário).

Estoque final – É a última posição de estoque do período ou a posição de encerramento do mês (ano, trimestre etc.).

A apuração do custo das mercadorias vendidas está diretamente relacionada aos estoques da empresa, pois representa a baixa efetuada nas contas dos estoques por vendas realizadas no período. O cuidado na administração e na 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 ganho no resultado final do negócio.

