

Beneficiamento de legumes e frutas



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.....	1
Localização.....	3
Exigências Legais e Específicas.....	4
Estrutura.....	5
Pessoal.....	6
Equipamentos.....	6
Matéria Prima/Mercadoria.....	6
Organização do Processo Produtivo.....	7
Automação.....	7
Capital de Giro.....	8
Custos.....	9
Diversificação/Agregação de Valor.....	10
Divulgação.....	11
Informações Fiscais e Tributárias.....	11
Eventos.....	12
Normas Técnicas.....	12
Glossário.....	12
Dicas de Negócio.....	13
Características Específicas do Empreendedor.....	13
Planejamento Financeiro.....	14
Produtos e Serviços - Sebrae.....	15
Bibliografia.....	16
Investimentos e faturamento.....	16
Canais de Distribuição e	18
Fontes de recurso.....	18
Entidades relacionadas ao setor.....	19

1. Apresentação de Negócio

O beneficiamento de legumes e frutas consiste na higienização, descascamento, corte, classificação, embalagem e resfriamento de frutas, verduras e legumes in natura. Os alimentos são vendidos com maior valor agregado, proporcionando margens de lucro mais elevadas para as empresas de beneficiamento. Para o consumidor, as porções de legumes beneficiados agilizam a preparação de refeições e reduzem o desperdício de comida. Produtos orgânicos e hidropônicos são muito procurados.

A demanda do mercado externo por frutas tropicais contribui para o crescimento dessa indústria, aprimorando os processos de beneficiamento dos produtos e de automatização da linha de produção. Outro fator importante no mercado refere-se ao salto qualitativo do agronegócio brasileiro. O mercado corporativo adquire vastas quantidades de legumes beneficiados. Atualmente, as cadeias de lanchonetes e restaurantes compram alface higienizada e batatas cortadas, prontas para serem servidas respectivamente em sanduíches, exemplo: batatas fritas.

Fonte: MF Rural - <https://www.mfrural.com.br/detalhe/legumes-e-verduras-processados-e-embalados-345094.aspx> - 2019

2. Mercado

Captando as novas tendências de consumo, os supermercados e hipermercados têm disponibilizado mais espaço em gôndolas e prateleiras para a oferta de alimentos beneficiados. Os legumes são adquiridos por cozinhas industriais, bares, restaurantes e lanchonetes. Devido ao risco intrínseco ao negócio, recomenda-se a realização de ações de pesquisa de mercado para avaliar a demanda e a concorrência. Também já se tornam frequentes a presença de tendas em feiras livres ofertando verduras, legumes e frutas já beneficiadas, ou seja, higienizadas, classificadas, cortadas, embaladas a vácuo e resfriadas.

Mercado Consumidor

É crescente o número de pessoas que passam a se preocupar com a saúde, abrindo espaço para um mercado promissor. Hoje, 82% dos estabelecimentos já atendem a essa demanda, apontada por pesquisas como uma forte tendência para os próximos anos.

No Brasil, cada vez mais pessoas se preocupam com sua saúde e com sua alimentação.

Fonte: Food Magazine - <https://foodmagazine.com.br/food-service-noticia-gastronomia-pelo-mundo/alimentacao-saudavel> - 05/12/2018.

Uma pesquisa mostra que 80% dos brasileiros estão dispostos a gastar mais se o alimento tiver maior valor nutricional, o que pode gerar novas oportunidades de negócios e investimentos.

Nos últimos anos, o mercado de alimentos e bebidas saudáveis cresceu, em média, mais de 12% ao ano, movimentando mais de R\$ 90 bilhões.

Só o setor de orgânicos movimenta anualmente mais de R\$ 3 bilhões, com crescimento médio anual de 20%.

Números como esses levam o Brasil a ser o quarto maior mercado do segmento de alimentação saudável – e o segmento deve continuar crescendo.

Fonte: BlogLojaBrasil - <https://www.lojabrazil.com.br/blog/montar-loja-produtos-naturais/#.XdOviFdKg2w> - 21 de março de 2019.

