

Loja de peças para refrigeração



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	2
Localização.....	5
Exigências Legais e Específicas.....	7
Estrutura.....	8
Pessoal.....	10
Equipamentos.....	12
Matéria Prima/Mercadoria.....	12
Organização do Processo Produtivo.....	15
Automação.....	16
Canais de Distribuição.....	16
Investimentos.....	17
Capital de Giro.....	19
Custos.....	20
Diversificação/Agregação de Valor.....	21
Divulgação.....	22
Informações Fiscais e Tributárias.....	23
Eventos.....	26
Entidades em Geral.....	27
Normas Técnicas.....	27
Glossário.....	29
Dicas de Negócio.....	32
Características Específicas do Empreendedor.....	33
Bibliografia Complementar.....	34
Fonte de Recurso.....	34
Planejamento Financeiro.....	34
Produtos e Serviços - Sebrae.....	35
Sites Úteis.....	36

1. Apresentação de Negócio

Esta oportunidade de negócio abordará o comércio de peças de reposição para equipamentos de refrigeração como, por exemplo, aparelhos de ar condicionado, geladeiras, refrigeradores, freezers, expositores de bebidas, balcões comerciais, entre outros.

Começando a partir da análise destes produtos, entende-se que a construção da imagem de sucesso de um bem qualquer, certamente está ligada ao reconhecimento da sua qualidade por parte dos consumidores. Em geral, essa impressão é derivada de uma série de condições que abrangem fatores como a durabilidade e a marca. Porém, para se obter o sucesso desejado, não basta para um produto a posse dessas duas características.

A constante ocorrência de manutenção e a falta de peças de reposição são condições que podem comprometer seriamente a viabilidade mercadológica de um produto, mesmo tendo ele uma boa durabilidade e uma marca respeitada, ou seja, características como durabilidade, marca, necessidade de manutenção e disponibilidade de peças de reposição são condições avaliadas pelo consumidor e, dependendo de suas possibilidades de aquisição, são condições que determinam a escolha do produto.

Isso quer dizer que, o grupo de indivíduos que possuem uma boa renda avalia o produto a partir dessas características ou até mesmo com base em outras questões mais subjetivas. Já o grupo de consumidores com baixa renda, além dessas características, considera, principalmente, o valor a ser investido de maneira que ele pode optar por um produto de qualidade um pouco inferior, no entanto, dentro de suas condições orçamentárias.

As características de um produto, bem como seu valor de aquisição, acabam definindo públicos diferentes que demandam, como consequência, a existência de um mercado de manutenção diversificado. Assim, nesse cenário heterogêneo, os técnicos em manutenção precisam atender com profissionalismo as diversas necessidades.

Nesse processo, o comércio de peças de reposição para equipamentos de refrigeração tem papel fundamental, oferecendo as melhores opções para a realização satisfatória da prestação de serviços e, conseqüentemente, contribuindo para oferecer soluções personalizadas para o mercado.

Esse nicho também tem se mostrado bastante abrangente nos dias atuais, atendendo com competência demandas para simples eletrodomésticos, como também para complexos equipamentos industriais.

Aviso: Vale ressaltar que os tópicos apresentados, não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio. O objetivo de todos os tópicos é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

Este documento não substitui o plano de negócio. Para elaboração deste plano, consulte o SEBRAE mais próximo.

2. Mercado

Muitas vezes, ocupados em cuidar das atividades do dia a dia, não nos damos conta das oportunidades que existem na área em que atuamos. Essa situação se torna ainda pior em momentos em que o movimento está fraco, gerando desânimo e preocupação.

Para analisar o mercado do comércio de peças de reposição para equipamentos de refrigeração é importante, antes de tudo, conhecer a evolução do mercado destes produtos.

Com um aumento de mais de 400% na procura por aparelhos de ar condicionado, principalmente devido ao aumento do calor em janeiro de 2014, o mercado para estes artigos de refrigeração está se ampliando.

Outro fator que favoreceu o setor dos equipamentos de refrigeração foi a redução do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) para a chamada linha branca, que vigorou até dezembro/2013. Isto estimulou as famílias a trocarem seus eletrodomésticos, inclusive geladeiras e refrigeradores.

Somado a estes fatores específicos, há também outro fator de ordem mais geral como o aumento da população urbana e as demandas da vida moderna que são dois fatores chaves para o desenvolvimento no setor de refrigeração comercial. A utilização dos equipamentos desse setor cresce a cada dia, e a tendência é que as coisas continuem assim.

No Brasil, hoje, quase todas as residências contam com um refrigerador. A última pesquisa feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, em 2015, mostrou que 97,8% dos domicílios tinham esse equipamento. O percentual continua crescendo: 10 anos atrás, eram 91%.

Analisando esse número com mais cuidado, podemos entender que existem pelo menos 66,5 milhões de geladeiras em uso no país, isso se considerarmos que há apenas uma geladeira por imóvel e se não contarmos com as que estão em casas de veraneio, escritórios, pequenos comércios, etc.

A mesma pesquisa indica que 16,5% dos domicílios têm freezer, ou seja, são 11,5 milhões de freezers domésticos que se somam às geladeiras.

Não existem dados oficiais para outros equipamentos de refrigeração de uso doméstico, como cervejeiras, adegas, frigobares e purificadores de água, mas se sabe que as suas vendas são crescentes.

Somando tudo, é um volume enorme de equipamentos, que ultrapassa 80 milhões de unidades e pode, com razão, deixar animados os donos de vendas de peças e os técnicos refrigeristas, afinal, sempre haverá necessidade de manutenção preventiva e corretiva para uma parte deles, o que envolve a contratação de serviços e a compra de peças e componentes para a substituição.

Por enquanto, só falamos de refrigeração doméstica e já mostramos números altamente positivos. No que se refere à refrigeração comercial, os números são menores, mas o potencial existente pode ser considerado maior.

O segmento de refrigeração comercial vem crescendo muito rapidamente no Brasil, em função de diversos fatores:

- A modernização do varejo em geral, envolvendo as lojas que vendem alimentos e bebidas;
- As mudanças de hábitos dos consumidores que vivem em grandes cidades (busca por comodidade, necessidade de fazer refeições fora de casa, etc.);
- As novas tendências relacionadas ao consumo de alimentos e bebidas (especialmente entre o público mais jovem);
- O avanço da tecnologia na área de saúde, associado ao envelhecimento da população.
- Diferentemente do que ocorre com as geladeiras e freezers domésticos, para os refrigeradores comerciais não existem estatísticas que informem a quantidade de equipamentos em uso no Brasil, mas é possível ver como esse mercado é grande, pensando nos diferentes tipos de estabelecimentos nos quais sempre se usa refrigeração para conservar ou resfriar alimentos, bebidas e materiais de uso médico (como vacinas, soros, bolsas de sangue, órgãos para transplante e outros), entre outros.

O uso de refrigeração comercial não se limita aos bares, restaurantes e lanchonetes, hotéis, padarias, açougues, supermercados, sorveterias e hospitais. Muitos outros locais dedicados ao comércio e à prestação de serviços (incluindo serviços públicos) são usuários desses equipamentos, contando com bebedouros, vending machines, expositores de bebidas, freezers para sorvetes e outros. Dentro de uma lista muito ampla, podem ser mencionados alguns deles, que estão presentes em grande número nas zonas urbanas:

- Estações e terminais rodoviários e ferroviários;
- Escolas e faculdades;
- Aeroportos;
- Postos de gasolina (e suas lojas de conveniência);
- Consultórios e clínicas médicas, odontológicas e veterinárias;
- Laboratórios de análises;
- Farmácias;
- Lojas de congelados;
- Bancas de jornal.

