

Loja de artigos para pesca



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

1. Apresentação de Negócio

O Brasil tem 8.500 quilômetros de costa marítima, 15 mil quilômetros de rios navegáveis, três grandes bacias hidrográficas (Amazônica, São Francisco e Prata) e os complexos Tocantins – Araguaia, Paraná – Rio Grande e Pantanal. Tudo isso sem contar que a opção energética brasileira, baseada na geração feita por meio de hidrelétricas, contribui para a formação de grandes reservatórios de água, ideais para a prática da pesca amadora. Somente em lagos e barragens produtores de energia, o país dispõe de 5,5 milhões de hectares de lâminas d'água. Toda essa extensão lacustre, fluvial e marítima proporciona ao país a maior e a mais variada fauna aquática do mundo, com mais de seis mil espécies catalogadas de peixes. Ou seja, o Brasil tem uma situação invejável para o desenvolvimento da pesca.

Embora ainda esteja muito aquém de seu potencial, a pesca amadora no país exibe um crescimento vertiginoso e já representa uma importante fonte de negócios. O ato de pescar tem origens pré-históricas, quando o homem buscava o peixe para se alimentar. Com o avanço da civilização humana, este hábito tornou-se também fonte de lazer e diversão. A pesca recreativa, por hobby ou por esporte, que utiliza apenas vara, linha e anzol, está entre as atividades de integração social mais difundidas no mundo. A atividade também constitui um relevante segmento do setor turístico, estimulando a organização de viagens, excursões e pacotes turísticos exclusivos.

Entende-se por pesca amadora aquela praticada com a finalidade de lazer, turismo e desporto, sem a finalidade comercial. A proliferação do serviço de pesque-pague, inclusive alguns encravados nas grandes metrópoles, também deu novo ânimo ao setor.

Além de prestar assessoria aos clientes, a loja pode oferecer varas, molinetes, iscas, bolsas térmicas, coletes, anzóis, linhas, lanternas, bolsas e centenas de acessórios e bugigangas que enchem os olhos dos praticantes do hobby. Para fisgar mais clientes, a loja pode expandir o seu mix de artigos e também oferecer outros produtos (motores, artigos de camping, náutica, mergulho e confecções) e serviços (pacotes de turismo, condutores de pesca, piloteiros de embarcações etc.) integrantes da enorme cadeia produtiva da pesca amadora do país.

2. Mercado

A pesca amadora tem uma legião de entusiastas em todo o mundo. No Brasil, embora ainda não devidamente mensurado, esta é, notoriamente, um das atividades de esporte e lazer mais praticadas em todo o país. Com um enorme litoral, extensas bacias de águas interiores e ecossistemas que despertam o interesse internacional, como a Amazônia e o Pantanal, a pesca amadora é hoje uma atividade que já se consolida como de grande potencial econômico para o país.

São pessoas de ambos os sexos e de distintas faixas etárias que buscam a pesca como recreação e consumo familiar. Essa pesca é realizada com apetrechos de pesca pessoais, que variam conforme o tipo, região ou peixe e em acordo com a legislação local. Embora significativa, ainda é modesta no Brasil se comparada com os Estados Unidos, que provavelmente corresponde ao maior mercado atual de pesca amadora.

Essa comparação de cifras serve apenas para ilustrar o potencial que nosso país apresenta

para se tornar um dos maiores mercados mundiais da pesca amadora, porque quando se fala de peixe, nossa fauna é imbatível! São mais de 3 mil espécies de peixes de água doce e muitas outras espécies marinhas. Das de água doce, pelo menos cem são de interesse da pesca amadora. Temos, por exemplo, o tucunaré açu, na Amazônia, e o dourado e os surubins, presentes em várias bacias. No litoral, contamos com uma gama de opções, desde a praia até o alto-mar: corvinas, robalos, anchovas, badejos, garoupas, olhetes, olhos-de-boi e agulhões. Nesse aspecto, nossa riqueza é fabulosa.

3. Localização

A escolha do local de instalação de uma loja de artigos para pesca deve ser feita com atenção. Especialistas afirmam que uma decisão dessa natureza se dá em duas esferas principais: identificação do território (região) e localização (endereço), considerando-se ainda algumas variáveis como: a demanda (potencial), a oferta (concorrência), acesso a fornecedores e os custos (aluguel, reforma do imóvel, manutenção etc.).

- **Escolha da região**

O Brasil apresenta, em quase todas as suas regiões, características propícias ao desenvolvimento da pesca amadora. A região amazônica vem atraindo pescadores amadores do mundo todo, principalmente dos Estados Unidos, em busca do tucunaré. O Pantanal é área de interesse do turismo internacional, atraindo historicamente grande número de pescadores amadores do Brasil. As bacias hidrográficas da região Centro-Oeste, como a do rio Araguaia, já têm um desenvolvimento considerável do segmento. As bacias hidrográficas das regiões Sudeste e Sul já apresentam ampla exploração da pesca amadora, necessitando, ainda, de profissionalização do setor.

A pesca amadora também é praticada em todo o litoral do Brasil, principalmente por brasileiros, destacando-se o turismo internacional nos estados da Bahia e Espírito Santo. Segundo a ABF – Associação Brasileira de Franchising –, a definição da melhor localização “ponto” é um pouco mais complexa do que aparenta, pois envolve variáveis antagônicas, como fluxo de pessoas e custos. O melhor ponto não é necessariamente aquele que proporcionará o maior faturamento, e sim aquele que trará o melhor resultado. Para tanto, deve-se conhecer profundamente as particularidades do negócio, principalmente, aquelas envolvendo receitas e custos. Fatores de demanda: é necessário que o empreendedor antes de se decidir pelo local de instalação de sua loja faça uma pesquisa de mercado, a fim de identificar o potencial de consumo para esses produtos na região de interesse.

