



ideias de
negócios

Loja de produtos da fazenda - Orgânicos



EMPREENDEDORISMO

Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

José Roberto Tadros

Diretor Presidente

Carlos Carmo Andrade Melles

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Eduardo Diogo

Unidade de Gestão de Soluções

Diego Demetrio

Coordenação

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Frassel Soluções Empresariais

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

www.staffart.com.br

Sumário

1.	1
2. Mercado	1
3.	3
4.	5
5. Estrutura	7
6. Pessoal	8
7. Equipamentos	9
8.	9
9.	10
10.	11
11.	13
12. Investimento	14
13.	16
14. Custos	17
15.	18
16.	19
17.	20
18. Eventos	21
19.	22
20.	23
21.	26
22.	26
23.	27
24.	28
25.	29

1.

Loja de produtos da fazenda - Orgânicos

Um negócio relacionado ao conceito de alimentação saudável, não industrializada e com o mínimo de conservantes. O modelo do negócio é a proximidade com natureza, onde são comercializados alimentos produzidos no campo, tais como: frutas, verduras e legumes, bebidas artesanais, conservas, molhos e condimentos, frutas secas, pães e biscoitos, café e chá, doces e geleias, grãos e farinhas, ervas medicinais, laticínios, massas, ovos, etc..

Um dos nichos mais importantes a ser considerado é o dos produtos orgânicos. O produto chamado orgânico é resultado de um sistema de cultivo agrícola que busca manejar, de forma equilibrada, o solo e os demais recursos naturais – água, plantas, animais e etc. – conservando-se em longo prazo e mantendo a harmonia desses elementos entre si e os seres humanos.

Nesse segmento, há uma concorrência bastante expressiva das grandes redes de supermercados, com seções destinadas exclusivamente para alimentos orgânicos. O aumento da oferta reflete o crescimento da demanda, composta por pessoas mais bem informadas e interessadas em uma alimentação saudável.

Os clientes que compram produtos de fazenda buscam associações com lembranças da infância ou querem, por alguns momentos, fugir do ambiente urbano. O empreendedor deve ajudar neste processo de “fuga da cidade”, simulando um ambiente rural em sua loja, repleta de produtos artesanais e caseiros. Mais informações podem ser obtidas por meio da elaboração de um plano de negócios. Para a construção deste plano, consulte o SEBRAE mais próximo.

2. Mercado

Consumo de orgânicos cresceu no país de 201 a 2019.

Fonte: Pesquisa da Euromonitor Internacional / fevereiro de 2017.
Pesquisa do Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável (Organis) apontou que 19% da população consomem alimentos orgânicos no país, um crescimento ante 2017, quando o patamar estava em 17%. Além disso, 35% dos entrevistados disseram ter consumido algum produto orgânico nos últimos seis meses. Foram consultadas 1.027 pessoas em todo o país. A margem de erro é de 3 pontos percentuais para mais ou para menos.

O maior índice de consumo de orgânicos é na região Sul (23%). O menor índice é no Norte (14%). Os produtos orgânicos mais consumidos são frutas – 25% dos que disseram consumir orgânicos -, verduras (24%), legumes (16%), tomate (15%) e hortaliças (8%). Em 2017, o produto orgânico mais consumido era a alface (33%).

Dos 19% que consomem orgânicos atualmente no país, 84% o fazem por preocupação com a saúde, 30% pelas características do produto, 9% por preocupação com o ambiente e 9% por curiosidade.

Em média, o consumo de orgânicos ocorre três vezes por semana, mas 36% disseram consumir esse produtos mais de cinco vezes por semana.

O local de consumo preferencial dos orgânicos é nas feiras (87%), seguidas por supermercados (61%) e outros tipos de comércio (17%).

O reconhecimento de um alimento como orgânico se dá majoritariamente por informações na embalagem (71%). O selo orgânico é usado para identificar produtos do tipo por apenas 3% dos consumidores — em 2017, esse percentual era de 8%. Ainda assim, metade dos entrevistados disse saber da existência do selo para certificar que um produto é orgânico e 90% afirmou saber que é obrigatório.

Dos entrevistados que compram produtos orgânicos, 65% disseram que não consomem em maior quantidade por causa do preço, 27% por dificuldade de encontrá-los e 6% por falta de costume. Ainda assim, 67% disseram estar dispostos ou muito dispostos a aumentar o consumo de orgânicos e 15% afirmaram estar pouco ou nada dispostos.

Fonte: Valor Econômico (05 de setembro de 2019).

Mercado Fornecedor

A relação com o mercado fornecedor também deve se basear na sustentabilidade. Podem-se priorizar fornecedores locais como organizações regionais e cooperativas para que a economia da região seja beneficiada com as atividades da empresa, uma prática socialmente justa. Da mesma forma, a preocupação com o meio ambiente também deve ser levada em consideração a partir da escolha por empresas, cujas políticas e diretrizes sociais e ambientais estejam alinhadas com as suas, não sendo somente informações para autovalorização da marca. A questão da sustentabilidade econômica também deve ser observada nas negociações com os fornecedores.

Fatores que devem ser analisados para a escolha de um fornecedor:

Distância física;

Referências;

· Custo do frete;

- Qualidade;
- Capacidade de fornecimento;
- Preço;
- Prazo;
- Forma de pagamento e de entrega.

Assim resumidamente podemos destacar as seguintes oportunidades e ameaças:

Oportunidades

- Aumento pela procura do mercado de produtos naturais, artesanais e orgânicos;
- Conscientização dos consumidores quanto a necessidade de cuidar da saúde;
- Conscientização dos consumidores quanto a sustentabilidade;
- O aumento da oferta tende a baixar os preços e se tornar atrativo para os consumidores;
- O ser humano está vivendo mais;
- Apelo as coisas simples, saborosas e saudáveis;

Ameaças

- O melhoramento genético está para produtividade que reduz os preços mas continua contaminando os alimentos, apesar da redução;
- Ainda uma grande parte dos jovens buscam os alimentos sintéticos e industrializados;
- Os grandes centros urbanos dificultam a penetração de lojas pequenas de produtos da fazenda;
- Os supermercados concorrem diretamente com as lojas criando espaços orgânicos e naturais.

