

Fábrica de embutidos

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.....	4
Exigências Legais e Específicas.....	5
Estrutura.....	7
Pessoal.....	8
Equipamentos.....	8
Matéria Prima/Mercadoria.....	9
Organização do Processo Produtivo.....	10
Automação.....	11
Capital de Giro.....	12
Custos.....	12
Diversificação/Agregação de Valor.....	14
Divulgação.....	14
Informações Fiscais e Tributárias.....	15
Eventos.....	16
Normas Técnicas.....	17
Glossário.....	17
Dicas de Negócio.....	18
Características Específicas do Empreendedor.....	19
Fonte de Recurso.....	20
Planejamento Financeiro.....	20
Produtos e Serviços - Sebrae.....	22
Bibliografia.....	23
Canais de Distribuição e venda.....	23
Entidades relacionadas ao setor.....	24
Investimento e faturamento.....	25

1. Apresentação de Negócio

Uma Fábrica de Embutidos é um estabelecimento industrial que produz criteriosamente embutidos e defumados. Desses os mais produzidos são as linguiças, salsichas, chouriços, salames e presuntos.

Fonte: CPT - <https://www.cpt.com.br/dicas-cursos-cpt/equipamentos-para-preparo-dos-embutidos>

Alimentos embutidos são produtos elaborados com carnes ou outros tecidos de animais, tendo como envoltório natural tripas, bexigas e outras membranas animais ou artificiais. Para a cura da carne, o processo de fabricação inclui sal, nitrato, nitrito e outros ingredientes que conferem sabor e aroma ao produto. Os principais embutidos consumidos no Brasil são linguiças, salames, salaminhos, mortadelas, paios, salsichas, salsichões, chouriços, *blanquets*, *pastramis*, presuntos e apresuntados. Eles se dividem em frescos, secos, cozidos ou defumados e podem ser encontrados em mercados, supermercados, açougues, empórios, padarias e feiras.

Os produtos são saboreados em sanduíches, massas, risotos e pratos regionais. Dois lanches muito populares levam embutidos em sua composição: cachorro quente (salsicha) e misto quente (presunto). Sem contar outros dois pratos bem famosos: feijoada e churrasco.

A popularização dos produtos naturais e a preocupação com o consumo excessivo de gorduras saturadas podem representar uma ameaça para a venda de embutidos. Algumas pessoas adotam o hábito de não comer carne por razões que podem variar entre a dieta vegetariana, o colesterol alto, a preocupação com o desmatamento ou o respeito aos animais. Para lidar com estes e outros desafios, o empreendedor deve elaborar um plano de negócios. Consulte o SEBRAE mais próximo para auxiliar na construção do plano.

2. Mercado

Tendências de mercado

Há inúmeras fábricas de embutidos no mercado, mas o que parece ser um negócio estagnado está cada vez mais promissor.

A conta é simples: o Brasil é o quarto país no mundo a comer mais carne bovina e o primeiro em exportação. São mais de 200 milhões de cabeças de gado, onde um quarto é abatido anualmente. Já a carne suína tem um consumo menor, mas nem por isso menos expressivo. São 2,4 milhões de cabeças, 600 mil toneladas de exportação e 3,2 milhões de toneladas abatidas por ano. Diante desses números, um negócio bem estruturado, que visa a comercialização de qualquer tipo de carne, pode ter muito sucesso.

O ramo alimentício é o último a ficar abalado com qualquer crise. As pessoas precisam se alimentar e, mesmo comprando menos ou produtos mais baratos, elas precisam consumir.

Fonte: Blog eGestor - <https://blog.egestor.com.br/como-montar-uma-fabrica-de-embutidos/> FEVEREIRO 22, 2017

O mercado de embutidos tem apresentado crescimento constante, apesar de não

encontrarmos estatísticas recentes sobre o consumo, basta observarmos a crescente diversidade e oferta desses produtos nas gôndolas dos supermercados. Tais produtos possuem um valor relativamente baixo e com a correria da vida moderna esse é um produto que agiliza a preparação dos pratos e sanduíches.

Uma tendência a se considerar nesse ramo é a busca por uma alimentação correta, saudável, equilibrada e com suficiente aporte de calorias e nutrientes, sem muita adição de sódio, açúcares e conservantes, o que torna o mercado promissor para quem deseja produzir de maneira artesanal.

