

Loja de produtos agropecuários



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	1
Localização.....	3
Exigências Legais e Específicas.....	5
Estrutura.....	6
Pessoal.....	7
Equipamentos.....	9
Matéria Prima/Mercadoria.....	9
Organização do Processo Produtivo.....	11
Automação.....	13
Canais de Distribuição.....	15
Investimentos.....	16
Capital de Giro.....	20
Custos.....	21
Diversificação/Agregação de Valor.....	22
Divulgação.....	24
Informações Fiscais e Tributárias.....	25
Eventos.....	27
Entidades em Geral.....	28
Normas Técnicas.....	29
Glossário.....	30
Dicas de Negócio.....	30
Características Específicas do Empreendedor.....	32
Fonte de Recurso.....	33
Planejamento Financeiro.....	34
Produtos e Serviços - Sebrae.....	35
Sites Úteis.....	36

1. Apresentação de Negócio

O agronegócio brasileiro é o setor mais consistente do país e que oferece oportunidades excelentes para empreendedores de todos os tamanhos. A combinação de clima favorável, recursos hídricos abundantes e solos férteis cria um cenário excepcional para o desenvolvimento da agropecuária, que vai muito além da simples produção. A comercialização de insumos e equipamentos para este setor representa um mercado promissor e lucrativo, com espaço para crescimento constante.

A crescente demanda por produtos e serviços agropecuários impulsiona o interesse em abrir uma loja especializada. Este negócio, apesar de tradicional, se reinventa continuamente para atender às necessidades de um mercado cada vez mais tecnológico e exigente.

Lojas agropecuárias são fundamentais para o sucesso do produtor rural, fornecendo desde sementes e fertilizantes até maquinário e implementos agrícolas. O foco principal é suprir as demandas específicas do campo, oferecendo soluções que otimizam a produção e a rentabilidade do agricultor. Mas, para se destacar, é preciso ir além do tradicional.

Embora o setor apresente grande potencial, abrir e gerir uma loja de produtos agropecuários requer planejamento estratégico e conhecimento do mercado. É preciso estar atento às tendências, às tecnologias disponíveis e às regulamentações vigentes. A concorrência é acirrada, demandando inovação e foco no cliente.

Ao investir neste segmento, você se junta a um setor que representa uma fatia significativa da economia brasileira, contribuindo diretamente para a produção de alimentos e o desenvolvimento do país. É uma oportunidade de construir um negócio sólido e lucrativo, participando ativamente de um mercado essencial e em constante expansão. Com planejamento, dedicação e a estratégia certa, o sucesso da sua loja agropecuária está ao seu alcance.

Para se destacar, considere:

- Especialização: Foco em um nicho específico (ex: produção orgânica, pecuária leiteira) para melhor atender o público-alvo.
- Tecnologia: Utilização de softwares de gestão, e-commerce e ferramentas digitais para otimizar processos e alcançar novos clientes.
- Consultoria: Oferecer assessoria técnica aos produtores rurais, agregando valor aos produtos e serviços.
- Sustentabilidade: Priorizar produtos e práticas sustentáveis, atendendo à crescente demanda por soluções ecologicamente corretas.
- Marketing Digital: Utilizar estratégias de marketing digital para alcançar um público mais amplo e fidelizar clientes.

...

2. Mercado

O sucesso de uma loja de produtos agropecuários depende profundamente da compreensão do mercado. Decisões estratégicas, gestão de vendas e ações de marketing precisam ser embasadas nesse conhecimento. Antes de qualquer investimento, é fundamental confirmar

se há demanda pelos produtos na região escolhida; afinal, uma loja agropecuária em área sem atividade rural não prospera.

Lojas agropecuárias apresentam grande potencial de crescimento, tanto em áreas rurais quanto urbanas. A variedade de produtos comercializados é vasta, incluindo fertilizantes, adubos, defensivos agrícolas, medicamentos veterinários, rações, sementes, sistemas de irrigação, implementos agrícolas, acessórios de montaria, peças e equipamentos para o agronegócio, produtos para controle de pragas e higiene animal. Em áreas urbanas, a inclusão de itens para pets (ração, brinquedos, acessórios) amplia o público-alvo e as possibilidades de receita.