3.

A localização do empreendimento é fundamental para o sucesso do negócio. Recomenda-se a instalação em local de grande fluxo de pessoas, ou seja: em centros

comerciais, proximidade de hospitais, estações de metrô, terminais rodoviários, escolas e/ou faculdades e universidades, ou locais de grande concentração de escritórios e outros pólos geradores de público, como: supermercados, hipermercados, agências bancárias, instituições de serviço público municipal, estadual e federal. Bairros populosos de classe média e alta constituem-se em locais bastante adequados para instalação de uma loja, bem como nas proximidades de grandes condomínios residenciais.

Outra possibilidade são locais que possuem circuitos turísticos permanentemente. Bem como a proximidade de academias de ginásticas e clubes também deve ser considerada.

Recomenda-se a instalação em áreas comerciais, especialmente cruzamentos de ruas para passageiros e pedestres na cidade. Lojas muito próximas a supermercados podem ter o seu movimento prejudicado.

O crescimento de alguns bairros e o aumento do fluxo em algumas avenidas podem influenciar na implantação de novos pontos comerciais. Os centros urbanos, aos poucos, estão se tornando menos atraentes devido a problemas de congestionamento, dificuldade para estacionar e poluição. Um bom ponto é aquele que fica perto ou no caminho do seu cliente.

As esquinas são mais valorizadas por serem visíveis por quem transita em ambas as ruas. Trechos de rua voltados para praça, largo, começo ou final de outra rua também possuem localização privilegiada.

Pontos de atenção na escolha do imóvel onde a empresa será instalada:

A relação entre receitas e despesas estimadas precisa ser compatível com os objetivos definidos pelo empreendedor. É preciso estar atento ao custo do aluguel, prazo do contrato, reajustes e reformas a fazer.

Certifique-se de que o imóvel atende às necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança, serviços de água, luz, esgoto, telefone, transporte etc.

Verifique se existem facilidades de acesso, estacionamento e outras comodidades que possam tornar mais conveniente e menos onerosa a adaptação do imóvel.

Cuidado com imóveis situados em locais sujeitos a inundação ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito.

Confira a planta do imóvel aprovada pela Prefeitura, e veja se não houve nenhuma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área, que deverá estar devidamente regularizada.

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU), 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 ao imóvel estão em dia;
- No caso de serem instaladas placas de identificação do estabelecimento, letreiros e outdoors, será necessário verificar o que determina a legislação local sobre o licenciamento das mesmas;
- Exigências da legislação local e do Corpo de Bombeiros Militar.

Para instalação de uma loja de produtos da fazenda em shoppings, galerias e centros comerciais, devem-se considerar os custos totais de ocupação como: aluguel, condomínio, taxas de publicidade e também o tempo de dedicação do empreendedor ao negócio, uma vez que esses empreendimentos possuem horários de funcionamento diferenciado.

4.

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Leia mais sobre este assunto no capítulo 'Informações Fiscais e Tributárias'.

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

Para abertura e registro da empresa é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema "Conectividade Social – INSS/FGTS";
- Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja

concedido o “Habite-se” pela prefeitura.

Importante:

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

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

- 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 etc.

IMPORTANTE: as leis, decretos, portarias, resoluções frequentemente sofrem revisões (atualizações), em virtude de novos acontecimentos ou pela necessidade de melhorar interpretações em relação ao seu conteúdo, função, abrangência ou penalidade. Portanto as leis citadas neste material estão atualizadas, mas a qualquer momento podem mudar. Para saber se estão utilizando a mais atual fiquem atentos as indicações de revisões, digitando as características da lei, exemplo: ‘Decreto-Lei nº. 986”, sem a data, em um site de busca e aparecerá nas 10 primeiras opções (links para acesso web), com as sugestões mais recentes.

As principais exigências legais aplicáveis a este segmento são:

- Lei nº. 6.437, de 20 de agosto de 1977 e alterações posteriores: configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas e a necessidade da responsabilidade técnica;
- Resolução RDC nº. 175, de 08 de julho de 2003: dispõe sobre o Regulamento Técnico de Avaliação de Matérias Macroscópicas e Microscópicas Prejudiciais à Saúde Humana em Alimentos Embalados;
- Resolução RDC nº 12, de 02 de janeiro de 2001 Aprova o Regulamento Técnico sobre padrões microbiológicos para alimentos. D.O.U. - Diário Oficial da União;

Poder Executivo, de 10 de janeiro de 2001 ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária;

- Resolução RDC nº. 218, de 29 de julho de 2005: dispõe sobre o Regulamento Técnico de Procedimentos Higiênico-Sanitários para Manipulação de Alimentos e Bebidas Preparados com Vegetais;
- Resolução RDC nº. 259, de 20 de setembro de 2002: dispõe sobre o Regulamento Técnico sobre Rotulagem de Alimentos Embalados;
- Resolução RDC nº. 272, de 22 de setembro de 2005: dispõe sobre o Regulamento

Técnico para Produtos de Vegetais, Produtos de Frutas e Cogumelos Comestíveis;

- Resolução RDC nº. 275, de 21 de outubro de 2002: dispõe sobre o Regulamento Técnico de Procedimentos Operacionais Padronizados aplicados aos Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos e a Lista de Verificação das Boas Práticas de Fabricação em Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos;
- Resolução RDC nº. 359, de 23 de dezembro de 2003: dispõe sobre o Regulamento Técnico de Porções de Alimentos Embalados para Fins de Rotulagem Nutricional;
- Resolução RDC nº. 360, de 23 de dezembro de 2003: dispõe sobre o Regulamento Técnico sobre Rotulagem Nutricional de Alimentos Embalados, tornando obrigatória a rotulagem nutricional;
- Portaria nº. 326/97: Regulamento Técnico sobre as Condições Higiênico-Sanitárias e de Boas Práticas de Fabricação para Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos;
- Portaria nº. 1.428/93: Regulamento Técnico para Inspeção Sanitária de Alimentos.