Um fator que pode fazer esse consumo oscilar é o poder aquisitivo da população.

Mercado consumidor

A fim de dimensionar esse mercado, o empreendedor deverá pesquisar os indicadores econômicos e sociais da região em que pretende abrir a empresa. É essencial que se analisem alguns índices como: tamanho da população, população economicamente ativa, índice de potencial do consumo, índice de desenvolvimento humano, etc.

Sugere-se que essas informações sejam pesquisadas periodicamente nos sites do IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada -; do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística -; do PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento -, da Fundação Getúlio Vargas e na Prefeitura.

O estudo dos clientes é uma das etapas mais importantes na estruturação do empreendimento. O empreendedor deverá identificar e conhecer melhor seu cliente. Por isso, de uma maneira simples, o empreendedor necessita saber:

- As características gerais dos clientes: idade, sexo, profissão, salário, endereço;
- Quais são os interesses e o comportamento da clientela: a quantidade de produtos carneos e serviços que compram e com que frequência o fazem, que preço pagam ou estão dispostos a pagar pelos produtos;
- O que motiva as pessoas a fazer uma compra do produto: o preço, a qualidade, as formas de pagamento, o atendimento;
- Onde estão os clientes: o tamanho do mercado em que irá atuar - será apenas no bairro, na cidade, no estado inteiro? Os clientes encontrarão seus produtos com facilidade?

Mercado concorrente

Para conhecer o concorrente, é necessário identificar as empresas que trabalham com produtos semelhantes no raio de atuação em que a nova empresa atuará. A partir daí, realizam-se visitas e examinam-se os pontos fortes e fracos desses concorrentes em relação a:

- Qualidade dos produtos comercializadas;
- Preço praticado para cada item;

- Localização da fábrica e pontos de vendas;
- Condições de pagamento: prazos, descontos, etc.;
- Qualidade do atendimento prestado;
- Serviços adicionais: serviços de entrega, reposição de mercadorias, garantias oferecidas, horários de funcionamento, etc.

Após essa análise, devem-se realizar comparações e visualizar se a nova empresa poderá competir com as analisadas, se há espaço para mais um empreendimento do mesmo ramo, e o que a nova empresa terá de diferencial para que os clientes deixem de ir comprar no concorrente, etc.

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

- Retorno do crescimento do mercado;
- Linha de produtos mais saudáveis;

- Altas barreiras de entrada.

Ameaças

- Instabilidade econômica e política no país;
- Cultura da alimentação saudável e comida de verdade;
- Campanhas publicitárias contra o sódio nos alimentos.

3. Localização

A localização de uma Fábrica de Embutidos deve respeitar as normas contidas no Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal e no Regulamento Técnico sobre as Condições Higiênico-Sanitárias e de Boas Práticas de Elaboração para Estabelecimentos Elaboradores/Industrializadores de Alimentos.

Entre essas normas podemos destacar:

- O estabelecimento deve ser construído em centro de terreno afastado dos limites das vias públicas, preferencialmente 5m na frente, e com entradas laterais que permitam a movimentação de veículos de transporte;
- Deve estar situado, preferivelmente, em zonas isentas de odores indesejáveis, fumaça, poeira e outros contaminantes, e que não estejam expostas a inundações;
- As vias e áreas utilizadas pelo estabelecimento, que se encontram dentro do seu limite perimetral, devem ter uma superfície compacta e/ou pavimentada, apta para tráfego de veículos, com o escoamento adequado, assim como meios que permitam a sua limpeza;
- O galpão deve dispor de rede de abastecimento de água para atender suficientemente às necessidades do trabalho industrial e às dependências sanitárias, e, quando for o caso, de instalações para tratamento de água.

Diante dessas e outras exigências, é recomendável que a Fábrica de Embutidos seja instalada em áreas rurais ou locais afastados de grandes centros urbanos.

[null **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.

[null - 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:

Pecuária e Abastecimento e às resoluções da Agência de Vigilância Sanitária – ANVISA. Também se aplica o Regulamento de Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal (RIISPOA). Outras normas pertinentes são:

- Portaria nº 711/95 (Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento): normas técnicas de instalações e equipamentos para abate e industrialização de suínos.

- Portaria 368/97 (Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento): regulamento técnico sobre as condições higiênico-sanitárias e de boas práticas de fabricação para estabelecimento elaboradores / industrializadores de alimentos.