Os equipamentos de refrigeração comercial continuarão a expandir sua presença, abrindo ótimas oportunidades para quem atua nas revendas especializadas e na assistência técnica, como já vem acontecendo.

Não há dúvida de que os equipamentos de refrigeração comercial continuarão a expandir

sua presença, por todos os motivos listados anteriormente, que seguirão influenciando o mercado.

Como, de modo geral, os usuários de refrigeração comercial não podem ficar sem os seus equipamentos – pois isso representa prejuízo do ponto de vista do funcionamento dos seus negócios e da possível perda de produtos –, a manutenção é prioridade para eles, seja ela preventiva ou para fazer frente a uma emergência. No caso de usuários de refrigeração doméstica, algumas vezes o reparo pode esperar. Para estabelecimentos comerciais, a lógica é outra, pois eles têm muito a perder.

Isso significa que se abrirão ótimas oportunidades para quem atua nas vendas especializadas e na assistência técnica, como já vem acontecendo. Muitos profissionais e empresas já vêm aproveitando esse filão. Quem ainda não está atento às possibilidades criadas por essa nova realidade da refrigeração comercial deve abrir os olhos e se preparar. Esse é mais um mercado muito promissor dentro do segmento da refrigeração!

Pesquisando dados das associações que representam os principais tipos de estabelecimentos que utilizam regularmente equipamentos e sistemas de refrigeração comercial em 2016, obtivemos os números abaixo: são mais de 1,2 milhão de empresas do varejo e de serviços no Brasil. É importante destacar que a maior parte deles conta com mais de um equipamento em suas dependências e alguns possuem dezenas deles:

- Cerca de 1 milhão de restaurantes e lanchonetes;
- 89 mil supermercados;
- 63.200 padarias;
- Mais de 50.000 açougues;
- Mais de 10.000 hotéis;
- Mais de 8.000 empresas de sorvetes (fábricas e sorveterias);
- 6.800 hospitais.

Ameaças e oportunidades

As oportunidades de negócios são definidas pelas possibilidades de bons resultados que o empreendedor vislumbra ao implantar um novo empreendimento.

O conhecimento real das possibilidades de sucesso somente será possível por meio de pesquisa de mercado.

Uma pesquisa não precisa ser complexa, sofisticada ou dispendiosa em termos financeiros. Ela pode ser elaborada de forma simplificada e aplicada pelo próprio empresário, para estudar a concorrência já instalada, o tipo de público alvo em termos de capacidade aquisitiva, as preferências, e as expectativas que os clientes têm em relação a um comércio de peças para equipamentos de refrigeração. Também é importante conhecer o modelo de negócio dos concorrentes, a qualidade das peças comercializadas, os preços e prazos praticados, enfim, todas as características relevantes que influenciem ou impactem a tomada

de decisão.

Seguem algumas sugestões de ações de pesquisa de mercado:

- Pesquisa em fontes como prefeitura, guias, IBGE e associações de bairro para quantificação do mercado alvo;
- Visita aos concorrentes diretos, identificando os pontos fortes e fracos dos estabelecimentos que trabalham no mesmo nicho;
- Participação em seminários especializados.

As ameaças são representadas por todas as possibilidades de insucesso que o futuro empresário pode identificar para o novo negócio. A realização da pesquisa de mercado fornece subsídios para a previsão de dificuldades que poderão aparecer pelo caminho.

Existe uma grande quantidade de empresas que atuam no segmento em todo o país, comercializando produtos das principais marcas nacionais e importadas. Antes de montar o negócio, é importante conhecer o que estas marcas oferecem em termos de garantias, prazos, tempo de reposição e outros fatores.

O risco de abrir as portas sem conhecimento do ambiente local é muito grande.

Algumas ameaças e oportunidades desta atividade empresarial merecem destaque

Ameaças:

- Acirrada competição por preços no setor;
- Necessidade intensa de capital para investimento em estoque.

Oportunidades:

- Popularização de equipamentos de refrigeração para uso doméstico, tais como ar condicionado;
- Demanda crescente em decorrência das elevações da temperatura média;
- Parcerias com profissionais que atuam na área de manutenção. O mercado de móveis está cada vez mais diversificado e voltado para atender as necessidades do consumidor, utilizando para isso a personalização, inovação na composição dos materiais e o designer de produtos.

3. Localização

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

Então, n

O empreendedor deve considerar bairros residenciais com um grande número de habitantes e de fácil acesso, inclusive para favorecer o transporte de máquinas e peças maiores, como aparelhos de ar condicionado e geladeiras. Facilidade de encontrar estacionamento é fator indispensável.

Outro foco que o empreendedor pode ter, é com relação a empresas que trabalhem com o frio, como supermercados, açougues, sorveteiras, entre outros, então um fácil acesso a esses estabelecimentos, ou uma proximidade de um conjunto deles, pode ajudar num local.

Podemos levar em consideração alguns aspectos, tais como:

a) Adequação aos clientes:

- Facilidade de acesso;
- Facilidade de estacionamento (de preferência local);

b) Adequação aos funcionários:

- Proximidade de estações e pontos de transporte coletivo;
- Infraestrutura de serviços (restaurantes, farmácias, bancos);

Alguns locais que podem ser considerados estratégicos:

- Centros Comerciais e de Negócios.

Além disso, outros fatores devem ser levados em conta, para este tipo de negócio e podemos destacar:

- Que o imóvel em questão atende as suas necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança - se é atendido por serviços de água, luz, esgoto, telefone, etc.;
- É importante que a relação receitas operacional (estimada) versus despesas (aquisição, manutenção, etc.) do imóvel esteja compatível com os objetivos definidos pelo empreendedor. Decidir qual caminho tomar é um mistura de coragem, recursos disponíveis e expectativa de retorno, além disso, outros cuidados na escolha do ponto passam por: custo do aluguel, reforma, aquisição do terreno, construção, prazo do contrato, no caso de aluguel (cuidado com prazos curtos: com o sucesso da casa o proprietário poderá querer aumentar o aluguel), reajustes e reformas a fazer, entre outros itens;
- Veja se o local de instalação está sujeito a inundação ou próximo a zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito;
- Confira a planta do terreno aprovada pela Prefeitura, e veja se não houve nenhuma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área primitiva, que deverá estar devidamente regularizada, se houver necessidade.

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 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, encontram-se em dia;
- no caso de serem instaladas placas de identificação do estabelecimento, letreiros e outdoors é necessário verificar o que determina a legislação local sobre o licenciamento das mesmas; e principalmente,
- exigências da legislação local, do Corpo de Bombeiros Militar e da Defesa Civil em relação à segurança contra incêndio e pânico e emissão de certificados de vistoria de local.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma Loja de peças de refrigeração, 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 de um Loja de peças de refrigeração é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Registro Empresarial na Junta Comercial;
- Obtenção do CNPJ na Secretaria da Receita Federal;
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- 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.