O agronegócio representa aproximadamente 22% do PIB brasileiro (dados de 2024, CNA), um mercado bilionário. A imensa extensão territorial do Brasil, com sua diversidade climática e de biomas, propicia condições ideais para o crescimento contínuo do setor, atraindo inovação e empreendedores. Apesar de uma leve desaceleração em 2024, as perspectivas são positivas, considerando que cerca de 40% das terras agriculturáveis brasileiras ainda não são exploradas (MAPA e CNA).

O setor agropecuário se divide em três etapas:

1. antes da porteira" (insumos para produção),
2. dentro da porteira" (processo produtivo) e
3. depois da porteira" (armazenagem e distribuição).

Uma loja agropecuária bem-sucedida atende às necessidades de todas essas etapas, oferecendo uma gama completa de produtos e serviços.

Comércio eletrônico

Apesar de estarmos falando de um setor tradicional, há tempos a tecnologia está presente promovendo melhorias nos processos, aumentando a produtividade no campo. Com a chegada da internet cada vez mais longe, já se percebe mudanças significativas nos processos de compra e venda para o mercado interno e para o exterior. No caso das lojas de produtos agropecuários, é fundamental que o empreendedor invista na modalidade omnichannel, ou seja, que permita que o seu cliente faça compras por diversos canais - na loja física, no site, em plataformas e-commerce e até mesmo em redes sociais. Quanto mais opções forem ofertadas, maiores as chances de conquistar o cliente e fidelizá-lo.

Fidelizar é o que todo empreendedor deve buscar e a internet proporciona diversas oportunidades além de divulgação de produtos e preços competitivos. Estar presente na internet pode ser bem mais do que um balcão de vendas. É a oportunidade de você se relacionar com seu cliente e com seu público-alvo com informações relevantes sobre técnicas para o campo, produtos novos e seus benefícios, histórias inspiradoras e tudo o que possa interessar aos atores do setor.

Embora haja competição em regiões tradicionalmente produtoras, a expansão das fronteiras agrícolas cria oportunidades significativas. O perfil do consumidor engloba desde grandes produtores que, por questões de praticidade ou urgência, buscam lojas varejistas para suprir suas necessidades de insumos, equipamentos, peças e manutenção, até pequenos agricultores e sitiantes. Um nicho promissor são as lojas de bairro em regiões rurais ou com grande presença de chácaras, atendendo às demandas locais de forma personalizada.

O sucesso de uma loja agropecuária reside em sua capacidade de atender às necessidades do produtor rural, desde equipamentos e ferramentas até pequenos itens de conveniência, tornando-se um ponto de referência para o fornecimento de produtos e serviços essenciais para a atividade agropecuária. A diversificação de produtos e o conhecimento profundo do mercado local são fatores cruciais para garantir a sustentabilidade e o crescimento do negócio.

3. Localização

A localização da sua loja de produtos agropecuários pode ser o fator determinante para seu sucesso. Uma localização estratégica impacta diretamente no acesso dos clientes, facilitando as compras e aumentando as vendas. Dados recentes indicam que uma má escolha de localização contribui significativamente para o fechamento de empresas nos primeiros anos de atividade. Portanto, planejar cuidadosamente este aspecto é fundamental.

O ideal é equilibrar a proximidade com o seu público-alvo – proprietários de sítios, chácaras e fazendas – com a visibilidade e acessibilidade para atrair clientes. Considere entre uma localização em área rural, próxima a concentrações de propriedades rurais, ou em um centro comercial com grande fluxo de veículos e visibilidade, qual melhor se adequa ao seu perfil de negócio e público.

Lojas de bairro também se mostram uma opção viável, principalmente em regiões com crescimento populacional e com características próprias que demandam serviços locais. Mesmo em bairros mais afastados, a escolha do ponto comercial deve priorizar a visibilidade, o fluxo de potenciais consumidores e a facilidade de acesso.

Independentemente do modelo escolhido (loja de bairro ou em área central), alguns fatores são imprescindíveis:

- Fácil acesso para clientes e funcionários: Boa localização,

sinalização clara e estacionamento próximo.