- Portaria 1.004/98 (Agência de Vigilância Sanitária): regulamento técnico de atribuição de função de aditivos, aditivos e seus limites máximos de uso para a Categoria 8 – Carne e produtos cárneos.

- Instrução Normativa 22/05 (Agência de Vigilância Sanitária): regulamento técnico acerca da embalagem, rotulagem e propaganda de produtos destinados à alimentação animal.

- Resolução RDC nº 359, de 23 de dezembro de 2003. Aprova o Regulamento Técnico de Porções de Alimentos Embalados para Fins de Rotulagem Nutricional. D.O.U. – Diário Oficial da União; Poder Executivo, de 26 de dezembro de 2003 ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária;

- 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.

5. Estrutura

Como estrutura mínima, o empreendedor precisa de um galpão de 100 m², com pelo menos 40m² para a área de manipulação e o restante dividido em escritório, depósito, sanitários, embalagem, rotulagem e expedição.

O local deve dispor de luz natural e artificial abundantes, bem como de ventilação suficiente em todas as dependências.

Segundo o Regulamento de Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal, os pisos devem ser convenientemente impermeabilizados com material adequado.

As paredes e separações devem ser revestidas ou impermeabilizadas, como regra geral, até dois metros de altura no mínimo.

O teto deve possuir forro de material adequado em todas as dependências onde se realizem trabalhos de recebimento, manipulação e preparo de matérias-primas e produtos comestíveis.

As dependências e instalações mínimas para industrialização, conservação, embalagem e depósito de produtos comestíveis devem ser separadas por meio de paredes totais das destinadas ao preparo de produtos não comestíveis.

A rede de abastecimento de água deve atender suficientemente às necessidades do trabalho industrial e às dependências sanitárias, com água fria e quente abundante em todas as dependências de manipulações e preparo.

Deve-se dispor de rede de esgoto em todas as dependências, ligada a tubos coletores e ao sistema geral de escoamento.

Deve-se dispor de equipamento necessário e adequado aos trabalhos, obedecidos aos princípios de técnica industrial.

O local de trabalho deve ser limpo e organizado, pois a sujeira acumulada propicia a multiplicação de micróbios.

A rouparia, vestiário, banheiro, privada e mictório devem estar completamente isolados e afastados das dependências onde são beneficiados produtos destinados à alimentação humana.

O galpão deve possuir instalações de frio com câmaras e antecâmaras, bem como pátios e ruas pavimentados e áreas destinadas à secagem de produtos.

As escadas devem apresentar condições de solidez e segurança, construídas de concreto armado, de alvenaria ou metal, providas de corrimão e patamares após cada lance de 20 degraus e inclinação de 50 graus em qualquer dos pontos.

Também deve haver janelas basculantes e portas de fácil abertura, de modo a ficarem livres os corredores e passagens.

Para impedir a entrada e o abrigo de insetos e outros animais, as janelas devem possuir telas. Os objetos sem utilidade devem ser retirados das áreas de trabalho.

As superfícies que entram em contato com os alimentos, como bancadas e mesas, devem ser mantidas em bom estado de conservação, sem rachaduras, trincas e outros defeitos.

Os produtos de limpeza não podem ser guardados juntamente com os alimentos.

O lixo, além de atrair insetos e outros animais para a área de preparo dos alimentos, é um meio ideal para a multiplicação de micróbios patogênicos. Por isso, o local de manipulação deve ter lixeiras de fácil limpeza, com tampa e pedal e o lixo deve ser retirado para fora da área de preparo de alimentos em sacos bem fechados.

6. Pessoal

Como as atividades de uma Fábrica de Embutidos envolvem a manipulação de carnes cruas, os funcionários contratados devem respeitar as normas legais de asseio e higiene. O empreendedor deve tomar medidas para que todas as pessoas que manipulem alimentos recebam instrução adequada e contínua em matéria de manipulação higiênica e higiene pessoal, a fim de que saibam adotar as precauções necessárias para evitar a contaminação dos alimentos.

O número de funcionários da fábrica variará de acordo com seu tamanho.

O treinamento 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 fábrica;
- Motivação para crescer juntamente com o negócio.

O empreendedor deve participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao 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 Fábrica de Embutidos são:

- Câmara frigorífica;
- Moedor base;
- Misturadora;

- Ensacadeira;
- Mesas de ferro e tampo de polipropileno;
- Balança de chão;
- Balança de mesa.