Considerando que a pesca amadora é motivada basicamente pelo lazer, observa-se que em diversas cidades muitos pescadores gostam de aproveitar o intervalo do almoço ou a saída do trabalho para visitar as lojas de artigos para pesca. Por isso, centros comerciais, bem como lojas situadas em avenidas, ruas e estradas de acesso aos locais de pesca, são normalmente escolhidos para a instalação deste tipo de negócio. Fatores de oferta: adicionado ao conhecimento do potencial da região verificado na etapa anterior, é preciso mensurar a influência da concorrência na região (se houver). Itens como satisfação com o atendimento; mix de produtos, quem são os concorrentes, como eles atuam, que espaço de mercado está disponível.

A concorrência na região não é, obrigatoriamente, um fator negativo; ao contrário, muitas vezes verifica-se que a concentração de lojas de um mesmo segmento pode tornar a região

um polo de compras para o produto em questão. Fatores de custos: a análise do melhor ponto deve envolver também as condições de utilização do mesmo, inclusive aquelas que influenciam diretamente nos custos, sejam no investimento inicial (luvas, obras, reformas, comunicação) ou no custo operacional (aluguel, impostos etc.).

Além dos pontos acima citados, outras características devem ser observadas antes da definição pelo local: visualização; facilidade de acesso; área para estacionamento; legislação local. As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. A consulta de local na Prefeitura é o primeiro passo para avaliar a implantação de sua loja.

4. Exigências Legais e Específicas

Para formalizar a empresa, é recomendável a contratação de um contador ou um advogado. Estes profissionais poderão lhe auxiliar na escolha do melhor enquadramento jurídico e tributário da empresa, na elaboração dos documentos constitutivos exigidos e realizar o seu registro nos órgãos responsáveis, conforme abaixo:

1. Registro da empresa nos seguintes órgãos: Junta Comercial; Secretaria da Receita Federal (CNPJ); Secretaria Estadual de Fazenda; Prefeitura do Município para obter o Alvará de Funcionamento; Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (a empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal); Cadastramento na Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”; Corpo de Bombeiros Militar.

2. Visita à Prefeitura da cidade onde pretende montar a sua loja de artigos para pesca para fazer a consulta de local e obtenção do Alvará de Localização; O empreendimento está dispensado de obter registro ou autorização de funcionamento específico, em entidades ou órgãos fiscalizadores de atividades regulamentadas. Bastando apenas ao empreendedor obter a inscrição nos órgãos exigíveis das sociedades empresárias em geral.

A pessoa jurídica também não está sujeita à responsabilidade técnica, ou seja, não se exige do empreendimento a manutenção, em seus quadros, de profissional habilitado no órgão ou conselho de classe fiscalizador de profissão regulamentada. Vale lembrar que as empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). O CDC, publicado em 11 de setembro de 1990, regula a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca de equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores. O CDC somente se aplica às operações comerciais em que estiver presente a relação de consumo, isto é, nos casos em que uma pessoa (física ou jurídica) adquire produtos ou serviços como destinatário final. Ou seja, é necessário que em uma negociação estejam presentes o fornecedor e o consumidor, e que o produto ou serviço adquirido satisfaça as necessidades próprias do consumidor, na condição de destinatário final.

Portanto, operações não caracterizadas como relação de consumo não estão sob a proteção do CDC, como ocorre, por exemplo, nas compras de mercadorias para serem revendidas pela casa. Nestas operações, as mercadorias adquiridas se destinam à revenda, e não ao consumo da empresa. Tais negociações se regulam pelo Código Civil brasileiro e legislações comerciais específicas. Alguns itens regulados pelo CDC são: forma adequada de oferta e exposição dos produtos destinados à venda; fornecimento de orçamento prévio dos serviços

a serem prestadas; cláusulas contratuais consideradas abusivas; responsabilidade dos defeitos ou vícios dos produtos e serviços; os prazos mínimos de garantia; cautelas ao fazer cobranças de dívidas.

Em relação à normatização da atividade de pesca amadora, vale a pena o empreendedor se familiarizar com as seguintes leis federais: Lei nº 11.958 de 26/6/2009, que cria e transfere para o âmbito do MPA o ordenamento da Pesca Amadora. Instrução Normativa nº 1 de 28/8/2009, que estabelece os procedimentos para a realização de torneios e competições de pesca. Portaria Ibama nº 4 de 19/3/2009, que estabelece as normas gerais para exercício da atividade da Pesca Amadora. Portaria Ibama nº 39 de 12/8/2003, que aprova os formulários de Licença da Pesca Amadora e da Carteira de Identificação do Pescador Amador, Classe Permanente e Especial, e a taxa da Licença para a Pesca Amadora.

5. Estrutura

Para uma estrutura mínima com um ponto comercial, estima-se ser necessária uma área de 50 m², com flexibilidade para ampliação conforme o desenvolvimento do negócio. Os ambientes podem ser divididos em área para a exposição de produtos, escritório e área para pequenos reparos.