- Estacionamento amplo e seguro: Fundamental para clientes que transportam materiais volumosos ou equipamentos.
- Alto fluxo de veículos e pessoas: Garante maior visibilidade e potencial de vendas.
- Proximidade com transporte público: Facilita o acesso para clientes que não utilizam veículos próprios.
- Infraestrutura completa: Presença de serviços complementares como restaurantes, bancos e farmácias, facilita a experiência do cliente e a operação do negócio.
- Segurança da região: Um local seguro transmite confiança aos clientes e protege o seu investimento.
- Infraestrutura pública eficiente: Acesso a serviços de bombeiros, polícia, hospital e correios.
- Local seguro contra inundações e outros riscos naturais: Evitar áreas de risco preserva seu investimento e operação.
- Disponibilidade de água, luz, telefone e internet de alta velocidade: Essencial para o funcionamento da loja.
- Coleta de lixo eficiente: Assegurar a higiene e limpeza do ambiente.
- Custo-benefício do aluguel: Balancear o preço do aluguel com o potencial de retorno.
- Qualidade do imóvel: Verificar o estado de conservação e adaptação para o negócio.
- Análise da concorrência: Identificar a presença e o impacto de concorrentes na região.

Atenção! Confira orientações para você não se arrepender da escolha do ponto comercial:

- Evite locais em frente a ponto de ônibus;
- Fique longe de locais que causem sensação de insegurança;
- Tente evitar últimos andares ou locais de pouca mobilidade;
- Verifique a legislação do município antes de qualquer decisão.

Marketplaces

Com sua loja montada, é essencial marcar presença no meio digital e definir onde sua loja online estará localizada. Existem diversas plataformas de comércio eletrônico, cada uma com suas próprias regras, vantagens e custos. Entre as mais conhecidas estão Mercado Livre, Amazon, Magazine Luiza e Shopee. Embora não seja necessário estar em todas, quanto maior a presença, maior a visibilidade do seu negócio.

Os marketplaces oferecem inúmeras vantagens para o pequeno empreendedor. Além de associar sua marca a uma plataforma já consolidada, essas redes disponibilizam toda a infraestrutura necessária para as vendas online, incluindo vitrine, meios de pagamento, atendimento via chat, logística e segurança nas transações. Em troca, é cobrado um percentual sobre as vendas realizadas. Essa parceria pode ser uma excelente estratégia para impulsionar as vendas e alcançar novos clientes.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma Loja de Produtos Agropecuários, 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 uma Loja de Produtos Agropecuários 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;
 - 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)

A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças etc.

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.

5. Estrutura

A estrutura de uma loja de produtos agropecuários dependerá muito das características escolhidas pelo empreendedor.

Independentemente do modelo de negócio, escolhido pelo empreendedor, a estrutura precisa ser organizada com a possibilidade de expor os produtos por categorias em prateleiras e, assim, deixar todo o fluxo mais ágil e com ganho de eficiência.

Preparamos algumas dicas para ajudar na estrutura de um local apropriado para sua loja de produtos agropecuários:

Área comercial/exposição

A estrutura desta área precisa ser muito bem planejada, pois a exposição dos produtos favorece as vendas, e se feito de forma correta aumenta consideravelmente a possibilidade da aquisição de outros produtos. A decoração deve privilegiar a harmonia entre os produtos, cores, formas, iluminação e o ambiente da loja.

Nota:

Com exceção da seção veterinária que requer um atendimento personalizado, as demais seções podem seguir o conceito de autosserviço, onde o cliente circula pela loja, localiza os itens desejados, seleciona os que irá comprar e se direciona ao balcão de atendimento para efetivar o pagamento dos itens adquiridos. Com isso, o consumidor tem liberdade total para escolher o que precisa no seu tempo

Balcão de atendimento e caixa

Para uma pequena loja de produtos agropecuários o balcão de atendimento e o caixa podem estar juntos em uma mesma estrutura. O balcão deverá ser projetado de uma forma que

facilite a visualização dos produtos, mesmo no momento em que o cliente esteja efetivando o pagamento. Esta área deverá ser organizada em posição estratégica, permitindo que se tenha uma visão ampla de todo o estabelecimento, facilitando o controle da entrada e saída de pessoas. Geralmente o melhor lugar é na porta de entrada e saída dos clientes.

Nota:

A seção de veterinária pode ser concentrada neste balcão, para um atendimento individual, onde os clientes possam obter as informações que necessitam.