Mercado concorrente

A concorrência é caracterizada como forte em praticamente todo território nacional, considerando a atuação de grandes empresas que atuam na produção de conservas de vegetais e legumes.

Uma pesquisa não precisa ser sofisticada, dispendiosa - em termos financeiros - ou complexa. Ela pode ser elaborada de forma simplificada e aplicada pelo próprio empresário, para estudar as preferências e expectativas daqueles que se esperam como consumidores, as práticas de mercado dos fornecedores (formas de pagamento, de entrega, etc.) e a concorrência já instalada em termos de variedade de produtos oferecidos, política comercial, entre outros fatores. O risco de abrir as portas e iniciar uma fábrica de conservas sem conhecimento do mercado consumidor, concorrente e fornecedor é muito grande.

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

- Aprovação do trabalho intermitente na nova lei trabalhista;
- Diferenciação pelos serviços.

- Atuação em nichos de mercado.
- Trabalhar com produtos regionais.
- Trabalhar com produtos orgânicos.
- Implantação e desenvolvimento de um negócio sustentável.
- Associação a comunidades e projetos sociais locais para busca de matéria-prima e de mão de obra, visando à geração de emprego e/ou trabalho e renda.

Ameaças

- Alta concorrência, inclusive de produtos importados.
- Capital insuficiente para investimento e manutenção do negócio.
- Crises na economia, que desfavoreçam a moeda nacional e dificultem os investimentos de qualquer natureza, inclusive para divulgação.
- Mão de obra não qualificada, que comprometa a qualidade final dos produtos.
- Exigência de cuidados específicos, considerando a perecibilidade da matéria-prima principal, legumes e vegetais.

3. Localização

A localização do ponto comercial representa uma decisão relevante para uma beneficiadora de legumes. Embora o atendimento possa ser realizado em local indicado pelo cliente, o empreendedor deve ter um espaço para recepção de clientes e discussão de propostas e orçamentos. A fábrica de beneficiamento pode ser instalada em locais mais afastados, inclusive inicialmente na residência do empreendedor, com custos reduzidos de aluguel. Porém, o empreendedor deve prover o serviço de entrega de mercadorias.

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, 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.

4. Exigências Legais e Específicas

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.

- Lei 13.874/2019, de 20 de setembro de 2019, que estabelece medidas de desburocratização e simplificação de processos para empresas e empreendedores, como: carteira profissional digital, abertura de bancos aos sábados, dispensa de alvará para atividades de baixo risco, a responsabilidade de pessoa jurídica e de pessoa física diante do negócio, entre outros.

- 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 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:

- Resolução RDC nº. 360, de 23 de dezembro de 2003 – Regulamento Técnico sobre rotulagem nutricional de alimentos embalados;
- Resolução RDC nº. 216, de 15 de setembro de 2004 – Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação;
- Resolução RDC nº. 218, de 29 de julho de 2005 – Dispõe sobre Regulamento Técnico de Procedimentos Higiênico-Sanitários para Manipulação de Alimentos e Bebidas Preparados com Vegetais;
- Resolução RDC nº 273, de 22 de setembro de 2005 – Regulamento Técnico para Misturas para o Preparo de Alimentos e Alimentos Prontos para o Consumo;
- Lei nº. 12.389 de 11 de outubro de 2005 – Dispõe sobre a doação e reutilização de gêneros alimentícios e de sobras de alimentos e dá outras providências.

5. Estrutura

Para instalação de um negócio de beneficiamento de legumes. Pensamos num empreendimento micro, constituindo juridicamente uma empresa MEI, principalmente para aqueles empreendedores ligados a área rural que deseja instalar em sua propriedade uma micro agro indústria de aproximadamente 25 m²

Importante considerar que esta agroindústria não esteja longe de um centro urbano, utilizando seu veículo próprio. Também estamos considerando que o empreendedor já fornece os mesmos produtos que serão beneficiados de forma convencional em feiras livres, pequenos restaurantes, padarias, etc., além de acesso a CEASA para adquirir outras matérias primas para diversificar seus produtos. Assim a área para estocagem da matéria prima já seria comum ao seu negócio atual, terá que se preocupar com:

- Uma área de produção para higienizar, classificar, descascar, cortar, embalar e estocar os

produtos em área devidamente resfriada.