É conveniente que o espaço de vendas possibilite o autoatendimento do cliente. O empreendedor deve planejar o mostruário de produtos no começo da loja, com gôndolas, prateleiras e araras, em ambiente arejado, limpo, claro e dentro das normas de segurança preestabelecidas pelo Corpo de Bombeiros. Também deve haver espaço para um balcão vitrine e atendimento pelo vendedor. Esse balcão serve para exposição e venda de objetos e acessórios, além de permitir a demonstração de produtos. A fachada, a vitrine e a entrada da loja precisam de atenção especial, pois a elas cabe o papel de transmitir de imediato as características do estabelecimento e despertar o interesse de consumo no cliente.

O ideal é que, além da vitrine, o empreendedor explore o interior da loja, de maneira a levar o cliente a ter contato com os produtos comercializados. Idealmente a decoração da loja deve remeter o cliente ao ambiente da pescaria com arranjo físico, disposição dos produtos, arrumação das vitrines, cores, iluminação, fotografias etc., próximos dos cenários do esporte.

O escritório destina-se ao atendimento a clientes especiais e fornecedores, além de funcionar como local de trabalho do proprietário. Deve ser composto por uma mesa de trabalho, cadeiras e microcomputador. O local de trabalho deve ser limpo e organizado.

O piso, a parede e o teto devem estar conservados e sem rachaduras, goteiras, infiltrações, mofos e descascamentos. O piso deve ser de alta resistência e durabilidade, além de fácil manutenção. Cerâmicas e ladrilhos coloridos proporcionam um toque especial, enquanto granito e porcelanato oferecem luxo e sofisticação ao ambiente. As paredes devem ser pintadas com tinta acrílica. Tons claros são adequados para ambientes pequenos, pois proporcionam a sensação de amplitude. Texturas e tintas especiais na fachada externa personalizam e valorizam o ponto.

A utilização de forros de gesso proporciona a criação de diferentes efeitos de iluminação. Sancas com lâmpadas embutidas podem iluminar indiretamente o ambiente, ao mesmo tempo em que focos direcionados a vitrines e prateleiras destacam os produtos. Sempre que possível, deve-se aproveitar a luz natural. No fim do mês, a economia da conta de luz

compensa o investimento. Quanto às artificiais, a preferência é pelas lâmpadas fluorescentes. Profissionais qualificados (arquitetos, engenheiros, decoradores) poderão ajudar a definir as alterações a serem feitas no imóvel escolhido para funcionamento da loja, orientando em questões sobre ergonomia, fluxo de operação, design dos móveis, iluminação, ventilação etc.

6. Pessoal

O fator humano é fundamental para o sucesso de uma loja de artigos para pesca. Contar com profissionais qualificados e comprometidos deve estar no topo da lista de prioridades do empreendedor. O número de funcionários da loja vai variar de acordo com seu o tamanho. Em geral, uma pequena loja pode contar com três vendedores, além do empreendedor. Suas atribuições são:

- **Empreendedor:** responsável pelas atividades administrativas, financeiras, de controle de estoque e da comercialização. Deve ter conhecimento da gestão do negócio, do processo produtivo e do mercado. Precisa manter contato com fabricantes de peças, gostar de pescar e acompanhar as últimas tendências do setor;

- **Vendedor:** responsável pelo atendimento aos clientes e venda dos produtos. Suas principais qualidades devem ser:

- Conhecer em profundidade os produtos oferecidos;
- Entender as necessidades dos clientes;
- Conhecer a cultura e o funcionamento da empresa;
- Conhecer as tendências do mercado;
- Desenvolver relacionamentos duradouros com os clientes;
- Transmitir confiabilidade e carisma;
- Atualizar-se sobre as novidades do segmento;
- Zelar pelo bom atendimento após a compra.

Normalmente, a loja funciona em horário comercial, que varia de região para região. Lojas situadas em shopping centers seguem o horário do centro comercial, normalmente das 10h00 às 22h00. Sábados e domingos são dias de grande faturamento. Dependendo do movimento e da época do ano, pode ser necessária a ampliação do horário de funcionamento, exigindo a contratação temporária de mais vendedores. Essa expansão do negócio precisa ser planejada conforme o aumento do faturamento. O movimento também aumenta nas semanas que antecedem feriados e férias escolares, normalmente quando os pescadores compram os equipamentos necessários para a pescaria. O empresário deve se preparar para esse possível aumento de fluxo na loja.

O atendimento é um item que merece uma atenção especial do empresário, visto que nesse segmento de negócio há uma tendência ao relacionamento de longo prazo com os clientes. E os clientes satisfeitos ajudam na divulgação da loja para novos clientes.

A qualificação de profissionais aumenta o comprometimento com a empresa, eleva o nível de retenção de funcionários, melhora a performance do negócio e diminui os custos trabalhistas com a rotatividade de pessoal.

- **O treinamento dos colaboradores deve desenvolver as seguintes competências:**

- Capacidade de percepção para entender e atender às expectativas dos clientes;
- Agilidade e presteza no atendimento;
- Capacidade de apresentar e vender os serviços da loja;
- Motivação para crescer com o negócio.

Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores nessa área, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, consequências desagradáveis. O empreendedor pode participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor. O Sebrae poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados.

7. Equipamentos

Os materiais básicos para a instalação de uma loja de artigos para pesca são:

- Vitrines, gôndolas e araras;
- Balcão de atendimento com vitrine;
- Móveis e materiais de escritório;
- Telefone;
- Aparelho de fax;
- Microcomputador;
- Impressora;
- Armários com escaninhos.