Escritório/sala de reunião

Esta área pode até parecer desnecessária, mas existem situações onde é importante ter um local para conversar com funcionários, fazer uma reunião, separar o dinheiro do caixa, receber fornecedores etc.

Depósito/Estoque

A área de estoque é importante para toda empresa comercial e deverá ser estruturada para uma perfeita armazenagem dos produtos que não estão na área de exposição. Pelo tipo de materiais manuseados, a área de estoque deve representar cerca de 2/3 da área destinada ao empreendimento.

O tamanho da loja dependerá de como foi o planejamento do negócio a ser montado. Regra geral, uma loja de produtos agropecuários não deve ter uma área menor que 50 m², porém, caso vá negociar peças e maquinários maiores que ocupem muito espaço, o tamanho sugerido é de 100 m².

Consulte o capítulo Equipamentos para conhecer detalhadamente tudo o que é necessário para o bom funcionamento de uma loja de produtos agropecuários.

6. Pessoal

O tamanho e o perfil da equipe de uma loja de produtos agropecuários vai variar em função do porte e da gama de produtos que pretende oferecer. Um loja pequena pode ser composta pelo proprietário e mais um atendente, desde que reúnam as características necessárias ao bom funcionamento do negócio.

Independentemente do tamanho a empresa e de quantos profissionais irão trabalhar na loja de produtos agropecuários, é importante conhecer as características dos profissionais para este segmento:

Vendedor/Consultor de produtos agropecuários

Esta posição pode ser inicialmente ocupada pelo empreendedor, mas é fundamental que o atendimento seja personalizado e qualificado. Esse tipo de negócio é construído em cima da reputação da loja. A fidelização de clientes está diretamente relacionada com a credibilidade, confiança, ética, respeito e a capacidade de apresentar soluções para a necessidade do cliente.

Algumas características de um bom vendedor/consultor de produtos agropecuários:

- Facilidade de comunicação
- Experiência com vendas e atendimento ao cliente
- Conhecimento técnicos de todos os produtos comercializados
- Preferencialmente conhecimento sobre agronegócios
- Dinamismo para tomar decisões rápidas
- Determinação para superar metas
- Ser confiante, acreditar no negócio
- Senso de organização
- Persistência e comprometimento
- Empatia para entender a necessidade dos clientes
- Confiabilidade e carisma

Administrador/Comprador

Para empresas menores ou que estão começando, esta atividade pode ser desenvolvida pelo próprio empreendedor, desde que possua as características:

- Capacidade para lidar com imprevistos;
- Reconhecer e definir problemas;
- Conhecer técnicas de gestão de estoque;
- Atuar preventivamente;
- Ter raciocínio lógico, crítico e analítico;
- Ter conhecimento de gestão empresarial;
- Habilidade de relacionamentos;
- Habilidade para negociar;
- Inteligência emocional para lidar com possíveis conflitos;
- Disciplina e autocontrole.

Caixa/Atendente:

Estes profissionais serão responsáveis pelo contato direto com o cliente e suas habilidades e competências podem fazer toda diferença para que os clientes se sintam satisfeitos e voltem a usar os serviços da loja de produtos agropecuários, dentre as competências podemos mencionar:

- Cortesia e educação para com os clientes e colegas;
- Domínio de técnicas de vendas e atendimento ao público;
- Conhecer o ramo agropecuário e afins;
- Disciplina e organização;
- Boa apresentação pessoal;
- Agir com responsabilidade e atenção aos detalhes;
- Realizar a reposição de mercadorias;
- Entender as necessidades dos clientes;
- Conhecimentos consistentes de operação de caixa;

- Habilidade com cálculos e matemática;
- Noções básicas de computação.

A capacitação dos profissionais de uma loja de produtos agropecuários é essencial para manter ou adquirir as competências necessárias para um excelente atendimento aos clientes e representatividade das empresas.

Nota: Esta sugestão de pessoal é para uma pequena loja de produtos agropecuários. Se o empreendedor tem como objetivo algo maior e mais estruturado deverá contar com mais pessoas no atendimento e equipe de gestão.