Mobiliário para a área administrativa:

- Cadeiras;
- Armário;
- Impressora HP laser Jet;
- Mesas;
- Microcomputador;
- Telefone;
- Estante;

No site da Abimaq – Associação Brasileira de Máquinas e Equipamentos -, o empreendedor poderá encontrar máquinas e equipamentos. Acesse www.abimaq.org.br e na aba “acesso rápido” procure “consulta de máquinas e equipamentos-DATAMAQ”

Ao fazer o *layout* da fábrica, 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. Matéria Prima/Mercadoria

[null 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.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo de uma Fábrica de Embutidos varia de acordo com o produto a ser elaborado. De uma forma geral, as etapas envolvidas na fabricação de embutidos crus frescos (linguiça, por exemplo) são:

1. Preparo das carnes: as carnes utilizadas são resfriadas e limpas, sendo retirados os nervos, cartilagens e gânglios.
2. Pesagem de condimentos e aditivos: os aditivos e condimentos que serão utilizados no processo são pesados.
3. Moagem: as carnes mais macias e sem nervos são moídas em disco maior e as carnes mais duras em disco menor.
4. Lavagem das tripas: as tripas salgadas são lavadas, tirando-se todo o sal. Este procedimento não é necessário para envoltórios artificiais.
5. Embutimento: é feito em tripas de carneiro, para linguiça fina, e tripa de suíno, para linguiças mais grossas.
6. Embalagem: os produtos prontos são embalados em sacos plásticos, a vácuo.
7. Estocagem: os produtos são mantidos em refrigeração a 4°C, por até cinco dias.

Já as etapas do processo produtivo de produtos curados e defumados são:

1. Preparo das carnes: as carnes utilizadas são cortadas em tamanhos padronizados, com a retirada do excesso de gordura e do osso (quando necessário).
2. Pesagem de condimentos e aditivos: os aditivos e condimentos que serão utilizados no processo são pesados.
3. Preparo da salmoura: dissolvem-se o sal de cura e os outros aditivos em água fria, adicionam-se os condimentos (pimenta, zimbros, manjerona), deixa ferver por dois minutos e acrescenta o líquido à salmoura.
4. Imersão na salmoura: a carne é colocada dentro de um recipiente com salmoura e deixada em imersão por dois a três dias, em câmara frigorífica (0 a 4°C).

5. Secagem, defumação e cozimento: as peças são levadas para processamento na estufa.

As atividades da fábrica também englobam os processos de administração, finanças e gestão de recursos humanos.

10. Automação

O processo de produção de uma Fábrica de embutidos pode apresentar aspectos de automação, porém quanto mais sofisticados os aparelhos, maior será o valor a ser investido no empreendimento.

Nos processos automatizados podemos citar:

- Equipamentos para processamento de alimentos: amassadeiras, cortadeiras, embutadeiras contínuas e amarradeiras de linguiças, misturadoras e cortadoras/fatiadoras, estufas para cozimentos, secagem e defumação dos alimentos entre outros.
- Na gestão do negócio existem diversos sistemas informatizados (*softwares*) que podem auxiliar o empreendedor na gestão de uma Fábrica de Embutidos. Há no mercado uma boa oferta de sistemas para gerenciamento de pequenos negócios. 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 o sistema 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);
- Emissão de pedidos;
- Lista de espera;
- Organização de compras e contas a pagar;
- Relatórios e gráficos gerenciais para análise real do faturamento da empresa.

Algumas soluções em softwares específicos para o setor de alimentos e bebidas, disponíveis na internet:

MAXIPROD - É um sistema completo para a gestão da indústria de alimentos, inclusive atacados e distribuidores.

SOFTEXPERT - Trata-se de uma solução integrada que atende os requisitos de conformidade e ao mesmo tempo reduz os custos que podem ser substanciais.

ELIPSE - Alimentos, Bebidas e Agronegócio - Produção, conservação e embalagem - Com mais de 400 interfaces de comunicação, as soluções Elipse possibilitam integrar diversos equipamentos e sistemas na mesma aplicação, independente do fabricante.

ERP PARA ALIMENTOS E BEBIDAS – fornece uma visão de 360 graus da cadeia de fornecimento e capacidade de produção, permitindo a tomada decisões com base em

informações e o atendimento das desafiadoras demandas dos clientes – diariamente.