6. Pessoal

O número de funcionários varia de acordo com a estrutura do empreendimento. Para a estrutura anteriormente sugerida, a beneficiadora de legumes exigirá somente um funcionário para o beneficiamento das verduras, legumes e frutas. Considerando que o empreendedor trabalhará parte do período.

7. Equipamentos

A disposição dos equipamentos é importante para a integração das atividades do estabelecimento, buscando diminuir o cansaço, a fadiga e o estresse, permitindo o maior conforto. Portanto, ao fazer o layout da cozinha, o empreendedor deve levar em consideração a ambientação, decoração, circulação, ventilação e iluminação. Um projeto básico certamente contará com:

- Pequena câmara de resfriamento e futuramente congelamento quando aumentar o portfólio (mais produtos ofertados, como legumes e frutas congeladas, preparadas para uso);
- Descascadores de legumes e frutas;
- Picadores de verduras, legumes e frutas;
- Mesas de aço inox e polietileno;
- Seladora normal e a vácuo para embalar;
- Móveis e utensílios de cozinha;
- Balanças para uso comercial;
- Telefone, microcomputador e impressora.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques apresenta particularidades de acordo com o tipo do negócio – indústria, 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:

Fonte: https://br.freepik.com/fotos-gratis/varios-legumes-frescos_1299088.htm#query=legumes&position=11

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.

Deve-se ficar atento à produção sazonal de frutas, verduras e legumes. Períodos de entressafra e escassez de produtos podem dificultar a aquisição da matéria-prima, além de encarecer os custos e comprometer a lucratividade do negócio. Portanto, recomenda-se o cadastro de um grande número de atacadistas, distribuidores, importadoras, supermercados, feiras livres e casas de frios. Hipermercados, muitas vezes, oferecem produtos a preços mais baixos do que o distribuidor.

9. Organização do Processo Produtivo

Fonte: https://br.freepik.com/fotos-premium/bagas-e-legumes-congelados_3497191.htm#page=1&query=legumes%20congelados&position=19
Higienização: ações de limpeza, lavagem, entre outras;

Classificação - Um dos fatores que determinam a qualidade das conservas de legumes e vegetais é a sua cuidadosa classificação;

Descascamento - Elimina da superfície dos alimentos a terra e a contaminação microbiana a ela associada. Os principais métodos de descascamento são a vapor e abrasivo;

Retoque - Consiste na retirada de pedaços de casca, "olhos". Esta etapa, em geral, se dá manualmente;

Eliminação de Indesejáveis - limpeza diferenciada para retirada de sementes, caroços, talos e folhagens;

Corte - Basicamente, em cortadoras em forma de tiras ou de cubos;

Seleção – Etapa do processo para padronização

Embalagem – enchimento nas embalagens apropriadas;

Exaustão - Consiste em remover o ar do produto e o ar que fica preso no interior do recipiente.

Estocagem – guarda dos produtos embalados

10. Automação

Este é um negócio com baixo nível de automação e pode ser controlado com o auxílio de planilhas eletrônicas, porém investir em softwares para automatizar as empresas não é mais

tendência, é uma necessidade. 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.

11. Capital de Giro

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\$ 2.000,00

* 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\$ 12.000,00. Assim uma reserva (capital de giro e estoque inicial) de R\$ 2.000,00.

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 reservados 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.