Treinamento

Contratar uma equipe eficiente é necessário, mas não suficiente. O treinamento contínuo ajuda a equipe a se manter atualizada com as novas tendências do mercado, tecnologias e boas práticas, garantindo vantagem competitiva. Também fortalece o engajamento dos colaboradores, reduz a rotatividade e cria um ambiente de trabalho mais motivador e inovador.

Recomenda-se a adoção de uma técnica de retenção de pessoal, desta forma a empresa diminuirá os níveis de rotatividade e obterá vantagens como a agilidade nos serviços, pois os profissionais já possuem qualificação e estão adaptados ao dia a dia da empresa.

7. Equipamentos

O empresário dono de uma **Loja de produtos agropecuários** tem como prioridade, saber quais produtos oferecer para o cliente e os equipamentos dependem da estrutura que vai ser montada variando de acordo com o processo e mecanismo de trabalho adotado.

Os equipamentos básicos para início de suas atividades estão assim divididos:

Mobiliários para loja e estoque

Balcões;
Cadeiras;
Expositores;
Prateleiras;
Vitrines;
Carro plataforma e balanças.

Mobiliários e equipamentos para área Administrativa

Computador;
Impressora;
Mesas e cadeiras;
Arquivos madeira ou aço;
Aparelho de telefonia;
Softwares.

8. Matéria Prima/Mercadoria

Para uma loja de produtos agropecuários é muito importante a gestão de estoques. O objetivo da gestão de estoque é garantir o equilíbrio entre a oferta e a demanda, evitando perder vendas por falta de produtos ou ter prateleiras cheias de produto que têm pouco giro.

Uma gestão eficiente exige que o empresário faça o acompanhamento contínuo dos estoques para mantê-los em nível ótimo de estocagem. Esse controle pode ser realizado por meio de alguns indicadores de desempenho, dentre eles:

Giro dos estoques

É o indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado por meio das vendas.

Cobertura dos estoques

É a indicação do período de tempo que o estoque consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja reposição de mercadoria.

Nível de serviço ao cliente

Indica 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.

A partir desses indicadores é possível ter insights valiosos para uma boa gestão, lembrando que um alto giro de estoques, por exemplo, indica boa gestão, enquanto uma baixa cobertura pode sinalizar a necessidade de ajustes na previsão de demanda.

Manter o estoque mínimo e suficientes é o ideal. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e de entrega dos produtos na sede da empresa. Frequência de entregas dos fornecedores também impacta: entregas mais frequentes, em menores lotes, geralmente resultam em melhor giro dos estoques.

Alguns pontos devem ser observados para segurança de pessoas e materiais de uma loja de produtos agropecuários:

- Organização do estoque

Ambiente limpo, seguro e otimizado com prateleiras e armários, que permitam a circulação segura e de fácil acesso aos produtos.

- Identificação e armazenamento dos produtos por tipo

Nunca deixar que diferentes produtos fiquem misturados porque prejudica o controle do estoque, aumentando o custo. Uma opção para a guarda de peças menores são gaveteiros com múltiplas divisórias porque tornam simples a separação e identificação dos itens armazenados.

- Posicionamento estratégico dos produtos

A estocagem deve ser realizada com base na demanda. Dessa forma, os produtos de maior giro devem ficar localizados nas áreas mais acessíveis e de fácil visualização. Aqueles com menor saída podem ficar guardados nas áreas superiores das prateleiras. Outra forma de estocar as peças é proceder a separação dos produtos por marcas e fornecedores.

- Controle posições vazias e peças obsoletas

Espaços vazios representam custos. Utilize-os para a estocagem de produtos mais novos ou de maior demanda. A alocação de produtos obsoletos é outro fator de preocupação porque a ocupação de espaços com material inútil ao processo produtivo da empresa torna-se um custo adicional, impactando no resultado financeiro mensal.

- Cuidado no armazenamento e prazos de validade

O estoque precisa estar protegido dos efeitos do sol e umidade. Medicamentos, defensivos e peças de borracha, guarnições, plásticos, adesivos, entre outros, não devem ser expostos a raios solares. Importante destacar a atenção ao prazo de validade e à garantia para que os prazos de vencimento não sejam extrapolados, redundando em prejuízos ao empresário.