ZENON - melhora a competitividade de produção na indústria de alimentos e bebidas. zenon é flexível para usar, abrir e é escalonável. Os conceitos Indústria 4.0 e industrial IoT podem ser implementados com esse sistema de operação.

11. Capital de Giro

[null 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\$ 20.000,00

* 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\$ 75.000,00. Assim uma reserva (capital de giro e estoque inicial) de R\$ 20.000,00

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 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.

12. Custos

[null 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
40
R\$ 20.000,00

Custos dos Impostos

Item
%
Valor unitário
Simples
9 % do faturamento bruto (R\$ 60.000,00)
R\$ 5.400,00

Custos com Vendas

Item
%
Valor unitário
Propaganda
1 % do faturamento bruto (R\$ 60.000,00)
R\$ 600,00

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.
4
R\$ 12.000,00

Depreciação

Ativos fixos
Valor total
Vida útil (anos)
Depreciação
Maquinas e equipamentos
R\$ 25.000,00
10
R\$ 210,00
Equipamentos informática

R\$ 3.000,00

5

R\$ 50,00

Móveis e utensílios

R\$ 7.000,00

5

R\$ 120,00

Despesas Fixas e Administrativas

Item

Valor unitário

Aluguel, condomínio e segurança

R\$ 3.000,00

Água, luz, telefone e internet

R\$ 800,00

Material de limpeza, higiene e escritório

R\$ 500,00

Assessoria contábil

R\$ 700,00

Transporte e distribuição

R\$ 1.200,00

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 a 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 Fábrica de Embutidos, existem várias oportunidades de diferenciação, tais como:

- Criação de linhas de produtos defumados;
- Uso de temperos regionais;
- Representação autorizada de frigoríficos;
- Fornecimento de produtos para marca própria de grandes redes varejistas;
- Concentração nos produtos com maior valor agregado, como presuntos e salames;
- Utilização de ingredientes naturais;
- Fabricação de embutidos com baixos teores de gordura e colesterol, voltados para crianças;
- Fabricação de produtos com receitas importadas e diferenciadas.

14. Divulgação

A divulgação é um componente fundamental para o sucesso de uma Fábrica de Embutidos. As campanhas publicitárias devem ser adequadas ao orçamento da empresa, à sua região de abrangência e às peculiaridades do local.

Abaixo, sugerem-se algumas ações mercadológicas acessíveis e eficientes:

- Confeccionar *folders* de qualidade para a distribuição em supermercados e mercearias;
- Contratar vendedores externos;
- Participar de feiras do setor de embutidos;
- Criar uma marca própria de linguiça artesanal e outros embutidos;
- Promover degustações com os produtos da fábrica;
- Montar um *website* com a oferta de produtos para alavancar as vendas.

15. Informações Fiscais e Tributárias

[null 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.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

O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações da área para obter informações sobre os eventos que irão ocorrer. Eventos como feiras, rodada de negócios, congressos, etc., são muito importantes para o empresário ficar por dentro das tendências de mercado, conhecer novos produtos e tecnologias, realizar parcerias e fazer bons negócios.

Onde procurar: www.ubrafe.org.br; www.expofeiras.gov.br e ainda no Catálogo Brasileiro de Exposições e Feiras, disponível na internet.

Alguns eventos importantes:

Avesui

<http://www.avesui.com.br>

Congresso Brasileiro de Ciência e Tecnologia de Alimentos

www.sbcta.org.br

Fispal - Feira Internacional de Produtos e Serviços para Alimentação

www.fispal.com

TecnoCarne - Feira Internacional de Tecnologia para a Indústria de Proteína Animal

www.tecnocarne.com.br

17. Normas Técnicas

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, utilizados como importantes referências para o mercado.

As normas técnicas podem estabelecer requisitos de qualidade, de desempenho, de segurança (seja no fornecimento de algo, no seu uso ou mesmo na sua destinação final), mas também podem estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar classificações ou terminologias e glossários, definir a maneira de medir ou determinar as características, como os métodos de ensaio.

As normas técnicas são publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT. Não existem normas técnicas aplicáveis à este segmento empresarial.

18. Glossário

Seguem alguns termos técnicos referentes extraídos do glossário disponível em <http://correiogourmand.com.br>.