- Alvará de licença da Vigilância Sanitária

Informações Gerais:

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) <http://www.normaslegais.com.br/juridico/CDC-Codigo-de-Defesa-do-Consumidor.htm>

A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) <http://www.leigeral.com.br/legislacao/detalhes/6689-Lei-Complementar-123-2006-Estatuto-Nacional-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.

Nota!

Antes de iniciar suas atividades comerciais o empreendedor deverá verificar a necessidade obtenção do alvará de funcionamento, de licença sanitária e registro de responsabilidade técnica caso o estabelecimento for comercializar produtos regulados pela ANVISA - <http://portal.anvisa.gov.br/>.

5. Estrutura

A estrutura necessária para a montagem de uma loja dedicada à venda de peças para refrigeração é bastante simples. Basicamente, as áreas principais de uma empresa desse segmento são as de atendimento ao cliente, estoque e área administrativa. Sua área total, já considerados os banheiros para o público e funcionários, estoque e uma pequena copa, gira em torno de 100 m², em média.

Todo o espaço da loja, bem como a disposição de estoque, móveis e demais equipamentos, deve ser planejado para permitir a circulação de funcionários e clientes com segurança e conforto.

É importante que o estabelecimento esteja preparado para permitir o acesso a portadores de necessidades especiais a todas as áreas dedicadas a clientes. Para tal, deverá observar todas as exigências legais como largura de corredores, inclinação e tamanho de rampas, altura de corrimões, necessidade de elevadores e altura de balcões.

A seguir, estão descritas algumas informações acerca de cada um dos ambientes sugeridos para uma empresa do segmento:

a) Escritório e copa: Para otimizar o espaço, uma das salas pode conciliar o escritório e a copa. Recomenda-se uma pequena divisão, para propiciar alguma privacidade durante as refeições daqueles que optarem por fazê-la no local de trabalho.

OBS: A estrutura da copa deverá respeitar o descrito na Portaria CVS 6/99 do Centro de Vigilância Sanitária da ANVISA.

- Alguns equipamentos que pode auxiliar no negócio podem ser:
- Impressora multifuncional laser;
- Telefone sem fio + 1 ramal;
- Armário Alto Fechado;
- Mesas;
- Armário Executivo;
- Cadeiras;
- Computador;
- Lixeira com pedal;
- Refrigerador;
- Microondas.

b) Atendimento: Essa área poderá ser composta com um balcão para atendimento aos clientes e um caixa, além de uma pequena área de espera com algum conforto.

Sugestão de equipamentos e móveis:

- Cestas plásticas para transporte de pequenos itens;
- Balcão de atendimento;
- Computador;
- Leitor de código de barras;
- Impressora Fiscal;
- Gaveta de dinheiro automática;
- No break;
- Gôndolas e prateleiras diversas.

c) Estoque e expedição: O espaço destinado ao estoque dos equipamentos para aluguel deverá ser limpo e organizado, a fim de facilitar o acesso e a localização de qualquer um de seus itens. Deverá, também, ser um ambiente isolado das demais áreas por divisórias ou paredes, de forma a manter o acesso restrito aos funcionários. A expedição poderá conter um guichê simples.

Sugestão de equipamentos e móveis:

- Carrinho para Armazem até 300 kg;
- Placas ou etiquetas para identificação;
- Etiquetadora;
- Estantes de aço;
- Armário com portas para itens de pequeno tamanho e custo elevado;
- Pallets;
- Computador;
- Leitor de código de barras;
- Estabilizador.

d) Instalações sanitárias: O empresário deve procurar instalações que possuam banheiros separados para cada sexo, em bom estado de conservação, constituído de vaso sanitário, pia e mictório. As instalações sanitárias devem ser bem iluminadas, paredes e piso de cores claras, de material liso, resistente e impermeável, porta com molas, ventilação usada com janelas teladas.

6. Pessoal

A escolha de profissionais que irão trabalhar no empreendimento precisa ser feita com muita responsabilidade, pois são estes colaboradores que irão atender os clientes do novo empreendimento e fazê-los voltar ou não. Uma seleção bem-feita e um bom ambiente de trabalho terão reflexo direto na imagem da empresa aos olhos de todos.

A quantidade de funcionários está relacionada ao tamanho do empreendimento. Para amenizar os custos iniciais com folha de pagamento, convém optar pela contratação de uma equipe enxuta. De acordo com empreendedores do ramo é possível começar com apenas 3 ou 4 pessoas, devendo ajustar esta quantidade a todo período que a loja estiver aberta:

- Administrador ou Gerente: Normalmente função exercida pelo dono, precisa ter capacidade para lidar com imprevistos, atuar preventivamente, ter raciocínio lógico e crítico e ter conhecimento de gestão empresarial. Deve-se observar que as atividades de compras têm reflexo direto no lucro do negócio. Além de obter mercadorias a custos baixos e prazos adequados ao fluxo de caixa, o comprador precisa observar quais mercadorias vendem mais, quais são perecíveis e quais podem “encalhar”, portanto, não podem ser delegadas a pessoas de pouca experiência;
- Vendedor: de 01 a 02, dependendo do movimento, é responsável pelo atendimento aos clientes e venda dos produtos. É um dos principais canais ligação e acesso da organização com o mercado, então, suas principais qualidades deverão ser:
 - ü Ter bom conhecimento dos produtos comercializados;

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

· **Estoquista ou Auxiliar de expedição:** responsável pela entrada, conferência, organização e contagem dos itens de estoque, mantendo o ambiente em perfeita organização. Também é responsável pela entrega dos pedidos no balcão. Precisa ter como principais características a organização, o cuidado e a atenção. O estoque é uma área vital para esse tipo de empresa. A falta de planejamento e diretrizes claras podem, em curto espaço de tempo, levar a empresa à situação de falta de liquidez, comprometendo seriamente todas as suas atividades.

Para evitar a rotatividade de pessoal, ou seja, o pouco tempo de permanência de funcionários na empresa, recomenda-se adotar uma política de retenção de pessoal, oferecendo incentivos e benefícios financeiros ou não. Isto poderá diminuir os níveis de rotatividade e obter vantagens como a criação de vínculo entre funcionários e clientes e ainda a diminuição de custos com:

- Recrutamento e seleção;
- Treinamento de novos funcionários;
- Custos com demissões.

A apresentação pessoal é fator crítico para consolidar a imagem da empresa junto ao cliente. Limpeza impecável, uso de uniformes, higiene e asseio constituem elementos que devem ser valorizados por todos os empregados.

Além da equipe, o empreendedor necessita se atualizar e saber o que está acontecendo na sua área de atuação. A participação em seminários, congressos e cursos relacionados deve ser rotineira, independentemente da quantidade de trabalho existente em seu negócio.

Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva deste segmento, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, consequências desagradáveis.

O SEBRAE da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados.

7. Equipamentos

Para montar uma loja de peças para refrigeração, o empreendedor irá precisar de equipamentos comuns e necessários ao desenvolvimento de todas as atividades empresariais, como:

- computador;
- aparelho de telefone;
- mesa;
- cadeiras;
- balcão de atendimento;
- gondolas (para armazenamento das peças);
- impressora SAT;
- armário tipo arquivo;
- acesso à internet.
- Diversos tipos de ferramentas

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Esse equilíbrio deve ser sistematicamente aferido por, entre outros, os seguintes indicadores de desempenho:

* **Giro dos estoques:** o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado pelas 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 e a entrega.