- Realização periódica de inventários

Realizar inventário é fazer a contagem física de todos os produtos no estoque. A realização de inventários periódicos é permite o controle dos estoques, indicando que produto deverá ser reposto e a quantidade, evitando custos adicionais com excesso de produtos armazenados ou a impossibilidade da realização de negócios por falta de mercadorias.

O estoque de mercadorias é um fator crítico de sucesso para a loja de produtos agropecuários. O empreendedor deve conhecer o perfil de sua clientela e escolher artigos com alto giro de estoque e que não tragam custos adicionais de estocagem. É recomendado que seja usado um sistema de gestão de estoque para otimizar o negócio e maximizar os lucros.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo de uma loja agrícola deve contemplar todas as fases, desde a identificação da necessidade da aquisição de itens de venda até o pós-venda ao consumidor. Cada etapa tem sua importância, mas é com o pós-venda que o empreendedor obtém as informações para o planejamento de compras e gestão do estoque.

Essas etapas podem ser segmentadas em três fases:

Fase 1 - Atividades de Apoio

Planejamento

É a etapa mais importante, o momento de pensar e preparar toda estratégia para as demais etapas. Nesta etapa tudo deve ser pensado para tentar reduzir ao máximo os riscos, as incertezas e possíveis problemas futuros. Para um planejamento eficiente, é necessário analisar o mercado, identificar as necessidades do cliente e definir o mix de produtos que atende a demanda identificada. Isso inclui pesquisa de mercado, identificação do público-alvo e análise da concorrência.

Manutenção de estoque

Esta etapa é de suma importância pois a manutenção eficiente de estoque garante a efetivação das vendas. Nesta etapa existem alguns processos básicos:

- Análise do estoque existente
- Compra de mercadorias
- Recebimento de mercadorias
- Catalogação e armazenamento

Prospecção de clientes

Utilizar estratégias de marketing digital e relacionamento com a comunidade local são estratégias para gerar fluxo constante de consumidores.

Fase 2 – Atividade fim

Abordagem/Atendimento

O atendimento personalizado, focado em atender às necessidades individuais do cliente é fundamental. Os vendedores deverão estar atentos para propor produtos, atuando como um consultor, oferecendo soluções e aconselhamento técnico, construindo um relacionamento duradouro e fidelizando o cliente.

Conhecimento sobre o setor

Para que os vendedores atuem como consultores, é necessário que tenham conhecimento profundo sobre os produtos disponíveis na loja e atualizados sobre novidades do setor. Mais importante que somente conhecer as necessidades é fundamental avaliar os benefícios que seus produtos ou serviços irão proporcionar ao cliente.

Negociação

Com a aceitação por parte do cliente das características técnicas do produto, dos benefícios e vantagens, começamos a negociação. Esta etapa envolve preços, condições, prazos, meios de pagamento, entregas e todo o processo necessário para que o produto ou serviço chegue ao cliente com a qualidade desejada. Quanto mais facilitado for esse processo, maior a chance de efetivar a venda.

Conclusão/Fechamento

Ao cumprir todas as etapas anteriores o fechamento é uma consequência, mas se ainda existem dúvidas, este é o momento para usar todas as técnicas de vendas que aprendeu e converter a negociação em fechamento.

Pagamento

Esta etapa será exercida pelo caixa. Ao receber a solicitação de venda, providenciará o meio de pagamento solicitado pelo cliente e que esteja disponível na loja (cartão, dinheiro ou cheque) e efetuar a impressão da nota fiscal para entrega ao cliente.

Entrega da Mercadoria

Nesta etapa é importante estar atendo a qualidade do produto, vencimento e outros fatores que garantem que o cliente esteja levando o produto de sua preferência dentro dos padrões de qualidade exigidos. Se for feita entrega posterior, cuide para que o prazo combinado com o cliente seja estritamente respeitado.

Fase 3 – Pós venda

Fidelização do cliente

O fechamento da venda não encerra na entrega do produto. O contato da loja após o fechamento da venda é valorizado pelo cliente, que pode passar valiosas informações sobre sua experiência. É uma oportunidade para estreitar o relacionamento, obter feedback e oferecer promoções personalizadas ou mesmo suporte técnico, se for o caso.