5. Estrutura

Uma loja de produtos da fazenda - orgânicos pode ocupar uma área aproximada de 50 m², com flexibilidade para ampliação conforme o desenvolvimento do negócio. Os ambientes podem ser divididos em área para a exposição de produtos, área de vendas (com balcão de atendimento, caixa e entrega de produtos), depósito para estoque e banheiros.

O empreendedor deve planejar o mostruário de produtos no começo da loja, com gôndolas, prateleiras e araras, em ambiente arejado, limpo, claro e dentro das normas de segurança pré-estabelecidas pelo Corpo de Bombeiros.

Os fregueses são suscetíveis a impressões e informações adquiridas dentro das lojas. Portanto, paredes, tetos e corredores da loja podem se tornar mídias fundamentais para transmitir mensagens mercadológicas. A loja em si tornou-se uma enorme propaganda tridimensional, com sinalizações, prateleiras e expositores estimulando as compras dos clientes. Estudos comprovam que quanto mais tempo o cliente permanece em uma loja, maior será o desembolso final.

Outra forma de aumentar a receita é trabalhar a exposição por uso final, ou seja, mesclar itens que possam lembrar o cliente sobre produtos que podem ser usados juntos, como leite e granola, frutas e cereais.

É importante que as vitrines externas permitam a maior transparência para o interior da

loja e que exponham, de forma organizada, uma boa variedade de produtos. Porém, em cidades grandes e em locais pouco seguros, a fachada deve ter dispositivos adicionais de segurança como alarmes, câmeras de vigilância e grades de ferro.

Todo o ambiente deve ser limpo e organizado. O piso, a parede e o teto devem estar conservados e sem rachaduras, goteiras, infiltrações, mofo e descascamentos. O piso deve ser de alta resistência e durabilidade, além de fácil manutenção. Cerâmicas e ladrilhos coloridos proporcionam um toque especial, enquanto granito e porcelanato oferecem luxo e sofisticação ao ambiente.

As paredes devem ser pintadas com tinta acrílica. Tons claros são adequados para ambientes pequenos, pois proporcionam a sensação de amplitude. Texturas e tintas especiais na fachada externa personalizam e valorizam o ponto.

A utilização de forros de gesso proporciona a criação de diferentes efeitos de iluminação. Sancas com lâmpadas embutidas podem iluminar indiretamente o ambiente, ao mesmo tempo em que focos direcionados a vitrines e prateleiras destacam os produtos. Sempre que possível, deve-se aproveitar a luz natural. No final do mês, a economia da conta de luz compensa o investimento. Quanto às artificiais, a preferência é pelas lâmpadas de menor consumo como LED, por exemplo.

Profissionais qualificados (arquitetos, engenheiros, decoradores) poderão ajudar a definir as alterações a serem feitas no imóvel escolhido para funcionamento da loja, orientando em questões sobre layout, ergometria, fluxo de operação, iluminação, ventilação etc.

6. Pessoal

O número de funcionários varia de acordo com o tamanho do empreendimento. Para a estrutura sugerida, a loja de produtos da fazenda - orgânicos exige a seguinte equipe:

- Proprietário: responsável pelas atividades administrativas, financeiras e da prestação dos serviços. Deve ter conhecimento da gestão do negócio, do processo produtivo e do mercado.
- Administrativo: responsável pelo apoio aos vendedores, controle de estoque e execução de tarefas administrativas.
- Vendedor: responsável pelo atendimento aos clientes e venda dos produtos. Suas principais qualidades devem ser:
 - o Conhecer em profundidade os produtos oferecidos;
 - o Entender as necessidades dos clientes;
 - o Conhecer a cultura e o funcionamento da empresa;
 - o Conhecer as tendências do mercado;
 - o Desenvolver relacionamentos duradouros com os clientes;
 - o Transmitir confiabilidade e carisma;
 - o Atualizar-se sobre as novidades do segmento;
 - o Zelar pelo bom atendimento após a compra.

O fator humano é muito importante para o sucesso de um negócio. A contratação de vendedores competentes e com boa experiência sustenta a qualidade do serviço prestado. Os funcionários devem ser qualificados e comprometidos com o trabalho.

De acordo com o horário de funcionamento e com o volume de trabalho, pode ser necessária a contratação de mais vendedores. Esta expansão do negócio precisa ser planejada conforme o aumento do faturamento.

A qualificação de profissionais aumenta o comprometimento com a empresa, eleva o nível de retenção de funcionários, melhora a performance do negócio e diminui os custos trabalhistas com a rotatividade de pessoal. Além do aspecto técnico, a capacitação dos colaboradores deve desenvolver as seguintes competências: • Capacidade de percepção para entender e atender as expectativas dos clientes; • Agilidade e presteza no atendimento; • Capacidade de apresentar e vender os serviços da loja; • Motivação para crescer juntamente com o negócio.

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, consequências desagradáveis.

O empreendedor pode participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor. O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados.

7. Equipamentos

Os equipamentos básicos para a instalação de uma loja de produtos da fazenda são: • Vitruines e gôndolas; • Balcão e vitrine refrigerada; • Freezer; • Mobiliário para escritório. • Microcomputadores, caixas, telefone .

Ao fazer o layout da loja, o empreendedor deve levar em consideração a ambientação, decoração, circulação, ventilação e iluminação. Na área externa, deve-se atentar para a fachada, letreiros, entradas, saídas e estacionamento.

8.

A gestão de estoques apresenta particularidades de acordo com o tipo do negócio - comércio ou prestação de serviço. De qualquer forma, deve-se buscar a eficiência nesta gestão, sendo que o estoque de mercadorias deve ser suficiente para o adequado funcionamento da empresa, mas mínimo, para reduzir o impacto no capital de giro.