Ao projetar o layout da loja, deve-se levar em consideração o espaço disponível, a instalação dos equipamentos (exposição dos produtos), a circulação de pessoas, a decoração, ventilação e iluminação, dentre outros fatores.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido, entre outros, pelos seguintes três importantes indicadores de desempenho:

- **Giro do estoque:** o giro do estoque é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado nas vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Obs.: quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques;
- **Cobertura dos estoques:** o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento;
- **Nível de serviço ao cliente:** o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o

número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa. Uma loja especializada de artigos para pesca pode trabalhar com uma quantidade muito grande de itens comercializados. Por essa razão, uma adequada seleção e definição do mix de produtos é muito importante para o sucesso deste tipo de negócio. Uma boa definição do mix de produtos é feita desde que o empreendedor conheça o perfil de sua clientela, para que possa adquirir itens para revenda que satisfaçam aos seus desejos de consumo. Definido o mix de produtos, o empreendedor deve fazer uma adequada seleção de fornecedores dos artigos a serem comercializados.

O uso de um software de gestão de estoques ajuda a identificar os itens (e fornecedores), cuja relação margem de lucro x prazo de pagamento x giro seja aquela que proporcione o melhor retorno para o empreendimento. Uma loja de artigos para pesca pode vender desde um simples chumbinho de R\$ 0,50 até um barco de R\$ 10 mil, o que requer muito controle físico sobre o estoque disponível e gestão do capital de giro. Os principais produtos comercializados são:

- Carretilhas;
- Molinetes;
- Caniços e varas;
- Conjuntos;
- Linhas;
- Iscas artificiais;
- Estojos e caixas;
- Anzóis e acessórios;
- Alicates;
- Balanças;
- Protetores de equipamento;
- Juntadores de vara;
- Óculos;
- Suportes;
- Passaguás;
- Redes;
- Tarrafas;
- Viveiros.

A oferta de novidades é a principal fonte de atração de clientes. Além da renovação do estoque, o empreendedor pode aumentar o portfólio de produtos por meio do lançamento de novas linhas de venda. Produtos acessórios como artigos para camping, esportes náuticos, cutelaria e vestuário podem atrair novos consumidores e aumentar o faturamento da loja.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo de uma loja de artigos para pesca pode ser agrupado em três grandes categorias:

1. Aquisição de mercadorias. No comércio, “vender bem” significa, acima de tudo, “comprar bem”. O empreendedor deve ter perspicácia e sensibilidade para identificar oportunidades de aquisição que não demandarão muito tempo ou esforço para a revenda. A

aquisição de mercadorias deve ser bem planejada e pode variar de acordo com as características do estabelecimento, especialmente hábitos de consumo da clientela.

2. Exposição e venda. Os artigos prontos para a venda devem ser separados em setores, de preferência com etiquetas de preços e códigos de barra. A organização é fundamental para o cliente encontrar com rapidez o que procura. Divisão por cores e tamanhos também auxiliam na busca da peça desejada. Vendedores capacitados podem complementar o autoatendimento, sempre com prestatividade e cortesia. O atendimento aos clientes é de suma importância para todas as organizações. Todos os colaboradores da loja devem atuar para saber identificar as necessidades e oferecer os produtos que melhor atendam às expectativas do cliente, quanto mais encantados os clientes ficarem, maior será o movimento da loja.

3. Gestão administrativo financeira da loja inclui: Controle sobre as vendas/faturamento; Controle de caixa (incluindo controle de cheque pré-datado; Controle de conta bancária/extratos e saldos conciliados com o banco); Controle de contas a receber e cobrança; Controle das contas a pagar aos fornecedores; Relacionamento com o escritório de contabilidade, bancos etc.; Gestão de recursos humanos (admissão, rescisão, treinamento, pagamento de funcionários).

10. Automação

Atualmente, existem diversos sistemas informatizados (softwares) que podem auxiliar o empreendedor na gestão de uma loja de artigos para pesca. 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 aplicativo apresenta funcionalidades, tais como:

- Controle dos dados sobre faturamento/vendas;
- Gestão de caixa e bancos (conta corrente);
- Controle de estoque de mercadorias;
- Relatórios e gráficos gerenciais (Curva ABC);
- Organização de compras e contas a pagar;
- Emissão de pedidos;
- Dentre outras funcionalidades.

11. Canais de Distribuição

O principal canal de distribuição é a própria loja, onde se encontra o mostruário de produtos. A loja pode ampliar os canais de distribuição por meio de venda on-line, telefone etc. ou abrindo novas filiais e/ou lojas franqueadas, dentre outras possibilidades.

12. Investimentos

O valor a ser investido em um 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.

Antes de montar sua empresa, é fundamental que o empreendedor elabore um Plano de Negócios, em que os valores necessários à estruturação da empresa podem ser mais detalhados, em função dos 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 nesse 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.

O valor necessário para investimento na instalação de uma loja de artigos para pesca irá variar muito de acordo com o porte do empreendimento, estoque inicial e gastos associados ao contrato e adaptação do imóvel utilizado. Por essa razão, sugerimos a elaboração de um Plano de Negócio, em que os recursos necessários, em função dos objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado, poderão ser determinados. (Vide modelo disponível em: http://www.sebrae.com.br/momento/quero-abrir-um-negocio/integra_bia?ident_unico=1440).

13. Capital de Giro

O capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez nos ciclos de caixa. Funciona com uma quantia imobilizada (inclusive em bancos) para suportar as oscilações de caixa.

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.

Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão. O início do negócio com um bom volume de estoque de produtos e respectiva revenda de parte desses produtos nos primeiros meses de operação possibilita a redução da necessidade de capital de giro inicial. Por essa razão, estimamos que a necessidade de capital de giro de uma loja de artigos para pesca fique em torno de 10% a 15% do investimento inicial.

14. Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no

processo de produção / prestação do serviço.

Em geral, os custos mensais de operação de uma loja de artigos para pesca podem ser estimados dentro de três grupos principais:

- **Custos Fixos:** são os gastos que independem do volume de produtos vendidos e são incorridos mesmo que nenhum item seja vendido pela loja. Exemplos: água, luz, telefone, acesso à internet, aluguel, assessoria contábil, licença de uso de softwares e manutenção, propaganda e publicidade da empresa, recursos para manutenções corretivas, salários e encargos, tributos, impostos, contribuições e taxas;

- **Variáveis:** são os gastos que irão variar conforme o volume de vendas. Isto é, quanto mais produtos vendidos maiores são estes gastos e vice-versa.

Custo da Mercadoria Vendida (CMV): de forma simplificada podemos considerar como o custo de reposição mensal do estoque de mercadoria para revenda. Neste ramo, variando entre 40% e 60% do faturamento da loja. Exemplo: comissões de vendedores, embalagens e tarifa da administradora de cartões de crédito.

15. 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 ter algo que os produtos concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto ou serviço prestado. As pesquisas quantitativas e qualitativas podem ajudar na identificação de benefícios de valor agregado.

No caso de uma loja de artigos para pesca, há várias oportunidades de diferenciação, tais como: instalação de serviços de suporte técnico e pequenos reparos; fornecer orientações para registro de pescador amador junto ao MPA. A cadeia produtiva da pesca amadora é bastante extensa e tem forte relação com o turismo de pesca. Nesse sentido muitas lojas trabalham indicando as empresas do setor e fazendo grupos de viagem com seus fregueses.

16. Divulgação

Uma análise do mix de marketing para este tipo de negócio (Produto, Preço, Praça, Promoção, Pessoas) fornece uma boa dica de como o empreendedor de uma loja de artigos para pesca pode melhorar a divulgação de seus serviços:

- **Produto:** deve, obrigatoriamente, ser aquele desejado pelo cliente, estar dentro das suas expectativas e satisfazer suas necessidades. Nesse sentido a definição correta do mix de produtos comercializados é primordial para o sucesso do negócio;

- **Preço:** neste seguimento os preços são bastante variáveis e as margens de lucro idem. Portanto, formar corretamente o preço dos produtos revendidos, estabelecendo um adequado equilíbrio entre custos e lucratividade, ajuda a estabelecer uma relação de confiança com os clientes;

- **Praça:** este é um fator crítico de sucesso em qualquer negócio. Identificar o ponto ideal para instalar a loja de artigos para pesca é essencial para o seu sucesso;

- **Promoção:** há um provérbio popular que diz: “a propaganda é a alma do negócio”, e,

realmente, ele tem toda a razão, pois se não divulgarmos o produto aos clientes, eles não saberão da sua existência e não poderão adquiri-lo. As formas mais comuns de divulgação neste segmento são:

- Confeccionar folders e flyers para a distribuição em escritórios e residências;
- Oferecer brindes para clientes que indicam outros clientes;
- Anunciar em jornais de bairro e revistas locais de pescaria;
- Oferecer descontos e pacotes promocionais para produtos combinados;
- Montar um website com a oferta de produtos para alavancar as vendas;
- Participar de feiras e eventos de pesca;
- Organizar e participar de competições e viagens de pescaria;
- Sortear entre clientes viagens e excursões de pescaria.

• **Pessoas:** neste caso, selecionar adequadamente sua equipe de colaboradores é a chave para o sucesso. Cordialidade, atenção e relacionar-se bem com seus clientes são determinantes para o sucesso em qualquer profissão.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de LOJA DE ARTIGOS PARA PESCA, assim entendido pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas/Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (CNAE/IBGE) 4763-6/04 como a atividade de comércio varejista de artigos de caça, pesca e camping, poderá optar pelo Simples Nacional – Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para Microempresa e R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para Empresa de Pequeno Porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

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

- Imposto de Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ);
- Contribuição Social Sobre o Lucro (CSLL);
- Programa de Integração Social (PIS);
- Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins);
- Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS);
- Contribuição para a Seguridade Social Relativa à Parte Patronal (INSS).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do Simples Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 4% a 11,61%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo Simples Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera federal, poderá ocorrer redução quando se

tratar de PIS e/ou Cofins.

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de Microempreendedor Individual. Para se enquadrar no Microempreendedor Individual, o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 – Anexo XIII (<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/resolucao/2011/CGSN/Resol94.htm>). Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais, conforme abaixo:

1. Sem empregado

- 5% do salário-mínimo vigente – a título de contribuição previdenciária do empreendedor;

- R\$ 1,00 mensais de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias.

2. Com um empregado: (o Microempreendedor Individual poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um salário-mínimo ou piso da categoria).

3. **O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:**

- Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;

- Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

Havendo receita excedente ao limite permitido superior a 20%, o Microempreendedor Individual terá seu empreendimento incluído no sistema Simples Nacional.