Nota:

Além dos processos organizacionais de vendas, uma loja de produtos agrícolas, também possui os processos de administração, finanças e gestão de recursos humanos, que compreendem:

- Controle sobre as receitas e recebimentos
- Controle de caixa
- Controle de conta bancária / extratos e saldos conciliados com o banco)

- Controle de contas a receber e cobrança
- Controle das contas a pagar a fornecedores
- Relacionamento com escritório de contabilidade, bancos etc.
- Gestão de recursos humanos (admissão, rescisão, treinamento, pagamento de funcionários)
- Manutenção das instalações e equipamentos

Seguindo essas etapas, mantendo-se sempre atualizado e colocando a satisfação do cliente no centro de todas as ações, as chances de sucesso aumentam significativamente. Com dedicação e foco na qualidade do atendimento, sua loja de produtos agropecuários terá grandes oportunidades de crescimento e proporcionará experiências positivas tanto para você quanto para seus clientes.

10. Automação

A tecnologia é um grande aliado dos negócios. A gestão de uma loja produtos agropecuários demanda a superação de vários desafios, especialmente em relação ao quesito estoque, isso devido ao volume e especificidade de itens. Por essa razão, é altamente recomendada a utilização de softwares de gestão que facilitem o gerenciamento do negócio de produtos agrícolas, gerando impactos positivos em todas as áreas da empresa.

Com investimento acessível é possível controlar tudo o que ocorre na loja de produtos agropecuários, e este controle garante ao empreendedor segurança, rentabilidade e principalmente informações para tomar decisões rápidas e assertivas.

Existem vários softwares no mercado, o mais indicado é que o empreendedor invista em softwares específicos para lojas agrícolas. A escolha correta da automação permite:

- Acompanhar o movimento financeiro
- Controle de estoque de mercadorias
- Relatórios para planejamento estratégico
- Gestão de caixa e bancos (conta corrente)
- Agenda de pagamento e recebimento
- Emissão de pedidos
- Informações confiáveis para tomar decisões
- Segurança das informações de clientes

- Redução de custos

Além desses controles fundamentais para gestão da loja de produtos agropecuários, a automação garante vantagens em vários aspectos:

- Crescimento financeiro

O fluxo de caixa fornecerá dados corretos sobre a saúde financeira da empresa. Ao se obter essas informações, o gestor estará mais preparado para tomar decisões gerenciais sobre investimentos no mercado financeiro ou a compra antecipada de estoques, caso haja previsão de alta dos preços da matéria-prima.

- Controle de estoques e inventário

Uma boa gestão de estoques permite a mitigação de riscos de perdas decorrentes da falta de itens, obsolescência ou excesso de itens que causem despesas desnecessárias à empresa.

- Planejamento estratégico

A capacidade de gerar relatórios, permitindo que se proceda a avaliação do cenário atual do negócio. Com essas informações, o gestor poderá traçar planos mais adequados ao futuro, direcionando estrategicamente os investimentos para usufruir das melhores oportunidades do mercado.

- Cumprimento de prazos

O sistema reduz os riscos relacionados a perdas dos prazos de pagamentos e recebimentos, sendo assim possível à empresa programar a entrada e saída de dinheiro, a partir do alerta divulgado pelo sistema.

- Confiabilidade das informações

Em todo processo há sempre presente o risco de que ocorram erros, especialmente quando os controles são manuais. Ao se investir em um software de gestão, o risco da ocorrência de erros em uma rotina se torna consideravelmente menor, permitindo que se construa uma base de dados confiável e precisa.

- Segurança dos dados

Os processos de uma empresa geram uma grande quantidade de dados, de maior ou menor relevância. Essas informações devem ser muito bem guardadas e por diversas razões, desde a adequada execução das atividades mais simples às mais complexas.

- Redução de custos

Embora muitos gestores tenham a errônea visão de que o investimento em um sistema seja apenas despesa, aportar recursos para a compra de um software de gestão proporciona muitas vantagens para uma empresa, tornando a relação custo-benefício altamente compensatória. Um sistema automatizado de controle permite, entre outras coisas:

- Redução da quantidade de erros
- Redução no número de retrabalhos
- Otimização do aproveitamento de recurso
- Redução da burocracia
- Melhoria no fluxo das informações
- Aprimoramento do processo de comunicação
- Auxílio à tomada de decisão
- Atualização contínua das informações
- Integração entre as áreas
- Sinergia entre processos
- Evitar desperdícios de recursos

O empreendedor que usar a tecnologia a seu favor, conseguirá aprimorar e acelerar todo o processo produtivo, trazendo benefícios ao cliente e à sua loja de produtos agropecuários.