CURA DA CARNE: processo de fabricação da carne com a adição de sal, nitrato e ou nitrito e demais ingredientes necessários para conferir ao produto o sabor e aroma característicos de cura. A concentração de cada agente de cura depende da natureza do alimento e da tecnologia aplicada.

EMBUTIMENTO DE PRODUTO DE CARNE: processo no qual uma massa cárnea é acondicionada em tripa natural ou artificial, utilizado para proteger o embutido das influências externas, ao mesmo tempo em que lhe dá forma e estabilidade.

EMBUTIDOS CÁRNEOS: produto obtido a partir do processo de moagem da carne em uma granulometria que varia de grossa a fina conforme o tipo de produto, condimentado e embutido. Usa tripa natural ou artificial (filme comestível), para dar forma e possibilitar o processamento subsequente.

EMBUTIDO CÁRNEO COZIDO: produto obtido a partir da mistura de carne e toucinho

picados, com adição de sal comum, condimentos e alguns aditivos, introduzidos em tripa natural ou artificial. Depois passa por um processo de tratamento térmico, suficiente para o cozimento e conservação sob refrigeração. Ex: salsicha.

EMBUTIDO CÁRNEO CRU: produto obtido a partir da mistura de carne crua e toucinho picado, com adição de sal comum, condimentos, aditivos e produtos coadjuvantes para a cura, introduzidos em tripa natural ou artificial. Não passa por tratamento térmico. Ex: lingüiça fresca.

EMBUTIDO CÁRNEO CURADO: produto obtido da mistura de carne crua e toucinho picados, com adição de sal comum, condimentos, aditivos e produtos coadjuvantes para a cura, passando pelo processo de cura para formação de cor característica, introduzidos em tripa natural ou artificial.

EMBUTIDO CÁRNEO CURADO COZIDO: tipo de embutido cárneo curado que passa por tratamento térmico.

EMBUTIDO CÁRNEO CURADO CRU: tipo de embutido cárneo curado que no seu processamento não passa por tratamento térmico. Ex: salame
FILME COMESTÍVEL: fina camada de material comestível (constituído por diferentes substâncias naturais ou sintéticas) formado diretamente como revestimento, ou como revestimento pré-formado e colocado sobre o alimento ou entre seus componentes.

GORDURA: componente essencial dos embutidos, já que lhes aporta determinadas características que influem de forma positiva em sua qualidade sensorial. É importante a escolha da gordura a ser usada, já que uma gordura não adequada pode comprometer o sabor e a aparência do produto final, assim como não ter a mesma capacidade de conservação.

TRIPAS: são um componente fundamental já que vão conter o resto dos ingredientes, condicionando a maturação do produto. Podem ser utilizados diversos tipos.

TRIPAS DE ANIMAIS OU NATURAIS: as tripas de diversos animais vêm sendo usadas como invólucro tradicional de produtos embutidos. Este tipo de tripa devem ser muito bem lavadas, higienizadas e secas antes de serem utilizadas, para que não se tornem veículo para contaminações bacterianas. As tripas naturais podem ser gordas, semi-gordas e magras.

TRIPAS DE COLÁGENO: são uma alternativa lógica às tripas naturais já que são fabricadas com o mesmo composto químico.

TRIPAS DE CELULOSE: utilizadas, principalmente, em salsichas e produtos similares que são comercializados sem tripa.

TRIPAS DE PLÁSTICO: usados em embutidos cozidos.

19. Dicas de Negócio

Para quem quer iniciar uma Fábrica de Embutidos, o recomendável é adquirir os equipamentos de forma escalonada, conforme o desenvolvimento do negócio. O maior investimento é direcionado para a câmara frigorífica, a ensacadora, o moedor e a balança. A

entrega dos produtos pode ser terceirizada, adiando a compra de veículos com refrigeração. Algumas máquinas podem ser adaptadas e automatizadas, reduzindo o custo. E o conhecimento adequado do processo produtivo contribui para a eliminação de desperdícios.

A especialização da fábrica em poucos embutidos pode gerar economia de escala. O empreendedor deve pesquisar sobre os hábitos de consumo do seu público-alvo e sobre os seus produtos preferidos.

A procedência da matéria-prima vai definir a qualidade do produto. É aconselhável diversificar a rede de fornecedores e aplicar um rigoroso controle de qualidade nas carnes e retalhos adquiridos.