Para este segmento, tanto Microempresas, Empresas de Pequeno Porte ou Microempreendedor Individual, a opção pelo Simples Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

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

18. Eventos

- Feira Universo da Pesca & Náutica – Curitiba-PR
- Feipesca Feira Internacional de Pesca, Caça e Equipamentos para Esportes e Lazer
- Fenapesca Feira Nacional de Pesca & Camping Ribeirão Preto-SP
- Mercopesca Feira de Pesca, Camping, Náutica, Caça e Ecoturismo do Mercosul
- Pesca Brasil Feira Nacional e Internacional de Pesca São Paulo-SP
- Pesca & Companhia Trade Show – São Paulo-SP
- São Paulo Boat Show - São Paulo-SP

19. Entidades em Geral

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

- Abrapia - Associação Brasileira de Pesca com Iscas Artificiais
- Anepe - Associação Nacional de Ecologia e Pesca Esportiva
- Aspesca - Associação de Pesca Esportiva e Consciência Ambiental
- Ibama - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
- MPA - Ministério da Pesca e Aquicultura
- Ministério do Turismo
- Receita Federal
- SNDC - Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

20. Normas Técnicas

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, sendo importantes referências para o mercado. Não existem normas técnicas aplicáveis ao negócio.

21. Glossário

- **Água azul:** tonalidade de água que identifica a corrente do Brasil. Ali se encontram as espécies marinhas mais esportivas, como dourados, marlins, albacoras, atuns etc. Entre outubro e março, dependendo da posição geográfica, essa corrente se aproxima da costa, ficando em alguns casos a apenas 10 ou 15 km do litoral, como no Nordeste. No Sul e Sudeste a distância varia entre 50 a 100 km. O azul é escuro profundo, facilmente identificável.
- **Anzol:** artefato de metal que cumpre a função específica de fisgar o peixe. A Mustad, um dos maiores fabricantes de anzóis em todo o mundo, produz mais de 18 mil modelos diferentes, para todos os tipos de peixes e pescarias. Os anzóis podem ser simples, duplos ou triplos (veja garateias).
- **Anzol chapinha:** é um tipo especial de anzol onde o orifício da parte superior é substituído por um simples achatamento da própria haste do anzol. Trata-se de um anzol mais resistente, porque passa por uma operação a menos no seu processo de fabricação. Deve ser amarrado de maneira especial.
- **Arroz cozido:** é usado para a pesca de vários tipos de peixe. Deve ser cozido apenas na água, sem qualquer tipo de tempero. Deve-se colocar no anzol o grão isoladamente.
- **Batatinha-do-mar:** crustáceo muito comum em todo o litoral brasileiro, normalmente encontrado nas pedras de costões. Uma das melhores iscas para se pescar no próprio local onde é encontrada.
- **Barbela:** saliência em forma de cunha existente na parte dianteira dos plugs de meia-água e de profundidade. Seu tamanho, inclinação e formato é que determinam a ação da isca dentro da água.

- **Boia:** artefatos de cortiça, isopor, plástico, madeira ou outros materiais, que serve para manter isca na superfície (ou à profundidade que se deseja), servindo ainda de aviso quando o peixe ataca a isca.
- **Caranguejo:** crustáceo muito comum no litoral brasileiro. Tanto pode ser encontrado nos mangues, como nas pedras ou mesmo nas praias. Serve como isca para vários tipos de peixe.
- **Carretilha:** equipamento de pesca que cumpre a função específica de tracionar a linha, permitindo o recolhimento do peixe, quando fisgado. Função que é desempenhada também pelo molinete. Na carretilha, porém, a capacidade de tração é maior. Em compensação, até que se adquira a prática suficiente, o manejo de carretilha é mais difícil que o do molinete. É muito usada no sul do Brasil e recomendada para a pesca pesada.
- **Chumbada:** basicamente existem três tipos de chumbada, usadas de acordo com a pesca que se está praticando.
- **Chumbada oliva:** solta na linha, deve ser usada em água doce ou no mar, quando se pesca com linha curta.
- **Chumbada pirâmide:** é usada na pesca de praia. Por causa do seu formato, ela se fixa na areia, não permitindo que as ondas arrastem a isca de volta à praia. Existe ainda variação de chumbadas utilizadas na pesca de praia, como aranha, garra, cogumelo etc.
- **Chumbada gota:** é utilizada na pesca de costões: quando recolhida pela hidrodinâmica, ela sobe mais rápido, evitando o enroscado de pedras (o recolhimento, no caso, deve ser rápido e contínuo). Colher e moeda são outros tipos de chumbada para costão.
- **Colher:** artefato de metal confeccionado com um só anzol ou garateia, de vários formatos e cores. Usa-se principalmente para a pesca de corrico, tanto no mar quanto em água doce: a colher (geralmente cromada) imita os movimentos de pequenos peixes, atraindo peixes maiores.
- **Coquinho:** pequenos frutos de vários tipos de coqueiros, que se tornam excelentes iscas para várias espécies de peixes (pacu, jatuarana, tambaqui etc.), principalmente na época das cheias.
- **Corrico:** modalidade de pesca feita com o barco em movimento. Pode ser praticada tanto no mar quanto em água doce. Normalmente são usadas iscas artificiais (principalmente plugs e colheres), mas também pode ser usada isca natural.
- **Corrupto:** crustáceo encontrado praticamente em todas as praias do litoral brasileiro. É apanhado principalmente no horário das marés baixas: o que denuncia sua presença são pequenos furos na areia molhada da praia. Costuma ser retirado com uma espécie de bomba de sucção.
- **Costões:** são formações de pedra que margeiam o litoral ou mesmo as ilhas. Os melhores costões para pesca são aqueles ricos em organismos vivos, como cracas, mariscos, ostras etc.
- **Empate:** terminação de nylon (normalmente mais forte do que a linha que está sendo usada) que serve para guarnecer os anzóis ou iscas artificiais. Pode ser feito também em arame de aço.
- **Encastado:** o mesmo que empate, porém feito exclusivamente com arame para fisgar peixes providos de dentes afiados.
- **Fly:** uma das mais antigas modalidades de pesca em todo mundo. Usa-se vara e carretilha especiais e iscas, na maioria das vezes, imitando pequenos insetos. Ao contrário do arremesso com carretilha ou molinete tradicionais (em que se usa o peso da isca e da chumbada), na modalidade de fly, utiliza-se apenas o peso da própria linha.
- **Gafanhoto:** inseto muito usado na pesca de várias espécies de peixe. Usa-se com linha curta, sem chumbo, mantendo-se a isca na superfície da água.
- **Garateia:** tipo de anzol com duas ou três pontas, usado com iscas naturais ou artificiais. A legislação proíbe o seu uso na chamada “pesca de lambada”, que consiste no arremesso