Fique atento, pois a falta de mercadorias pode representar a perda de uma venda. Por outro lado, possuir mercadorias estocadas por muito tempo é deixar dinheiro parado. É essencial o bom desempenho na gestão de estoques, com foco no equilíbrio entre

oferta e demanda.

Esse equilíbrio deve ser sistematicamente conferido, com base, entre outros, nestes três indicadores de desempenho:

1 - Giro dos estoques: número de vezes que o capital investido em estoques é recuperado por meio das vendas. É medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

2 - Cobertura dos estoques: indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

3 - Nível de serviço ao cliente: demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, no varejo de pronta entrega (segmento em que o cliente quer receber a mercadoria ou o serviço imediatamente após a escolha), pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

O estoque de mercadorias é muito importante para o sucesso de uma loja de produtos da fazenda. O empreendedor deve conhecer o perfil de sua clientela e vender artigos com a finalidade de aumentar o giro de estoque.

Os principais produtos ofertados pela loja são:• Bebidas artesanais: licores, sucos, café, chá.• Laticínios: leites, bebidas lácteas, queijos, iogurtes, manteigas, coalhada.• Embutidos: salames, presunto, bacon, lombo, salsichas, apresuntado, mortadela.• Farináceos: pão, grãos, biscoitos caseiros e farinhas.• Avicultura: ovos, galinha caipira, codorna.• Agricultura orgânica: hortaliças, legumes, frutas e polpas de suco.• Piscicultura: pescados.• Conservas: molhos e condimentos.• Doces: goiabada, marmelada, doce de leite, compotas, geléias, doces cristalizados.

Os fornecedores devem ser fazendas da região com registro sanitário e certificações de qualidade. Uma forma de minimizar o risco do negócio é oferecer uma ampla variedade de produtos, de várias fazendas. Com o tempo, será possível identificar as preferências dos consumidores e investir nas mercadorias de maior demanda. A oferta de novidades é a principal fonte de atração de clientes. Além do giro do estoque, o empreendedor pode aumentar a oferta de produtos através do lançamento de novas linhas de venda.

9.

Os processos produtivos de uma loja de produtos da fazenda geralmente são divididos em:

Compras – pesquisa de fornecedores que comercializam produtos de ótima qualidade

e cadastramento desses produtores ou representantes. No caso de produtos orgânicos devem ser escolhidos aqueles devidamente certificados.

Atendimento ao cliente – é o primeiro contato com o cliente, geralmente se dá na visita à loja ou por telefone e/ou e-mail, whatsapp, site e redes sociais. O cliente fará a escolha dos produtos desejados através do sistema auto-service, procurando os atendentes para solução de dúvidas, ou solicitação de informações.

Caixa – realiza a cobrança dos produtos escolhidos pelo cliente, acondicionando-os em embalagem própria.

Administração – Pequeno espaço destinado às atividades de compra e relacionamento com fornecedores, controle de estoques, controle de contas a pagar, atividades de recursos humanos, controle financeiro e de contas bancárias, acompanhamento do desempenho do negócio e outras que o empreendedor julgar necessárias para o bom andamento do empreendimento.

Estoque – Deve-se manter uma reserva de produtos para reposição, porém, tomando-se o cuidado de não onerar a empresa com estoques desnecessários e cuidando-se para ofertar produtos sempre frescos.

10.

Investir em softwares para automatizar as lojas não é mais tendência, é uma necessidade. Nem sempre, porém, a ajuda digital é bem-vinda pelos lojistas.

Alguns varejistas ainda acreditam que tecnologia só dá trabalho e não adianta nada. Mas isso muda quando eles percebem os ganhos em produtividade.

Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor, verificando ainda se possui funcionalidades, tais como:

- Controle de mercadorias;
- Controle de taxa de serviço;
- Controle dos dados sobre faturamento/vendas, gestão de caixa e bancos (conta corrente) e estoque;
- Emissão de pedidos, notas fiscais, boletos bancários;
- Organização de compras e contas a pagar;

- Relatórios e gráficos gerenciais para análise real do faturamento da loja. A loja física como conhecemos hoje está mudando.

A tendência é a interação cada vez maior entre o ponto de venda e os ambientes virtuais.

Já existe no mercado uma ampla seleção de softwares e plataformas digitais que ajudam o varejista a administrar a pré-venda, monitorar o movimento de funcionários e clientes, integrar lojas físicas e virtuais e resolver questões de logística. Conheça a seguir algumas soluções em software para o varejo.

PRÉ-VENDA

No momento decisivo para ganhar ou perder um cliente, todo o cuidado é pouco. “O marketing ficou muito mais complexo do que no passado. Hoje, o varejista precisa realizar uma comunicação segmentada por grupos, direcionada para um determinado perfil ou até mesmo customizada para um cliente específico”, diz Caio Camargo, sócio-diretor da consultoria GS&MD. Confira soluções:

Ouvi - A solução em campanhas em mídias. O varejista amplia o cadastro e envia relatórios de acompanhamento das campanhas.

Preço Certo O software analisa variáveis como investimento, custos, despesas e margem de lucro e compõe preços competitivos para diferentes produtos.

Munddi - Plataforma que conecta fornecedores e varejistas. Com a solução, fornecedores que trabalham com determinado varejista indicam sua loja para o consumidor que já está na região, gerando uma visita altamente qualificada.

PONTO DE VENDA

Mesmo com a revolução digital, a loja física ainda continua sendo o principal canal de contato entre varejista e consumidor. “A maioria das decisões de marca e produto acontecem nesse ambiente”, diz Christian Manduca, da Fundação Dom Cabral. Exemplos:

Meu atendimento – APP para coleta os dados; traça oportunidades e ajuda a identificar gargalos da empresa.

Splits – Novo serviço de comanda digital por meio de aplicativo.

LOGÍSTICA

Para quem trabalha com comércio online, o controle da logística pode representar o sucesso ou o fracasso do negócio. “No varejo virtual, a logística assume um papel de protagonista, já que os custos operacionais são elevados”, diz Christian Manduca, da Fundação Dom Cabral. Por isso, algumas dicas abaixo:

Melhor envio - Negocia fretes com transportadoras, repassando para os clientes.