As mercadorias comercializadas são a sua fonte de faturamento. Elas, em geral, são adquiridas de grandes fabricantes que detêm reconhecimento no mercado. Se for opção do empreendedor, este pode se tornar uma revenda autorizada de determinada marca. Empreendedores do ramo informam que isto oferece credibilidade ao negócio e gera maiores oportunidades de vendas.

Alguns exemplos de itens que podem ser vendidos nos estabelecimentos desse segmento são os seguintes:

- Termômetro espeto
- Ferramenta cortador tc 1/8 à 1.1/8
- Manômetro alta
- Maleta de couro para ferramentas pcf5
- Analisador digital sman3 Fieldpiece
- Conjunto maçarico portátil
- Chave catraca gt 122
- Alicata dig clamp rw266
- Recolhedora de gás
- Vacuômetro digital jb dv 22n
- Controlador full gauge termômetro penta
- Controlador every control evkb 23 ec3t80/3180
- Tubo isolante blindado preto 5/8
- Manifold cps mbzs3 r12/22/134
- Bomba de vácuo 12 cfm vulkan
- Tubo isolante blindado preto 1/2
- Solda phoscooper comum (kg)
- Compressor danfoss mt 80 220v 3f
- Compressor aspera 2192gk 404^a

- Tubo de cobre flexível 1/4 - 2kgs
- Tubo de cobre flexível 3/4 - 6kgs
- Tubo de cobre flexível 3/8 - 3kgs
- Tubo de cobre flexível 5/8 - 5,2kgs
- Tubo de cobre flexível 1/2 - 4kgs
- Óleo lubrificante bitzer b5.2 1 litro
- Gás refrigerante dupont freon® r-22
- Gás refrigerante dupont suva® 124
- Gás refrigerante dupont suva® hp80
- Carga para maçarico glp 420gr
- Jogo de mangueiras 1,50m
- Cabo elétrico pp 750v 2x2.5mm (rolo de 100 metros)
- Cabo elétrico pp 750v 4x1.5mm (rolo de 100 metros)
- Compressores evaporadores
- Forçadores de ar
- Unidades condensadoras
- Motores elétricos
- Minimotores
- Termostatos
- Correias
- Polias
- Filtros
- Secadores
- Calços
- Telas
- Visores

- Conexões
- Soldas
- Óleos
- Resistências
- Trincos
- Dobradiças
- Hélices
- Diversos tipos de ferramentas

OBS: Os equipamentos citados são apenas exemplos existentes a todas as lojas, onde as quantidades, marcas e variedade de itens podem alterar conforme o porte e objetivo do negócio.

9. Organização do Processo Produtivo

Neste processo, temos algumas etapas importantes a serem seguidas, são elas:

Compra

Em se tratando de uma loja de reposição de peças, é fundamental que você preste muita atenção na qualidade das peças de refrigeração que irá vender.

A compra de mercadorias deverá ser feita com muita responsabilidade e cuidado, principalmente no início das atividades. Em outras palavras, a qualidade dos seus produtos é o que construirá a imagem da sua empresa – para o bem ou para o mal.

Estocagem

Organização e controle das mercadorias é fundamental para que o funcionário do setor encontre com rapidez o que procura e possa cumprir todos os procedimentos de gestão com eficiência. É importante fazer uma pesquisa na sua região para saber quais são as maiores demandas e, assim, poder manter um maior estoque dessas peças na sua loja. Mas além disso, já que você terá uma loja específica de peças para refrigeração, é importante manter, mesmo que em menor quantidade, alguns estoques de outros produtos que possam ser procurados na sua loja.

Venda

É o processo de atendimento dos desejos e necessidades do consumidor. Apresentação do produto pelo vendedor deve ser feita de maneira simpática e com alto nível de conhecimento. Isto influencia muito na decisão final do cliente sobre a compra.

Entrega da mercadoria

A entrega do produto após a concretização da venda deverá ocorrer da forma mais simples e ágil possível, seja no balcão ou em domicílio, sempre com presteza e atenção, pois o pós-venda é um ótimo referencial para novas compras do mesmo cliente.

Pós venda

Ofereça garantias e vantagens para os seus produtos.

10. Automação

Hoje no mercado existe uma grande oferta de sistemas para gerenciamento de pequenos negócios e esta ferramenta irá auxiliar o empreendedor na sua tomada de decisão. Entretanto, o mais indicado é que o empresário invista em softwares específicos, que permitem a gestão eficiente do negócio. Para isso, o empreendedor deverá pesquisar entre os oferecidos no mercado o que melhor se adapta ao seu empreendimento.

O software escolhido deve obter basicamente, controle de contas a pagar e a receber, fornecedores, clientes, fluxo de caixa, bancos, fechamento de caixa, controle de estoque e outros.

Contudo, o empreendedor deverá levar em conta seu orçamento disponível, o preço cobrado pelo fabricante pela licença de uso e manutenção, conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual e atualizações oferecidas pelo fornecedor.

11. Canais de Distribuição

O canal de distribuição é a forma que o vendedor comercializa seu produto ao usuário e para o ramo de peças de reposição para equipamentos de refrigeração o usual é a venda direta, ou seja, a própria loja.

Seja pessoalmente ou por telefone, o cliente que necessita de produtos ou insumos escolhe seus produtos e leva. Entretanto, a entrega em domicílio é muito utilizada neste tipo de negócio e pode ser terceirizada e seu custo é repassado ao cliente.

Se o empreendedor optar por não terceirizar, precisará adquirir um carro ou moto para realização de entregas. Bancos e financeiras oferecem financiamentos exclusivos com taxas diferenciadas de financiamento de veículo para pessoa jurídica. É importante a realização de uma pesquisa para se informar sobre as melhores taxas praticadas no mercado e também verificar o custo/benefício de aquisição de um veículo “zero” ou seminovo.

Com a popularização da internet, onde smartphones e tablets são cada vez mais comuns nas mãos das pessoas, as empresas varejistas têm investido bastante no e-commerce, também conhecido como loja virtual ou comércio eletrônico. O varejo de peças e componentes para equipamentos de refrigeração também já aderiu ao mundo virtual, mas, ainda são poucas as lojas que contam com uma boa estrutura de e-commerce em seu site, o que pode ser explorado pelo empreendedor.

Cabe ao empreendedor avaliar a necessidade deste outro canal de distribuição, tomando

como base seu público alvo e a região onde o empreendimento está instalado, onde a principal vantagem de utilizar mais de um canal de vendas é diminuir a distância entre o serviço e/ou produto e o cliente. Afinal, quanto maior a cobertura geográfica, maior a possibilidade de vendas.

O SEBRAE local pode oferecer boas alternativas para iniciar este novo canal.

12. Investimentos

O setor de refrigeração atende às especificidades técnicas, nos mais diversos setores e aplicações com equipamentos de melhor tecnologia e energeticamente mais eficientes, sendo atualmente um mercado promissor.