de linha no meio do um cardume - prática considerada antiesportiva e criminosa.

- **Içá:** isento voador muito comum no início da primavera. Pertence à família das saúvas e é dos formigueiros que sai na primavera (servindo até de alimento em algumas regiões do Brasil). Costuma-se utilizá-lo como isca para diversas espécies de peixe de água doce: deve ser iscado com linha curta, sem chumbada, permanecendo na superfície da água.
- **Igarapé:** o mesmo que corixo. O termo, porém, só é usado na Bacia Amazônica.
- **Jenipapo:** fruta muito comum em todo o território brasileiro. Na beira de rio, é excelente ceva ou isca para diversas espécies de peixe. Dependendo do tamanho, pode ser iscado inteiro ou em pedaço.
- **Jigg:** anzóis guarnecidos com chumbo, cerdas ou penas, classificados na categoria de iscas artificiais. Recebe também o nome de boneca, vassourinha ou peninha.
- **Laranjinha:** fruta da região Centro-Oeste do Brasil. Assemelha-se a uma pequena laranja, inclusive no cheiro. Atinge no máximo 4 cm de diâmetro e deve ser usada inteira ou em pedaços. Quando madura fica amarela. Ótima para a pesca do pacu.
- **Linha:** são vários os tipos, diâmetros e cores de linha. Na pesca, o monofilamento de nylon é o mais usado. Existem ainda linhas feitas de tecido e metal. Houve tempo em que se usava até a crina de cavalo.
- **Macarrãozinho:** tipo de isca muito usada na pesca de Lambari e outros peixes pequenos. É um produto industrializado nas lojas de pesca. Deve ser cozido só em água, sem tempero, e passado no fubá.
- **Material leve:** entende-se por material leve o equipamento de pesca composto por vara, molinete, carretilha, linha, chumbada e anzol de proporções pequenas - as menores do mercado. É o material que se usa para a pesca de espécies maiores, quando se objetiva uma pesca de alta esportividade, onde a perícia do pescador é colocada à prova.
- **Material médio:** equipamento (vara, molinete, carretilha, linha, chumbada e anzóis) de tamanho intermediário, utilizado de acordo como o tamanho da espécie que se procura. Pode ser utilizado também, com esportividade, para espécies maiores.
- **Material pesado:** é o material mais forte existente no mercado, utilizado para a pesca dos grandes peixes como jaús, marlins, piraíbas, meros etc.
- **Melancia-do-pacu:** fruta comum na região Centro-Oeste do Brasil. Como o nome sugere, assemelha-se a uma melancia, tendo, porém, o diâmetro menor que um tomate. Pode ser usada inteira ou em pedaço e, como o próprio nome diz, é excelente para a pesca do pacu (principalmente com barco apoitado).
- **Minhoca artificial:** artefatos de plásticos, de várias cores, imitando as minhocas. Trata-se da melhor isca para a pesca do Balk-bass, na modalidade de fundo. Há notícias de tucunarés e robalos fisgados com esse tipo de isca.
- **Molinete:** equipamento de pesca de origem francesa, que cumpre a função de tracionar a linha, como a carretilha. É preferido pela maioria dos pescadores devido à facilidade de seu manuseio.
- **Plug:** iscas artificiais em formatos diversos, imitando pequenos peixes. Podem ser de madeira, plástico ou outros materiais. Com barbeta ou não, podem ser trabalhados na superfície, meia-água ou profundidade.
- **Pendúnculo:** parte do corpo do peixe, geralmente mais estreita, que liga a nadadeira caudal ao corpo propriamente dito.
- **Pesca de costão:** chumbada tipo gota ou pingo-d'água.
- **Pesca de praia:** chumbada tipo pirâmide.
- **Pesca de rio:** chumbada tipo oliva.
- **Pitu:** espécie de camarão de água doce. Ocorre em todo o Brasil, sendo mais encontrado em águas próximas do litoral. Excelente isca.
- **Saguaritá:** espécie de caramujo, de coloração amarelo-esverdeada, encontrada nos costões marítimos. Excelente isca para diversas espécies de peixe. É preciso quebrar sua

casca dura e resistente, podendo ser iscado inteiro ou em pedaço.