Send4 - Entrega compras feitas online em lojas físicas, que funcionam como pontos de retirada dos produtos.

GESTÃO

Nos últimos anos, multiplicaram-se as formas de interação como cliente, com novos canais de venda e estratégias de marketing, dificultando o controle e gestão das ações. Segue algumas aplicações que auxiliam na gestão:

Mobile Retail Suite - A solução otimiza e controla o tempo das tarefas nas lojas.

DNA Shopper – Integra os diversos canais de comunicação entre loja e cliente.

Smarket Solutions - Faz a gestão de espaços publicitários em pontos de venda.

PÓS-VENDA

Após a compra, o consumidor tem a oportunidade de avaliar sua experiência e compartilhar a opinião online. Sugestões:

Trustvox - Verifica a veracidade das postagens nas mídias sociais e canais digitais.

Tracksale - comportamento do cliente é analisado por meio de perguntas

FONTE: <https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2018/09/12-aplicativos-que-ajudam-o-empendedor-administrar-seu-negocio.html>

11.

Canais de distribuição são os meios pelos quais você entrega o seu produto até o cliente final. Em outras palavras, é como você faz com que seus produtos fiquem disponíveis para o consumidor final.

Os canais de distribuição estão diretamente envolvidos com a prestação de informações sobre o produto, customização, garantia de qualidade, oferta de produtos complementares, assistência técnica, pós-venda e logística. Em resumo, é tudo que possa garantir a disponibilidade do produto para o consumidor.

A empresa pode optar por distribuição via canal direto ou indireto. O canal de distribuição direto é quando a própria empresa é responsável pela entrega de seus produtos, sem que haja nenhum intermediário envolvido nesse processo.

Já no canal indireto a empresa repassa seus produtos a um intermediário responsável

por entregar os produtos da indústria para o consumidor. O intermediário pode ser um varejista, atacadista, distribuidor, broker ou qualquer outro envolvido no processo de distribuição de produtos.

O canal de distribuição é a própria loja de produtos da fazenda – orgânicos e/ou a loja virtual inserida em um site específico que permita a compra online. A distribuição poderá contemplar, também, o sistema delivery, a critério do empreendedor, onde a entrega poderá ser realizada por equipe da própria empresa ou terceirizada. Este sistema traz comodidade para o cliente e a possibilidade do desenvolvimento de estratégias personalizada. Nesses casos, o empreendedor deverá definir modelos de atendimento que possibilitem o equilíbrio das margens de lucratividade, estabelecendo valores mínimos de pedidos que possam ser entregues em domicílio. Os pedidos poderão ser feitos por telefone e/ou internet.

12. Investimento

O valor a ser investido num novo negócio envolve um conjunto de fatores, identificados ao longo do processo de instalação do empreendimento. O investimento para o início das atividades varia de acordo com o porte do empreendimento e os produtos e serviços que serão oferecidos.

Uma loja de produtos orgânicos, estabelecida em uma área de 50 m², exige um investimento inicial estimado de R\$ 50 mil reais, a ser alocado nos seguintes itens:

1 - INVESTIMENTOS FIXOS

1.1 - Máquinas e equipamentos

Item

Valor unitário

Balcão, freezer e vitrine refrigerada

R\$ 6.000,00

Fonte: Pesquisa da Euromonitor Internacional - fevereiro de 2017

1.2 - Equipamentos de informática

Item

Valor unitário

Telefone, Computador e Impressora

R\$ 8.000,00

1.3 - Móveis e utensílios

Item

Valor unitário

Vitrines, Gôndolas, Prateleiras

R\$ 5.000,00

Mobiliário do Escritório

R\$ 1.500,00

2 - INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Item

Valor unitário

Reformas

R\$ 15.000,00

Registro da empresa

R\$ 2.000,00

3 - INVESTIMENTOS FINANCEIROS

Item

Valor unitário

Capital de giro

R\$ 5.500,00

Formação Estoque Inicial

R\$ 7.000,00

INVESTIMENTO TOTAL (1+2+3)

R\$ 50.000,00

PREVISÃO DE FATURAMENTO

Faturamento mensal

R\$ 40.000,00

* os itens descritos nas tabelas são exemplos que devem ser considerados, porém existem outros que devem ser também detalhados, para o seu negócio.

**Acesse <http://simulador.ms.sebrae.com.br> e veja exemplos de pesquisas estimando valores e faça a sua simulação.

***Os custos dos itens descritos na tabela são meras estimativas, pois estes dependem de tamanho do negócio, fornecedores, regiões do país, etc.

Antes de montar sua empresa, é fundamental que o empreendedor elabore um Plano de Negócios, onde os valores necessários à estruturação da empresa podem ser mais detalhados, em função: regionalidade, dificuldades financeiras, objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado. O capital de giro necessário para os primeiros meses de funcionamento do negócio também deve ser considerado neste planejamento.

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando

o segmento de clientes, os atores com quem se relacionará, as atividades chave, as parcerias necessárias, sua estrutura de custos e fontes de receita.

13.

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

ITEM
QUANTIDADE
VALOR UNITÁRIO
Reserva de Caixa
1
R\$ 12.500,00

* Esta é meramente uma estimativa de valor, o seu capital de giro deve variar entre 20 e 30% do valor do investimento para operação. No exemplo temos um investimento estimado (tópico anterior) de R\$50.000,00. Assim uma reserva (capital de giro e estoque inicial) de R\$ 12.500,00

Quanto maior o prazo concedido aos clientes para pagamento e quanto maior o prazo de estocagem, maior será a necessidade de capital de giro do negócio. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode amenizar a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Prazos médios recebidos de fornecedores também devem ser considerados nesse cálculo: quanto maiores os prazos, menor será a necessidade de capital de giro.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos.