12. 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
1
R\$ 1.000,00
Custos dos Impostos

Item
%
Valor unitário
MEI
Comércio e serviço
R\$ 55,90
Custos com Vendas

Item
%
Valor unitário
Propaganda
1 % do faturamento bruto (R\$ 6.500)
R\$ 65,00
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.
1
R\$ 1.000,00

Depreciação

Ativos Fixos

Valor Total

Vida Útil (anos)

Depreciação

Máquinas e equipamentos

R\$ 5.000,00

10

R\$ 41,00

Equipamentos informática

R\$ 1.200,00

5

R\$ 20,00

Móveis e utensílios

R\$ 1.500,00

5

R\$ 25,00

Despesas Fixas e Administrativas

Item

Valor unitário

Água, luz, telefone e internet

R\$ 200,00

Material de limpeza e higiene e escritório

R\$ 80,00

13. Diversificação/Agregação de Valor

Agregar valor significa oferecer produtos e serviços complementares ao produto principal, diferenciando-se da concorrência e atraindo o público-alvo. Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto ou serviço prestado.

As pesquisas quantitativas e qualitativas podem ajudar na identificação de benefícios de valor agregado. No caso de um prestador de serviço de churrasco em domicílio, há várias oportunidades de diferenciação, tais como:

- Parcerias para conquistar mais clientes;
- Inovação no cardápio;
- Novas estratégias de negócios;
- Qualidade do serviço prestado;
- Uso da tecnologia para melhorar o atendimento.

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.

14. Divulgação

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;
- Anunciar em jornais de bairro e revistas;
- Montar uma web site com a oferta de produtos para alavancar as vendas;
- Divulgar em empresas.

15. Informações Fiscais e Tributárias

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.

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

A seguir, são indicados os principais eventos sobre o segmento:

- Congresso Nacional da Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição.
- Fispal Food Service Feira Internacional de Produtos e Serviços para Alimentação fora do Lar
- Fispal Tecnologia Feira Internacional de Embalagens e Processos para as Indústrias de Alimentos e Bebidas.
- BioFach – Feira Internacional de Produtos Orgânicos e Agroecologia.

17. Normas Técnicas

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). Não existem normas técnicas aplicáveis ao negócio.

18. Glossário

Seguem alguns termos técnicos extraídos do website www.gastronomiabrasil.com.

- Descascar: retirar a pele de vegetais e frutas, como: batatas, laranjas, etc, com uma faca afiada.
- Descongelar: submeter um alimento congelado à temperatura ambiente, restituindo-lhe o aspecto original.
- Emulsão: a mistura de dois ou mais líquidos, ambos não solúveis. Se os dois líquidos forem bem batidos juntos, uma vai se dividir em glóbulos que serão completamente envolvidos pelo outro.
- Picar: cortar em pedaços bem pequenos.
- Ralar: passar um alimento sobre o ralador até reduzi-lo a pó. Se for usado o ralo grosso, no lugar do pó se obtém pequenas lascas.
- Reciclagem: Processo através do qual um determinado material retorna ao seu ciclo de produção, após já ter sido utilizado e descartado, para que novamente possa ser transformado em um bem de consumo, assim economizando energia e preservando os recursos naturais e o meio ambiente.
- Resíduo: Qualquer material, gasoso, líquido ou sólido, que sobra de um processo de produção, transformação, extração de recursos naturais, execução ou consumo de produtos e serviços.

· **Sustentabilidade:** Conceito relacionado à continuidade dos aspectos econômico, social, cultural e ambiental da sociedade humana, a fim de tornar possível a recomposição das agressões impostas à sociedade e ao ambiente. Para ser sustentável, um empreendimento humano deverá ser ecologicamente correto, economicamente viável, socialmente justo e culturalmente aceito.

19. Dicas de Negócio

O segredo deste tipo de negócio está no acompanhamento constante do empresário no processo produtivo. A administração rigorosa da operação, em busca de qualidade e economia, garante o padrão de desempenho desejável. Também deve ficar atento às exigências legais referentes à rotulagem, prazo de validade, embalagem, condições de armazenamento e transporte, manipulação de produtos e demais quesitos estabelecidos pelos órgãos responsáveis.