- **Sarnabi:** molusco encontrado no litoral brasileiro, principalmente no Sul. Vive nas praias, enterrado na areia, sendo encontrado até 20 cm de profundidade. Serve de isca para várias espécies marinhas.
- **Siri:** crustáceo muito comum no litoral brasileiro, utilizado como isca para várias espécies de peixe. Na hora do manuseio, deve-se tomar cuidado com as garras capazes de provocar ferimentos.
- **Siriri:** também conhecido por sabitu, iça-bitu ou vitu, é um inseto muito comum na primavera, sendo atraído por qualquer tipo de luz. Corresponde ao macho dos içás.
- **Spinner:** isca artificial provida de anzol simples ou garateia. Trata-se de uma pequena colher que, pela ação da água, gira em torno de um eixo, atraindo os peixes. Pode ser guarnecida por penas ou cerdas em várias cores.
- **Tatuira:** também chamada por tatuzinho. É um crustáceo encontrado somente nas praias. Assemelha-se a um pequeno besouro, de cor cinza. Aparece na areia com a movimentação das ondas. Excelente para a pesca de peixes de praia.
- **Tucum:** espécie de coquinho encontrado em várias regiões do Brasil. No Pantanal, durante as cheias, é a melhor isca para o pacu (principalmente na modalidade de batida). De preferência, deve ser iscado verde e inteiro (quando maduro tem cor arroxeada). Deve-se tomar cuidado no momento de apanhá-lo no pé, uma vez que a palmeira é protegida por muitos espinhos.
- **Vivíparo:** é o peixe que se reproduz desenvolvendo o embrião do alevino dentro do organismo materno. Contrário do ovíparo, que se reproduz por ovos.

22. Dicas de Negócio

A definição do mix de produtos e gestão do estoque de mercadorias exige muitos cuidados. Procure trabalhar com um mix diversificado, mas com uma quantidade de itens e fornecedores equilibrada adequada às suas necessidades, para não necessitar de muito capital de giro. Busque estabelecer parcerias com seus fornecedores. Esse tipo de relacionamento comercial traz um sem-número de benefícios para as duas partes envolvidas. Um acordo firmado entre o lojista e fornecedores, por exemplo, pode garantir ao lojista prioridade de atendimento, mais dedicação, melhores prazos, descontos, acordos de publicidade, divulgação e até exclusividade na venda de uma determinada marca.

Atenção especial deve ser dada à formação e à manutenção do estoque nos períodos de maiores oscilações de vendas de acordo e períodos de pesca de acordo com a região. Uma loja de artigos para pesca bem-sucedida, rapidamente se transforma em um ponto de encontro de pescadores. Os clientes mais assíduos frequentam constantemente a loja simplesmente para olhar as novidades, conversar sobre a atividade e agendar novas pescarias. Por isso, é fundamental que o empreendedor goste de pescar e conheça profundamente o assunto, para prestar assessoria e organizar eventos.

Além disso, a expansão da loja para segmentos correlatos consegue ampliar a base da clientela e aumentar o faturamento do empreendimento. O empresário deve estar atento às principais atrações turísticas da região para estender o seu portfólio de produtos: por exemplo, camping, esportes náuticos, montanhismo, trilhas etc. O empresário também pode procurar o órgão regional de turismo para cobrar investimentos em infraestrutura ao pescador e incentivos à atividade. A associação local de pescadores amadores pode ajudar nessa tarefa. Eventos e competições também promovem a atividade. Ao final, quanto mais pescadores a localidade tiver, melhor será o desempenho comercial da loja.

23. Características Específicas do Empreendedor

No segmento de artigos para pesca, o empreendedor deve, fundamentalmente, gostar de pescar. Também precisa estar atento às tendências do setor e hábitos dos clientes. Deve identificar os movimentos deste mercado e adaptá-los à sua oferta, reconhecendo as preferências dos clientes e renovando continuamente a oferta de produtos.

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

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

24. Bibliografia Complementar

- BIBLIA DO PESCADOR. **O Anuário Brasileiro da Pesca Esportiva**. ZILLIG. Editora, Ano XVI, n 14, São Paulo, 1996: 256.

BRASIL, Embratur. **Guia Brasileiro de Pesca**. Almeida Prado & Conceição, São Paulo, 1996:347.

- BRASIL. Ministério da Pesca e Aquicultura. **1º Encontro Nacional de Pesca Amadora** – Documento Final do Encontro. Brasília, 2010. Disponível em <http://www.mpa.gov.br/mpa/seap/Jonathan/mpa3/pesca/docs/ENPA%20-%20Texto%20Base%20pesca%20amadora-%20vers%C3%A3o%2004-11-2010.pdf>. Acesso em 05 set 2011.

- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de Pesca: Orientações Básicas**. Brasília. 2008. Disponível em http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Pesca_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf. Acesso em 05 set 2011.

- MARTINELLI, Fernando Baracho. **Desenho da Cadeia Produtiva da Pesca Amadora**. Apresentação Associação Nacional de ecologia e Pesca Esportiva. Disponível em http://www.fiesp.com.br/comite/compesca/pdf/reuni%C3%B5es%202011/fernandocadeia_p rodutiva_da_pesca_esportiva.pdf. Acesso em 13 set 2011.

- ROTHSCHILD, Brian S. **A Pesca: Seus Recursos e Interesses Nacionais**. Ibrasa, 1975.

- SBRT. **Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas**. Solicitação: equipamentos para pescaria Disponível em: <http://www.sbrt.ibict.br>. Acesso em 12 de setembro de 2011.

- SILVA, Oswaldo W. **Enciclopédia da Pesca**. Garnier, 1991.
- TEIXEIRA, Adriana, CARVALHO, Miriam & LOES, Paul. **Guia da Pesca Amadora**. Empresa das Artes, 2001.

25. Fonte de Recurso

26. Planejamento Financeiro

27. Produtos e Serviços - Sebrae

28. Sites Úteis