Sempre será muito útil que se tenha certo montante de recursos financeiros reservado para que o negócio possa fluir sem sobressaltos, especialmente no início do projeto. No entanto, ter esse recurso disponível não é suficiente porquanto ser premissa sua boa gestão, ou seja, somente deverá ser utilizado para honrar compromissos imediatos ou lidar com problemas de última hora.

14. Custos

Os custos dentro de um negócio são empregados tanto na elaboração dos serviços ou produtos quanto na manutenção do pleno funcionamento da empresa. Entre essas despesas, estão o que chamamos de custos fixos e custos variáveis.

CUSTOS VARIÁVEIS

São aqueles que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção.

Custos de materiais

Item
Quantidade
Valor unitário
Matéria-Prima ou mercadoria
30
R\$ 9.000,00
Custos dos impostos

Item
%
Valor unitário
Simples
9 % do faturamento bruto (R\$ 40.000,00)
R\$ 3.600,00
Custos com vendas

Item
%
Valor unitário
Propaganda
1 % do faturamento bruto (R\$ 40.000,00)
R\$ 400,00
Comissões

Custos fixos

São os gastos que permanecem constantes, independente de aumentos ou diminuições na quantidade produzida e vendida. Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio.

Salários e encargos

Função
Quantidade
Salário unitário
Salários, comissões e encargos.
3
R\$ 6.000,00

Depreciação

Ativos fixos
Valor total
Vida útil (anos)
Depreciação
Móveis e utensílios
R\$ 6.500,00
5
R\$ 108,00
Maquinas e equipamentos
R\$ 6.000,00
10
R\$ 50,00
Equipamentos informática
R\$ 8.000,00
5
R\$ 133,00
Despesas fixas e administrativas

Item
Valor unitário
Aluguel, condomínio e segurança
R\$ 2.500,00
Água, luz, telefone e internet
R\$ 800,00
Material de limpeza, higiene e escritório
R\$ 500,00
Assessoria contábil
R\$ 700,00
Despesa com armazenagem e transporte
R\$ 500,00

15.

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 produto ou serviço prestado.

As pesquisas quantitativas e qualitativas podem ajudar na identificação de benefícios de valor agregado. No caso de uma loja de produtos orgânicos, há várias oportunidades de diferenciação, tais como:

- Entrega de produtos em domicílio;
- Produção de receitas de alimentos diet ou light;
- Parceria com hotéis-fazenda e restaurantes naturais;
- Vendas de produtos pela internet.

O empreendedor deve manter-se sempre atualizado com as novas tendências, novas técnicas, novos utensílios e produtos, através da leitura de colunas de jornais e revistas especializadas, programas de televisão ou através da Internet.

16.

A propaganda é um importante instrumento para tornar a empresa e seus serviços conhecidos pelos clientes potenciais. A divulgação pode ser realizada através de vários canais de comunicação. Abaixo, sugerem-se algumas ações eficientes:

- Divulgar em redes sociais, tais como; Facebook, LinkedIn, Instagram, Google+, Twitter.
- Divulgar através de e-mail marketing e mensagens de WhatsApp;
- Divulgar em sites especializados;
- Confeccionar folders e flyers para a distribuição em residências nos bairros próximos a loja;
- Oferecer brindes para clientes que indicam outros clientes;
- Anunciar em jornais de bairro e revistas;
- Oferecer descontos para produtos combinados (queijos, vinhos e doces);
- Montar uma web site com a oferta de produtos para alavancar as vendas;
- Realização de degustações periódicas na loja;

- Divulgar em empresas.

O empreendedor deve sempre entregar o que foi prometido e, quando puder, superar as expectativas do cliente. Ao final, a melhor propaganda será feita pelos clientes satisfeitos e bem atendidos.

17.

Optantes do SIMPLES Nacional

Este segmento de empresa 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. a 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.portaldoeempreendedor.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.

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

18. Eventos

Pet South America – Feira Internacional de Produtos e Serviços para a Linha *Pet* e Veterinária - SP

Congresso Brasileiro de Agribusiness Empresa Promotora: Associação Brasileira de Agribusiness (Abag) - SP

Além das feiras e exposições agropecuárias espalhadas por todo o país, o empreendedor pode participar dos eventos abaixo:

Congresso Nacional da Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição São Paulo –
SPWebsite: <http://www.sban.com.br>

Fispal Food ServiceFeira Internacional de Produtos e Serviços para Alimentação fora
do Lar - www.fispal.com

Fispal Tecnologia Feira Internacional de Embalagens e Processos para as Indústrias
de Alimentos e Bebidas - www.fispal.com

19.

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, sendo importantes referências para o mercado. As normas técnicas podem estabelecer quesitos de qualidade, desempenho, de segurança. Não obstante, podem estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar, classificações ou terminologias e glossários. Definir a maneira de medir ou determinar as características, como métodos de ensaio. As Normas técnicas são publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

1. Normas específicas para uma Loja de Produtos Agropecuários:

- ABNT NBR 9843:2004 Versão Corrigida:2004 – Agrotóxico e afins – Armazenamento, movimentação e gerenciamento em armazéns, depósitos e laboratórios (O AUTOR DEIXOU UMA INTERROGAÇÃO, POR FAVOR COMPLETAR INFORMAÇÃO) Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para o armazenamento adequado de agrotóxicos, visando preservar a qualidade do produto, bem como a prevenção de acidentes.

- ABNT NBR 13968:1997 – Embalagem rígida vazia de agrotóxico – Procedimentos de lavagem. Esta Norma estabelece os procedimentos para a adequada lavagem de embalagens rígidas vazias de agrotóxicos que contiveram formulações miscíveis ou dispersíveis em água, classificadas como embalagens não perigosas, para fins de manuseio, transporte e armazenagem.

- ABNT NBR 14719:2001 – Embalagem rígida vazia de agrotóxico – Destinação final da embalagem lavada – Procedimento. Esta Norma estabelece os procedimentos para a destinação final das embalagens rígidas, usadas, vazias, adequadamente lavadas de acordo com a NBR 13968, que contiveram formulações de agrotóxicos miscíveis ou dispersíveis em água.