A abertura de uma Loja de peças de refrigeração é certamente uma grande oportunidade de negócio e o início de tudo é elaborar um Plano de Negócios. O plano de negócios serve para que o empreendedor tenha uma visão mais ampla sobre a empresa e o mercado no qual está inserida, além disso detalha a questão financeira e os recursos humanos que você poderá contar para o desenvolvimento da empresa. Recomendamos procurar uma unidade do SEBRAE mais próxima e conferir como elaborar o seu.

A estrutura de investimentos para este negócio irá variar de acordo com o tamanho do estabelecimento, com a localização dele e também com as suas possibilidades financeiras. Mas no geral esta estrutura está dividida nos seguintes grupos:

- Mobiliários para loja e estoque;
- Mobiliários e Equipamentos área Administrativa.

A título de exemplo nos basearemos em uma Loja de peças de refrigeração instalada em uma área de 80m². Com o crescimento do negócio se faz necessário uma readequação através do Plano de Negócios.

Alertamos que os itens e valores unitários e totais apresentados a seguir são meramente referenciais, para fins de estimativa do investimento necessário, podendo variar de acordo com a quantidade, estilo, local de aquisição, dentre outras variáveis. A cotação foi feita em consulta a internet tendo como referência o mês de novembro/2019.

Mobiliário – Loja e estoque

01

Balcão

R\$ 2.000,00

R\$ 2.000,00

03

Gôndolas de centro expositores

R\$ 1.400,00

R\$ 4.200,00

05

Prateleiras

R\$ 1.300,00

R\$ 6.500,00

01

Vitrine

R\$ 400,00

R\$ 400,00

02

Prateleira para estoque

R\$ 1.300,00

R\$ 2.600,00

Mobiliário e Equipamento – Área Administrativa

01

Desktop / Notebook

R\$ 1.200,00

R\$ 1.200,00

01

Impressora Multifuncional

R\$ 1.100,00

R\$ 1.100,00

02

Mesas

R\$ 300,00

R\$ 600,00

06

Cadeiras para escritório

R\$ 200,00

R\$ 1.200,00

01

Arquivo madeira

R\$ 400,00

R\$ 400,00

02

Aparelhos telefônicos

R\$ 100,00

R\$ 200,00

Softwares (licenças)

R\$ 1.000,00

TOTAL DE INVESTIMENTO

R\$ 21.400,00

Nota:

- Não estão considerados os gastos relativos à aquisição ou reforma do imóvel escolhido para a instalação da loja, pois pode ser alugada;
- Também devem ser previstos investimentos com aquisição do estoque inicial de produtos a serem comercializados tomando cuidado com a quantidade. Fazer uma pesquisa de mercado para se inteirar de quais produtos têm maior aceitação e são vendidos com mais facilidade também é uma boa estratégia para ter boa rotatividade.
- Prever também investimentos para aquisição de embalagens, caixas de transporte e despesas iniciais com papelaria (gastos área administrativa).

Finalizando, não poupe esforços na hora de realizar a checagem de viabilidade do projeto, pois quanto mais profissional for a sua avaliação, mais precisa será a sua projeção do futuro do negócio. O que evitará diversos imprevistos e gastos desnecessários.

13. Capital de Giro

Como é sabido no cotidiano de uma Loja de peças de refrigeração, nem sempre é possível ter todos os recursos à mão. Alguns itens saem com mais frequência do que outros, desequilibrando o estoque, e o caixa.

Para encontrar o equilíbrio, o empreendedor precisa ter habilidade para saber o que acontece em sua empresa, e para isso é necessário ter e controlar muito bem capital de giro.

Em linhas gerais, o capital de giro é o resultado da diferença entre o dinheiro disponível da empresa e o dinheiro que será utilizado para saldar seus compromissos, sejam eles despesas fixas, compras de produtos para revenda ou outro tipo de gasto extra.

O Capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles:

- Prazos médios recebidos de fornecedores (PMF);
- Prazos médios de estocagem (PME) e
- Prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Sendo assim quanto maiores forem os prazos concedidos aos clientes, maiores também os prazos de estocagem, maior será a necessidade de capital de giro. Já a inversão da necessidade de capital de giro se dará praticando prazos maiores para pagamento aos fornecedores.

De uma forma simples é receber primeiro e pagar depois.

A maioria das despesas tem prazo de 30 dias, como por exemplo, os custos com compra dos itens de estoque, salários dos funcionários, os encargos desta folha de pagamento, aluguel, energia elétrica, telefonia e impostos.

Já as receitas não necessariamente acompanham o mesmo prazo, dependem da política adotada de venda (cartões de crédito, boletos), e mesmo que entrem em seu caixa na média de 30 dias não necessariamente serão no mesmo montante dos compromissos, pois o faturamento pode oscilar de um mês para o outro.

Nesse tipo de negócio, a necessidade de capital de giro pode representar cerca de 25% a 35% do investimento inicial. Este valor é só uma estimativa e poderá variar significativamente dependendo das particularidades do empreendimento definidos no Plano de Negócios.

Para manter o equilíbrio do capital de giro é extremamente importante que exista um bom planejamento, atentando-se a alguns pontos básicos:

- Conhecer o momento certo para comprar e os prazos que realmente poderá assumir;
- Analise bem os custos de sua empresa. Mas não adianta sair cortando gastos. Muitos são realmente necessários e o gestor não pode simplesmente cortá-los — mesmo em um momento de crise;
- É fundamental que tenha uma boa cartela de fornecedores. E aqui vai um detalhe importante: uma boa cartela é aquela que conta com fornecedores sólidos, confiáveis, competentes e ágeis, e não aquela que apresenta uma lista infinita de fornecedores, muitas vezes priorizando o menor valor em detrimento da qualidade dos componentes;
- Atenção ao estoque. Comprar mais não significa vender mais. Muitos empreendedores e gestores acabam investindo dinheiro na alimentação do estoque de forma impensada, o que resulta em itens parados e ocupando espaço que poderia ser ocupado por outros itens. Realize uma curva ABC e descubra qual o giro de cada item e quais necessitam de maior estoque;
- Invista em automatização em especial no financeiro. Portanto, invista nas opções de automação de controle tais como softwares de gestão de fornecedores, estoque e fluxo de caixa;
- Invista no controle de inadimplência. Sua empresa deve conhecer os seus clientes e o histórico de inadimplência. Isso ajuda a evitar o problema e diminuir o impacto financeiro no seu negócio;

Finalizando, não existe uma regra que determine o capital de giro para todos os negócios, afinal de contas, cada empreendimento apresenta uma variedade infinita de valores, seja nas suas receitas ou despesas, portanto fique atento, ter disciplina e organização na hora de administrar os negócios é essencial.

14. Custos

É chegada a hora de entendermos os custos envolvidos em uma Loja de peças de refrigeração.

Nesta atividade podemos destacar três grupos de famílias de custos, são eles os custos variáveis, os custos fixos e as despesas comerciais.

1 – Custos variáveis: Aumentam em proporção direta com a comercialização dos produtos, ou seja, só existem quando há vendas e varia com esta, sendo tanto mais alto quanto maior for a quantidade vendida. Ex. peças de reposição para aparelhos de ar condicionado, geladeiras, freezers, etc., ou seja, os produtos que serão vendidos na loja.

2 – Custos Fixos: São todos os custos que independem da venda dos produtos, mantendo constante para todo e qualquer nível de faturamento.