Deve-se utilizar o turno da noite para a higienização e manutenção dos equipamentos e para a entrega de mercadorias, principalmente nas grandes metrópoles, onde existem congestionamentos de trânsito. Quanto aos produtos ofertados, o mercado é bem receptivo a embalagens de legumes sortidos, saladas e outras combinações. Dicas de negócio são:

- Não negligenciar na qualidade dos produtos utilizados como matéria-prima;
- Dispor de serviços que ofereçam comodidade aos clientes – canais de pedidos e serviços de entrega;
- Ouvir os clientes por meio de pesquisas e adequar serviços e produtos às expectativas;
- Implantar um bom sistema de gerenciamento da empresa, com planejamento e acompanhamento do desempenho, visando à sustentabilidade e à boa performance do negócio.

20. Características Específicas do Empreendedor

No ramo de legumes beneficiados, o empreendedor precisa estar atento à evolução dos hábitos culturais das pessoas. Novidades e tendências alimentares surgem a todo o momento, construindo conceitos e determinando novos padrões nutricionais. O empreendedor deve identificar esses movimentos de mercado e adaptá-los à sua oferta, reconhecendo as preferências dos clientes e renovando continuamente o cardápio.

Outras características importantes, relacionadas ao risco do negócio, podem ajudar no sucesso do empreendimento:

- Busca constante de informações e oportunidades;
- Persistência;
- Comprometimento;
- Qualidade e eficiência;
- Capacidade de estabelecer metas e calcular riscos;
- Planejamento e monitoramento sistemáticos;
- Independência e autoconfiança.

21. Planejamento Financeiro

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.

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

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>

Para quem busca informações

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

<https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/>

<https://datasebrae.com.br/>

<http://sebraemercados.com.br/sim/>

23. Bibliografia

- FIGUEIRA, Eduardo. **Quer vender mais?** Campinas: Papyrus, 2006. 112 p.
- LUPPA, Luis Paulo. **O vendedor pit bull.** Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2007. 128 p.
- MORETTI, Celso Luiz. **Manual de processamento mínimo de frutas e hortaliças.** Brasília: Embrapa Hortaliças e Sebrae, 2007. 531p.

24. Investimentos e faturamento

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 prestação de serviço de churrasco em domicílio exige um investimento inicial estimado de R\$ 12 mil reais, se o prestador de serviço possuir veículo próprio, a ser alocado nos seguintes itens:

1 - Investimentos Fixos

1.1 - Máquinas e Equipamentos

Item

Valor Unitário

Lavatórios, mesas selecionadoras, tanques de esterilização, cortadoras, seladoras, etc.
R\$ 5.000,00

1.2 - Equipamentos de Informática

Item

Valor Unitário

Telefone, Computador e Impressora
R\$ 1.200,00

1.3 - Móveis e Utensílios

Item

Valor Unitário

Facas, mesas inox, etc.

R\$ 1.500,00

2 - Investimentos Pré-Operacionais

Item

Valor Unitário

Pequena reforma para adequação

R\$ 2.240,00

Registro da empresa

R\$ 55,90

3 - Investimentos Financeiros

Item

Valor Unitário

Capital de giro (2 meses de custeio fixo)

R\$ 1.000,00

Estoque inicial

R\$ 1.000,00

Investimento total (1+2+3)

R\$ 12.000,00

4 - Previsão de Faturamento

Faturamento mensal

R\$ 6.500,00

* 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.

25. Canais de Distribuição e Vendas

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 ou qualquer outro envolvido no processo de distribuição de produtos.

26. Fontes de recurso

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.),

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-ospequenos-negocios,ac58742e7e294410VgnVCM2000003c74010aRCRD>

27. Entidades relacionadas ao setor

A seguir, são indicadas as principais entidades de auxílio ao empreendedor:

- Aberc – Associação Brasileira das Empresas de Refeições Coletivas.
- Abia – Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação.
- Abimaq – Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos.
- Abrasel – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes.
- Anvisa – Agência Nacional de Vigilância Sanitária.
- IBD – Instituto Biodinâmico.
- ITAL – Instituto de Tecnologia de Alimentos.
- Ministério da Saúde
- Receita Federal.
- SBAN – Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição.
- SBGAN – Sociedade Brasileira de Gastronomia e Nutrição.
- Sinderc – SP Sindicato das Empresas de Refeições Coletivas do Estado de São Paulo.
- SNDC – Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