2. Normas aplicáveis na execução das instalações de uma Loja de Produtos Agropecuários:

- 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 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.

20.

Seguem alguns termos técnicos extraídos do Glossário Temático de Alimentação e Nutrição, produzido pelo Ministério da Saúde e disponível em: http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/glossario_alimenta.pdf .

Alimentação saudável: padrão alimentar adequado às necessidades biológicas e sociais dos indivíduos e de acordo com as fases do curso da vida. Deve ser acessível (física e financeiramente), saborosa, variada, colorida, harmônica e segura quanto aos

aspectos sanitários. Esse conceito considera as práticas alimentares culturalmente referenciadas e valoriza o consumo de alimentos saudáveis regionais (como legumes, verduras e frutas), sempre levando em consideração os aspectos comportamentais e afetivos relacionados às práticas alimentares.

Alimento diet: alimento industrializado em que determinados nutrientes como proteína, carboidrato, gordura, sódio, entre outros, estão ausentes ou em quantidades muito reduzidas, não resultando, necessariamente em um produto com baixas calorias.

Alimento in natura: alimento ofertado e consumido em seu estado natural, sem sofrer alterações industriais que modifiquem suas propriedades físico-químicas (textura, composição, propriedades organolépticas). As frutas e o leite fresco são exemplos de alimentos in natura.

Alimento integral: alimento pouco ou não-processado e que mantém em perfeitas condições o conteúdo de fibras e nutrientes. Não existe legislação que defina esse tipo de alimento.

Alimento light: alimento produzido de forma que sua composição reduza em, no mínimo, 25% o valor calórico e/ou os seguintes nutrientes: açúcares, gordura saturada, gorduras totais, colesterol e sódio, comparado como produto tradicional ou similar de marcas diferentes.

Boas práticas de fabricação de alimentos: procedimentos necessários para garantir a qualidade dos alimentos. O regulamento que estabelece os procedimentos necessários para a garantia da qualidade higiênico-sanitária dos alimentos preparados é a Resolução RDC nº. 216, de 2004, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), denominado Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação.

Composição dos alimentos: descrição do valor nutritivo dos alimentos e de substâncias específicas existente neles, como vitaminas, minerais e outros princípios.

Deficiência nutricional: estado orgânico que resulta de um processo em que as necessidades fisiológicas de nutrientes não estão sendo atendidas. A deficiência nutricional pode ser decorrente tanto de problemas alimentares quanto de problemas orgânicos.

Estado nutricional: resultado do equilíbrio entre o consumo de nutrientes e o gasto energético do organismo para suprir as necessidades nutricionais, em plano individual ou coletivo. Há três tipos de manifestação: adequação nutricional, carência nutricional e distúrbio nutricional.

Gordura trans: tipo específico de gordura formada por meio de um processo de hidrogenação natural (na gordura de animais ruminantes) ou industrial. Essas gorduras estão presentes na maioria dos alimentos industrializados, em concentrações variáveis. Os alimentos de origem animal, como a carne e o leite, possuem pequenas quantidades de gorduras trans. A gordura hidrogenada é um tipo específico de gordura

trans produzido pela indústria. O processo de hidrogenação industrial que transforma óleos vegetais líquidos em gordura sólida à temperatura ambiente é utilizado para melhorar a consistência dos alimentos e o tempo de prateleira de alguns produtos. A gordura trans (hidrogenada) é prejudicial à saúde, podendo contribuir para o desenvolvimento de algumas doenças crônicas como dislipidemias.

Manipulação de alimentos: conjunto de procedimentos e técnicas operacionais aplicadas aos alimentos, desde o tratamento da matéria-prima até a obtenção do alimento acabado. Esses procedimentos e técnicas ocorrem nas fases de processamento, de armazenamento e de transporte e de distribuição dos alimentos.

Recomendações nutricionais: prescrições quantitativas que se aplicam aos indivíduos para ingestão diária de nutrientes e calorias, conforme as suas necessidades nutricionais. As recomendações são determinadas por meio de pesquisas científicas.

Rotulagem nutricional: informação ao consumidor sobre os componentes nutricionais de um alimento ou de sua preparação, incluindo a declaração de valor energético e de nutrientes que o compõem. Existe legislação específica elaborada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária para a rotulagem de alimentos.

Segurança alimentar e nutricional: conjunto de princípios, políticas, medidas e instrumentos que assegure a realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, tendo como base práticas alimentares promotoras de saúde, que respeitem a diversidade cultural e que sejam social, econômica e ambientalmente sustentáveis. Acrescenta-se, que, além de acesso e consumo, o organismo deve dispor de condições fisiológicas adequadas para o aproveitamento dos alimentos por meio de boa digestão, absorção e metabolismo de nutrientes.

Tradições alimentares: usos e costumes alimentares que se transmitem de geração a geração, segundo a cultura tradicional de determinadas etnias ou grupamentos antropológicamente homogêneos.

Vigilância sanitária: conjunto de ações capazes de eliminar, de diminuir ou de prevenir riscos à saúde e de intervir nos problemas sanitários decorrentes do meio ambiente, da produção e da circulação de bens e da prestação de serviços de interesse da saúde. Essa vigilância abrange o controle de bens de consumo que, direta ou indiretamente, se relacionem com a saúde, em todas as etapas, do processo de produção até o consumo; o controle da prestação de serviços que se relacione, direta ou indiretamente, com a saúde.

21.

Uma loja de produtos da fazenda depende fundamentalmente de um bom ponto comercial. Lojas situadas em ruas de grande movimento, preferencialmente no lado do trajeto centro-bairro residencial são mais bem-sucedidas.

As portas devem ser de vidro com, no mínimo, um metro de largura. Devem-se evitar desníveis e degraus para promover a acessibilidade de pessoas portadoras de necessidades especiais e carrinhos de bebê.

O empreendedor deve dispor de doces e guloseimas nas prateleiras mais baixas, ao alcance da visão das crianças. Os produtos de limpeza devem estar distantes dos alimentos. Próximo ao caixa é um bom local para produtos pequenos e itens de compra por impulso.