Alertamos que a medida que os negócios cresçam um novo planejamento se faz necessário e em consequência a estrutura e os custos aqui apresentados, devem ser repensados e estruturados conforme o seu Plano de Negócios.

Apresentamos abaixo um exemplo de custos fixos em uma Loja de peças de refrigeração. Os valores apresentados a seguir são meramente referenciais, para fins de estimativa dos custos fixos, variando de empresa para empresa, localização regional e outras variáveis.

Custos Fixos

Salários *

R\$ 4.500,00

Aluguel, segurança, IPTU

R\$ 1.200,00

Luz, telefone e acesso à internet

R\$ 800,00

Manutenção de software

R\$ 100,00

Produtos para higiene e limpeza da empresa e funcionários

R\$ 100,00

Contador

R\$ 900,00

Propaganda e publicidade da empresa

R\$ 200,00

Total

R\$ 7.800,00

* A quantidade de funcionários está relacionada ao tamanho da Loja. Para amenizar os custos iniciais com folha de pagamento, convém optar pela contratação de uma equipe enxuta. Para este exemplo a equipe é formada por 2 vendedores e 1 Gerente. Incluir todos os encargos sobre os salários nessa conta.

3 – Despesas Comerciais: As “Despesas Comerciais” são os gastos que variam conforme o volume de vendas e o volume de clientes.

Como exemplos destacamos:

- Impostos diretos sobre as vendas (dependerá diretamente do regime tributário escolhido, consulte um contador);
- Taxas cobradas pelos meios de pagamento (cartões crédito/débito, boleto bancário) caso sejam estas a forma de recebimentos;
- Comissões de vendas (caso a empresa adote esta política, definir seu percentual);
- Custos financeiros em função de antecipação de recebíveis, caso sejam necessárias estas operações.

Finalizando, reiteramos a importância de se cercar do maior número possível de informações, ter disciplina em anotar cada centavo que entra e sai do caixa da Loja de Peças de refrigeração e elaborar e seguir um bom planejamento.

15. Diversificação/Aggregação de Valor

Para manter-se competitivo no mercado atual, um comércio de peças para refrigeração precisa buscar alternativas que o alinhe às expectativas do mercado atual. Geralmente as

empresas agregam na oferta de produtos, peças para eletrodomésticos diversos para atrair maior clientela, tais como peças para: ventiladores de teto, micro-ondas, exaustor, etc.

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 concorrentes não ofereçam, 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 recebido.

As pesquisas quantitativas e qualitativas podem ajudar na identificação de benefícios de valor agregado. No caso de uma empresa de venda de peças de refrigeração, existem alternativas que poderão constituir-se em bons diferenciais perante a concorrência:

- Equipe de vendas com bom conhecimento técnico: apesar de os clientes do estabelecimento serem compostos, na sua maioria, por pessoas jurídicas especializadas ou técnicos em manutenção de equipamentos de refrigeração, é desejável que o vendedor tenha noções básicas de equipamentos e peças para interagir com esses profissionais com tranquilidade e segurança.

No atendimento dos demais demandantes, esses conhecimentos são ainda mais importantes;

- E-commerce (ou comércio eletrônico): municiado tecnicamente por um site que possibilite o acesso seguro e identificado, aceitar pedidos de pessoas físicas e jurídicas cadastradas, efetuando a entrega dos itens dentro de prazos pré-determinados.

16. Divulgação

Os meios para divulgação desse tipo de empreendimento variam de acordo com o porte e o público-alvo escolhido.

As ações deve

As ações devem ser feitas sob a ótica do cliente, muitas vezes diferente do que o empreendedor entende ser adequado.

Uma pequena loja não pode se dar ao luxo de elaborar grandes campanhas de marketing, utilizando televisão ou mídias que necessitam de grande investimento.

Para um empreendimento de pequeno porte, pode ser usada a distribuição de folhetos e folders, junto aos clientes que procuram a empresa e nos arredores da loja, divulgando os serviços e produtos que são ofertados.

A mala direta é um sistema barato e simples, no qual pode ser utilizado o cadastro de clientes, obtido de forma rápida e sem maiores custos, por meio do banco de dados dos frequentadores, ou uma relação de conhecidos do proprietário, ou da compra de listagens vendidas no mercado por empresas de marketing direto.

A divulgação através de site na internet e redes sociais deve ser considerada, pois o acesso de pessoas a este veículo de comunicação cresce permanentemente e em larga escala.

Contribui também para a divulgação, a promoção de vendas que é uma estratégia bastante utilizada pelos empresários, incluindo: descontos, brindes, estímulos para a compra de quantidades maiores, entre outros.

Resumindo, a mídia mais adequada é aquela que tem linguagem adequada ao público-alvo, se enquadra no orçamento do empresário e tem maior penetração e credibilidade junto ao cliente.

Basicamente, as ferramentas utilizadas deverão atingir o público técnico especializado de empresas que prestam serviços de manutenção de equipamentos domésticos e industriais dentro da região de abrangência de sua atuação. Abaixo, sugerem-se algumas ações mercadológicas acessíveis e eficientes:

- Loja com boa variedade de produtos no mostruário;
- Elaborar um site com apresentação atraente, com alguns produtos e curiosidades sobre a loja e seu funcionamento;
- Fazer promoções;
- Unir-se com outros empresários para diminuir custos de divulgação, por meio de folhetos com divulgação de diferentes estabelecimentos.

Todas as formas de divulgação apresentadas são importantes e terão o resultado potencializado se o empresário investir no bom atendimento e na qualidade dos produtos.

A atenção dispensada ao consumidor, um produto de qualidade aliados a um preço justo, são a garantia do retorno do cliente.

A propaganda boca a boca, feita pelo cliente encantado, é a promoção mais sincera e eficaz.

17. Informações Fiscais e Tributárias

As informações fiscais e tributárias serão diferenciadas em decorrência da opção do regime tributário escolhido pelo empreendedor.

Exemplo 1: Loja de peças de refrigeração optante do SIMPLES Nacional

O segmento de Loja de peças de refrigeração, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 4757-1/00 <https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?view=subclasse&tipo=cnae&versao=10.1.0&subclasse=4757100&chave=4757-1/00%20> como a atividade de comércio varejista de peças e acessórios para aparelhos de uso doméstico e Pessoal, elétricos e eletrônicos, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa e R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) para

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 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);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços de comunicação)
- INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa à parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006 e alterações, este ramo de atividade é tributado pelo anexo I do SIMPLES Nacional e as alíquotas variam de 4% a 19%, 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 a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de MEI (Microempreendedor Individual). Para se enquadrar no MEI 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:

I) 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;

II) Com um empregado: (o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um 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.

- Havendo algumas das situações descritas abaixo, o empreendimento será desenquadrado do MEI, passando para condição de ME (microempresa):
- Faturamento bruto acima do limite;
- Contratação de mais de um funcionário;
- Entrada de um sócio na empresa;
- Abertura de filial ou outra empresa em nome do empresário;
- Exercer novas atividades vedadas ao MEI.

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, 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.