Tanto a tripa natural quanto a artificial oferece resultados satisfatórios. Porém, as tripas artificiais são mais atrativas em função do menor custo. Uma boa tripa deve apresentar impermeabilidade ao vapor d'água; boa aparência após o preenchimento; regularidade de calibre, uniformidade de peso, formato e tamanho; facilidade de operação pelas máquinas e preços acessíveis.

20. Características Específicas do Empreendedor

Neste segmento, o empreendedor precisa, fundamentalmente, ter tino comercial.

Também precisa estar atento às tendências do setor e hábitos dos clientes. Deve identificar os movimentos desse 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.

21. Fonte de Recurso

[null 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>

22. Planejamento Financeiro

[null 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

as mais variadas ferramentas e escolher a que mais adequada for a suas necessidades.

23. 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/>

24. Bibliografia

COBRA, Marcos. Administração de vendas: casos, exercícios e estratégias. São Paulo: Atlas, 1981. 398 p.

EMBRAPA. Embutidos, frios e defumados. Brasília, 1996. 94p.

FIGUEIRA, Eduardo. Quer vender mais? Campinas: Papyrus, 2006. 112 p.

GIL, Edson. Competitividade em vendas. Rio de Janeiro: Alta Books, 2003. 92 p.

LUPPA, Luis Paulo. O vendedor pit bull. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2007. 128 p.

MCCORMACK, Mark H. A arte de vender. [S. l.]: Best Seller, 2007. 192 p.

SEGAL, Mendel. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 1976. 253 p.

SEBRAE. *Como elaborar um plano de negócios*. Brasília, 2013. 159p.

STANTON, William J. Administração de vendas. Rio de Janeiro: Guanabara Dois, 1984. 512 p.

TOMANINI, Cláudio et al. Gestão de vendas. São Paulo: Ed. FGV, 2004. 148 p. (Marketing das publicações FGV management).

Sites pesquisados:

www.portaldoempreendedor.gov.br. Acesso em: 28 outubro 2017.

<http://idg.receita.fazenda.gov.br/>. Acesso em: 20 outubro 2017

O MERCADO de frios no Brasil: uma estimativa de demanda a partir de um modelo AIDS em três estágios. Disponível em:

<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/8332/66080100267.pdf>.

Acesso em: 14 dezembro 2017.

Equipamentos para automação. Disponível em: <http://www.ibrasmak.com.br/>. Acesso em: 14 dezembro 2017.

25. Canais de Distribuição e venda

[null 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.

Os canais de distribuição da fábrica de embutidos são vendedores externos, representantes comerciais e/ou venda em um site específico.

26. Entidades relacionadas ao setor

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

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

<http://www.sebrae.com.br>

Associação Brasileira de Proteína Animal

<http://abpa-br.com.br>

Abiec - Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carne

<http://www.abiec.com.br>

Associação Brasileira dos Criadores de Suínos

www.abcs.org.br

ANVISA - AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA

<http://www.portal.anvisa.gov.br>

Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento

<http://www.agricultura.gov.br>

Receita Federal

<http://www.receita.fazenda.gov.br>

SNDC - Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

<http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/a-defesa-do-consumidor-no-brasil/anexos/sistema-nacional-de-defesa-do-consumidor-sndc>

27. Investimento e faturamento

[null 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 fábrica de embutidos estabelecida em uma área de 100 m², exige um investimento inicial estimado de R\$ 75 mil reais, a ser alocado nos seguintes itens:

1- Investimentos Fixos

1.1 - Máquinas e Equipamentos

Item
Valor unitário
Câmara frigorífica, balanças, moedor de carne, etc.
R\$ 25.000,00

1.2 - Equipamentos de Informática

Item
Valor unitário
Telefone, Computador e Impressora
R\$ 3.000,00

1.3 - Móveis e Utensílios

Item
Valor unitário
Mobiliário do Escritório
R\$ 3.000,00
Mesas, jiraus, etc.
R\$ 4.000,00

2 - Investimentos Pré-Operacionais

Item
Valor unitário
Reformas
R\$ 18.000,00
Registro da empresa
R\$ 2.000,00

3 - Investimentos Financeiros

Item
Valor unitário
Capital de giro (2 meses de custeio fixo)
R\$ 10.000,00

Formação Estoque Inicial (2 meses)
R\$ 10.000,00

INVESTIMENTO TOTAL (1+2+3)
R\$ 75.000,00

Previsão de Faturamento

Faturamento mensal
R\$ 60.000,00

* 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.