Outro fator de sucesso de uma loja é a ambientação. Música caipira como som ambiente, móveis rústicos e uniformes temáticos para os funcionários contribuem para a sensação rural de estar fora do caos urbano.

22.

• O empreendedor envolvido com atividades relacionadas à comercialização de produtos da fazenda precisa adequar-se a um perfil que o mantenha na vanguarda do setor. É aconselhável uma auto-análise para verificar qual a situação do futuro empreendedor frente a esse conjunto de características e identificar oportunidades de desenvolvimento. A seguir, algumas características desejáveis ao empresário desse ramo:

- 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 da loja. Neste segmento, o empresário deve ter formação técnica no varejo e tino comercial. Também precisa estar atento às tendências do setor e hábitos dos clientes. Deve identificar os movimentos deste mercado e adaptá-los à sua oferta, reconhecendo as preferências dos clientes e renovando continuamente a oferta de produtos. Outras características importantes, relacionadas ao risco do negócio, podem ajudar no sucesso do empreendimento:

- • Busca constante de informações e oportunidades;
- • Iniciativa e persistência;
- • Comprometimento;
- • Qualidade e eficiência;
- • Capacidade de estabelecer metas e assumir riscos;
- • Planejamento e monitoramento sistemáticos;
- • Independência e autoconfiança;
- • Senso de oportunidade;
- • Conhecimento do ramo;
- • Liderança.

23.

Provido de recursos federais, os recursos geridos pelo BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento) destinam-se ao financiamento de investimentos de longo prazo e, de forma complementar, capital de giro ou custeio. A contratação e a liberação dos recursos são feitas mediante diversos bancos comerciais, bancos de investimento e bancos múltiplos. Como exemplos de instituições repassadoras, citam-se: Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Bancos estaduais, Bancos de desenvolvimento regionais, Banco Santander, Bradesco, Itaú, entre outros.

Dentre os principais programas de financiamento disponíveis à maioria dos empreendimentos, destacam-se:

- BNDES Finame: financiamento para produção e aquisição de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional;
- BNDES Automático: financiamento a projetos gerais de investimento (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.);
- BNDES: Investimentos: Aporte maior que o automático, faz financiamento a projetos gerais de investimento (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.),
- BNDES: Inovação financiamento a projetos inovadores (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.),
- BNDES RURAL - financiamento a projetos gerais de investimento (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.);

Para mais informações, consultar o site do BNDES.

O empreendedor pode buscar junto às agências de fomento 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-os-pequenos-negocios,ac58742e7e294410VgnVCM2000003c74010aRCRD>

24.

Ao empreendedor não basta vocação e força de vontade para que o negócio seja um sucesso.

Independentemente do segmento ou tamanho da empresa, necessário que haja um controle financeiro adequado que permita a mitigação de riscos de insolvência em razão do descasamento contínuo de entradas e saídas de recursos. Abaixo, estão listadas algumas sugestões que auxiliarão na gestão financeira do negócio:

FLUXO DE CAIXA

O controle ideal sobre as despesas da empresa é realizado por meio do acompanhamento contínuo da entrada e da saída de dinheiro através do fluxo de caixa. Esse controle permite ao empreendedor visão ampla da situação financeira do negócio, facilitando a contabilização dos ganhos e gestão da movimentação financeira.

A medida que a empresa for crescendo, dificultando o controle manual do fluxo de caixa, tornando difícil o acompanhamento de todas as movimentações financeiras, o empreendedor poderá investir na aquisição de softwares de gerenciamento.

PRINCÍPIO DA ENTIDADE

O patrimônio da empresa não se mistura com o de seu proprietário. Portanto, jamais se deve confundir a conta pessoal com a conta empresarial, isso seria uma falha de gestão gravíssima que pode levar o negócio à bancarrota. Ao não separar as duas contas, a lucratividade do negócio tende a não ser atingida, sendo ainda mais difícil reinvestir os recursos, gerados pela própria operação. É o caminho certo para o fracasso empresarial.

DESPESAS

O empreendedor deve estar sempre atento para as despesas de rotina como água, luz, material de escritório, internet, produtos de limpeza e manutenção de equipamentos. Embora pequenas, o seu controle é essencial para que não reduzam a lucratividade do negócio.

RESERVAS/PROVISÕES

Esse recurso funcionará como um fundo de reserva, o qual será composto por um percentual do lucro mensal - sempre que for auferido. Para o fundo de reserva em questão, poderá ser estabelecido um teto máximo. Quando atingido, não haverá necessidade de novas alocações de recursos, voltando a fazê-las apenas no caso de recomposição da reserva utilizada. Esse recurso provisionado poderá ser usado para cobrir eventuais desembolsos que ocorram ao longo do ano.

EMPRÉSTIMOS

Poderão ocorrer situações em que o empresário necessitará de recursos para alavancar os negócios. No entanto, não deverá optar pela primeira proposta, mas estar atento ao que o mercado oferece, pesquisando todas as opções disponíveis. Deve ter cuidado especialmente com as condições de pagamento, juros e taxas de administração. A palavra-chave é renegociação, de forma a evitar maior incidência de juros.

OBJETIVOS

Definidos os objetivos, deve-se elaborar e implementar os planos de ação, visando amenizar erros ou definir ajustes que facilitem a consecução dos objetivos financeiros estabelecidos.

UTILIZAÇÃO DE SOFTWARES

As novas tecnologias são de grande valia para a realização das atividades de gerenciamento, pois possibilitam um controle rápido e eficaz. O empreendedor poderá consultar no mercado as mais variadas ferramentas e escolher a que mais adequada for a suas necessidades.

25.

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: <http://goo.gl/SD5GQ9>

Para quem quer começar o próprio negócio

As soluções abaixo são uteis 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>

Para quem busca informações

Informações mercadológicas e sobre negócios são imprescindíveis na tomada de decisão, Nos sites abaixo encontrarão muitas respostas.