Exemplo 2: Loja de peças de refrigeração NÃO optante do SIMPLES Nacional

Alguns empreendedores podem não optar pelo Simples Nacional, ou o tipo de atividade não é permitido, veja o anexo do Comitê Gestor do Simples Nacional - Resolução CGSN nº 119, de 19 de dezembro de 2014

(http://www.receita.fazenda.gov.br/publico/Legislacao/Resolucao/2011/ResolucaoCGSN/Anexo_VI_Resolucao_CGSN_94.doc)

Para estes casos há os regimes de tributação abaixo:

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

A base de cálculo para determinação do valor presumido varia de acordo com a atividade da empresa. Sobre o resultado da equação: Receita Bruta x 8%, aplica-se as alíquotas de:

- IRPJ - 15%. Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, no mês, ou R\$ 60 mil, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;
- CSLL - 9%. Não há adicional de imposto.
- Ainda incidem sobre a receita bruta os seguintes tributos, que são apurados mensalmente:
 - PIS - 0,65% sobre a receita bruta total;
 - COFINS - 3% sobre a receita bruta total.

2 - Lucro Real: É o cálculo do tributo sobre o lucro líquido e a empresa realmente obteve no período de apuração, ajustado pelas adições, exclusões ou compensações estabelecidas em

nossa legislação tributária. Este sistema é o mais complexo, mas poderá ser mais vantajoso em comparação com lucro presumido e por isso, deverá ser bem avaliado por um contador. As alíquotas para este tipo de tributação são:

- IRPJ - 15%. Sobre a base de cálculo (lucro líquido). Haverá um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, multiplicado pelo número de meses do período. O imposto poderá ser determinado trimestralmente ou anualmente;
- CSLL - 9%. determinada nas mesmas condições do IRPJ;

Ainda incidem sobre a receita bruta os seguintes tributos, que são apurados mensalmente:

- PIS - 1,65% sobre a receita bruta total, compensável;
- COFINS - 7,65% sobre a receita bruta total, compensável.

Incidem também sobre a receita bruta o imposto estadual:

- ICMS - Em regra geral, as alíquotas variam conforme o estado, entre 17 e 19%. Alguns produtos ou serviços possuem alíquotas reduzidas ou diferenciadas.

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

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

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

RAT – Risco de Ambiente do Trabalho – de 1% a 3% sobre a folha de pagamento de salários dependendo do grau de risco da atividade econômica, recolhida junto com a guia de INSS.

INSS Terceiros – Contribuições Sociais recolhidas junto com a guia de INSS, calculada sobre a folha de pagamento com alíquota entre 0,8% a 7,7% dependendo da atividade econômica, destinadas aos serviços sociais e de formação profissional tais como: SESI, SESC, SENAI, SEBRAE, Incra, dentre outros.

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

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

18. Eventos

FEBRAVA – Feiras & Negócios

feirasenegocios.com.br

CONBRAVA

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

MERCOFRIO 2020 – ASBRAV

asbrav.org.br › mercofrío-2020

Feiras de Refrigeração

<https://www.nfeiras.com> ›

19. Entidades em Geral

ASBRAV - Associação Sul Brasileira de Refrigeração, Ar Condicionado, Aquecimento e Ventilação

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

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas

www.abnt.org.br

ABRAVA - Associação Brasileira de Refrigeração Ar Condicionado Ventilação e Aquecimento

www.abrava.com.br

CNI

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

Portal da Indústria

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

20. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da

laboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa

física).

Toda norma t

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

1. Normas e

ecíficas para Loja de peças para refrigeração

Não existe

normas específicas para este negócio.

2. Normas

plícáveis na execução de uma Loja de peças para refrigeração

ABNT NBR

5842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta No

a estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT N

12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta

rma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT

BR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Est

Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

AB

NBR 9050:2004 Versão Corrigida:2005 - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e

E

a Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

ta do Técnico: A ABNT possui o Comitê ABNT/CB-055 Refrigeração, Ar-condicionado, Ventilação e Aquecimento, que é composta por Normas Técnica em geral deste setor.

21. Glossário

CAPACIDADE DE REFRIGERAÇÃO – A habilidade de um sistema refrigerante ou parte dele em remover calor. Expressa como a relação entre o calor removido, é usualmente medida em Btu/h, ou toneladas/24 horas.

idade de esfriamento se degele durante um período de desligamento.

CICLO DE REFRIGERAÇÃO – Curso completo de

peração de um refrigerante de volta ao ponto inicial, medido em termos termodinâmicos. Também usado em geral para qualquer processo repetido em qualquer sistema.

CLORETO DE CÁLCIO – Substância química t

do a formula CaCl_2 que, na forma granular, é usada como secativo. Esse material é solúvel em água, e na presença de grandes quantidades de umidade, pode dissolver e fechar a unidade secativa ou mesmo passar para dentro do sistema além do secativo.

CLORETO DE METILA – Refrigerante de fór

la química CH_3Cl .

DIÓXIDO DE ENXOFRE – Refrigerante de f

mula SO_2 . Forma ácido sulfúrico quando misturado com água (atualmente fora de uso).

EVAPORAÇÃO - A mudança de estado de u

líquido em vapor.

EVAPORADOR – Dispositivo no qual o r

rigerante se evapora enquanto absorve calor.

EVAPORADOR DO TIPO SECO – Evaporado

do tipo de tubulação contínua, onde o refrigerante de um dispositivo de pressão reduzida é

alimentado em uma extremidade e a linha de sucção ligada na extremidade de saída.

EXPANSÃO DIRETA – Sistema no qual

evaporador está localizado no material ou espaço refrigerado, ou nas passagens de circulação de ar comunicando-se com esse espaço.

FAHRENHEIT – Sistema termométrico

no qual 32° significa o ponto de congelamento da água, e 212° o ponto de ebulição, sob condições normais de pressão.

FATOR DE POTÊNCIA (de uma instal

ção elétrica) – A relação entre os watts e os volt-ampéres em um circuito de corrente alternada.

FILTRO – Dispositivo para remove

material sólido de um fluido por ação filtrante.

FLUÍDO – Gás ou líquido.

FR

N – Nome comum do dicloro

fluormetano (CCl_2F_2).

"FROST BACK" – (retrocongela

mento) – A inundação do líquido de um evaporador na linha de sucção, acompanhada na maioria dos casos, pela formação de gelo na linha de sucção.

GÁS – Estado de vapor de um

material.

GÁS SUPERAQUECIDO – Gás cu

temperatura é mais elevada que a temperatura de evaporação à pressão existente.

GELO DE DIÓXIDO DE CARBON

- CO_2 sólido comprimido. Gelo seco.

GLICEROL – Esse material

em sido sugerido como um lubrificante, mas não encontrou muita aceitação devido a sua tendência de absorver umidade rapidamente. Um óleo mais adequado é mais satisfatório.

GRAU-DIA – Unidade base

a na diferença de temperatura e tempo, usada para especificar a carga nominal de aquecimento no inverno. Em um dia, existem tantos graus-dia quantos °F de diferença na temperatura entre a temperatura média do ar externo, medida num período de 24 horas, e a uma temperatura de 65°F.

HIDROCARBONETOS – Uma

rie de elementos químicos de natureza química análoga variando do metano (o principal constituinte do gás natural) pelo butano, octano, etc., até os óleos lubrificantes pesados. Todos são mais ou menos inflamáveis. O butano e o isobutano têm sido usados numa relativa extensão como refrigerantes.

HIDRÓLISE – Reação de

m material, como o Freon –12 ou cloreto de metila, com água. Materiais ácidos, geralmente, são formados.

ISOBUTANO – Refriger

te hidrocarboneto usado em extensão limitada. É inflamável.

ISOLAMENTO (de calo

- Uso de material de baixa condutividade de calor.

LINHA BRANCA - fog

s, geladeiras, máquinas de lavar, forno micro-ondas

MEDIÇÃO MICROMÉTR

A - Atualmente, um micron é uma unidade de medida no sistema métrico e é equivalente a 1/1000 milímetro. Há 25,4 milímetros em uma polegada. Portanto, um micron é igual a 0,00004 polegada. Cem micra são equivalentes a 0,004 polegada ou 29,996 polegadas de vácuo. O vácuo de menos de 29,0 polegadas de mercúrio não é satisfatório para compressores.

NÃO-CONDENSÁVEIS

Gases estranhos misturados com um refrigerante e que não podem ser condensados na forma líquida às temperaturas e pressões nas quais o refrigerante condensa-se.

PONTO DE CONGEL

ENTO – Temperatura na qual um líquido se solidifica com a remoção de calor.

PONTO DE CONGE

ÇÃO OU DE FLUIDEZ (de óleos) – A temperatura abaixo da qual a superfície do óleo não vai se alterar quando o recipiente é inclinado.

PONTO DE ORVA

O - (do ar) – Temperatura na qual uma amostra especificada de ar, sem acréscimo ou remoção de umidade, está completamente saturada. A temperatura na qual o ar, sendo resfriado, fornece umidade ou orvalho.

POSIÇÃO DE S

ERAQUECIMENTO DA VÁLVULA DE EXPANSÃO TERMOSTÁTICA – A depressão da temperatura de evaporação na pressão de alimentação da válvula abaixo da temperatura do bulbo termostático.

PRESSÃO EST

ICA – Pressão contra as paredes dos tubos, tubulações ou dutos.

PRESSÃO HI

OSTÁTICA – Pressão devida ao líquido em um recipiente que não contém espaço gasoso.

SISTEMA D

22. Dicas de Negócio

Assim como qualquer outro tipo de empreendimento, o empreendedor de uma loja de peças de refrigeração deve entrar neste negócio consciente de que terá que estar presente em tempo integral, principalmente no início das atividades, tanto na parte comercial, quanto operacional e na gestão financeira.

- Para se tornar mais competitivo, é importante dimensionar o conjunto de serviços que serão agregados e avaliar o custo-benefício de cada serviços, pois pode representar um elevado custo sem geração do mesmo volume de receitas;
- É fundamental que você preste muita atenção na qualidade das peças de refrigeração que irá vender. Isso porque a manutenção desses produtos não deve ser feita de forma tão frequente que precise estar repondo uma mesma peça de pouco em pouco tempo, ou seja, se acontecer de você fornecer uma peça de má qualidade, e por conta disso o cliente já precise trocá-la, de novo, em um curto espaço de tempo, você certamente irá perder esse cliente;
- Pontos comerciais, principalmente os localizados próximo a lojas de produtos de refrigeração será um ótimo diferencial, pois facilitará muito que os clientes encontrem sua loja ao precisarem desses serviços de reposição de peças;
- Saiba separar por segmentos, por tipos de refrigeradores e em cada uma dessas seções, organize também por marcas;
- Produtos e suas prateleiras, pense na disposição das próprias prateleiras, em uma mesa ou um balcão para poder realizar os atendimentos, no caixa para a realização de pagamentos, onde ficará o banheiro, o seu escritório para tratar das questões mais burocráticas do seu negócio, o lugar de estoque das peças, e até mesmo um pequeno vestiário para os

funcionários;

- Procurar fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como: remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos produtos ofertados, contato telefônico lembrando eventos e promoções;

- Estabeleça parcerias com seus fornecedores - Esse tipo de relacionamento comercial traz muitos benefícios para as duas partes envolvidas. Um acordo firmado entre o lojista e seus 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;

- Investir no bom atendimento é essencial, pois é crescente a exigência dos clientes. O atendimento deve ser feito por profissionais simpáticos com pleno conhecimento na área, assim poderá tirar as dúvidas dos clientes e fidelizá-los.

23. Características Específicas do Empreendedor

O empreendedor de uma loja de peças de refrigeração, deve ter algumas características básicas, tais como:

- conhecimento específico sobre refrigeração;
- liderança;
- utilizar recursos existentes de forma racional e econômica;
- ser rigoroso, controle de qualidade;
- sempre observar os concorrentes;
- habilidades para liderar equipes e interagir positivamente com as pessoas envolvidas no processo;
- habilidades de negociação;
- senso de limpeza e organização;
- estar disposto a aprender sempre.
- estabelecer uma excelente relação com os clientes;
- estar presente diariamente na empresa;
- acompanhar as novidades do mercado;
- ter a habilidade de resolver problemas em prol da empresa;
- ter habilidade no tratamento com pessoas tanto com seus colaboradores quanto

- com clientes, fornecedores;
- procura estabelecer redes de contatos e relações comerciais;

24. Bibliografia Complementar

<http://refrigerationclub.com/pt-br/mercado-amplo-e-promissor/>

<https://www.montarumnegocio.com/como-montar-uma-loja-de-pecas-para-refrigeracao/>

<http://como-abrir-o-seu-negocio.blogspot.com/2011/07/como-abrir-montar-uma-loja-de-pecas.html>

MONTAR UM NEGOCIO – 2018 - Como montar uma loja de peças para refrigeração: Guia completo! Disponível em <https://www.montarumnegocio.com/como-montar-uma-loja-de-pecas-para-refrigeracao/>. Acesso em 09 de novembro de 2019

25. Fonte de Recurso

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

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

26. Planejamento Financeiro

Ao empreendedor não basta vocação e força de vontade para que o negócio seja um sucesso. Independentemente do segmento ou tamanho da empresa, necessário que haja um controle financeiro adequado que permita a mitigação de riscos de insolvência em razão do descasamento contínuo de entradas e saídas de recursos. Abaixo, estão listadas algumas sugestões que auxiliarão na gestão financeira do negócio:

FLUXO DE CAIXA

O controle ideal sobre as despesas da empresa é realizado por meio do acompanhamento contínuo da entrada e da saída de dinheiro através do fluxo de caixa. Esse controle permite ao empreendedor visão ampla da situação financeira do negócio, facilitando a contabilização dos ganhos e gestão da movimentação financeira. A medida que a empresa for crescendo, dificultando o controle manual do fluxo de caixa, tornando difícil o acompanhamento de todas as movimentações financeiras, o empreendedor poderá investir na aquisição de softwares de gerenciamento.

PRINCÍPIO DA ENTIDADE

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

DESPESAS

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

RESERVAS/PROVISÕES

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

EMPRÉSTIMOS

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

OBJETIVOS

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

UTILIZAÇÃO DE SOFTWARES

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

27. 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>

28. Sites Úteis

<http://refrigerationclub.com/pt-br/mercado-amplo-e-promissor/>

<https://www.montarumnegocio.com/como-montar-uma-loja-de-pecas-para-refrigeracao/>

<http://como-abrir-o-seu-negocio.blogspot.com/2011/07/como-abrir-montar-uma-loja-de-pecas.html>