11. Canais de Distribuição

No caso de uma loja de produtos agrícolas os canais de distribuição têm como principal objetivo garantir a entrega do produto para os clientes. Geralmente são divididos em três grupos, e cabe ao empreendedor analisar quais os canais são mais vantajosos para seu modelo de negócio.

Canal Direto

Neste canal de distribuição, a loja de produtos agropecuários é a única responsável pela entrega do produto para o consumidor. Não existe qualquer intermediário.

Canal Indireto

Neste canal, os intermediários se encarregam da entrega. Em geral, o intermediário tende a ser os entregadores autônomos ou empresas especializadas em logística e distribuição.

Canal Híbrido

Um canal de distribuição híbrido é aquele em que a loja de produtos agropecuários utiliza intermediários, mas assume parte do processo de contato com seus clientes.

Uma loja de produtos agropecuários pode optar por mais de um canal de distribuição. Nunca se deve esquecer que, independentemente do tipo e da distância do trajeto, pontualidade na entrega e qualidade na prestação do serviço continuam sendo fatores primordiais para o sucesso do negócio.

Conforme artigo do Sebrae – Canais de Distribuição, é importante analisar alguns aspectos antes de optar por um modelo de distribuição. São eles:

- Avaliar mercados reais e potenciais;
- Determinar as características, os comportamentos e as necessidades dos clientes;
- Conhecer a quantidade, a dispersão geográfica e a frequência de compra;
- Determinar as características essenciais dos produtos quanto à perecibilidade, dimensões e graus de padronização;
- Definir as características dos intermediários quanto ao tipo de transporte, ao sistema de equipamentos e armazenagem;
- Avaliar as características ambientais relativas às condições locais, à umidade e à temperatura;
- Avaliar as empresas envolvidas quanto à solidez financeira, aos produtos, aos níveis de serviço, ao marketing e à marca, entre outras características importantes.

A comunicação eficaz também faz parte do processo eficiente de distribuição. Ferramentas como WhatsApp, SMS e e-mail são ótimas para manter clientes atualizados sobre o status do pedido.

O processo de distribuição merece especial atenção, pois confere agilidade, segurança e credibilidade nas entregas das mercadorias no domicílio dos compradores.

12. Investimentos

A abertura de uma loja de produtos agropecuários 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. Vamos nos concentrar no mobiliário e equipamentos, divididos da seguinte forma:

- Mobiliários para loja e estoque;
- Mobiliários e equipamentos para área administrativa.

A título de exemplo nos basearemos em uma loja de produtos agropecuários instalada em uma área de 50m². 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 abril/2025.

Mobiliário – Loja e estoque

01

Balcão

R\$ 3.000,00

R\$ 3.000,00

01

Balcão Caixa

R\$ 550,00

R\$ 550,00

01

Cadeira caixa alta

R\$ 300,00

R\$ 300,00

03

Gôndolas de centro expositores

R\$ 1.900,00

R\$ 5.700,00

05

Prateleiras

R\$ 1.750,00

R\$ 8.750,00

01

Vitrine

R\$ 550,00

R\$ 550,00

02

Prateleira para estoque

R\$ 1.750,00

R\$ 3.500,00

02

Carro plataforma de carga – 300 kg

R\$ 470,00

R\$ 940,00

02

Balança plataforma digital 150 Kg

R\$ 400,00

R\$ 800,00

Mobiliário e Equipamento – Área Administrativa

01

Desktop / Notebook

R\$ 1.600,00

R\$ 1.600,00

01

Impressora Multifuncional

R\$ 1.500,00

R\$ 1.500,00

02

Mesas

R\$ 550,00

R\$ 1.100,00

06

Cadeiras para escritório

R\$ 300,00

R\$ 1.800,00

01

Arquivo madeira

R\$ 620,00

R\$ 620,00

02

Aparelhos telefônicos

R\$ 150,00

R\$ 300,00

01

Aparelho celular

R\$ 1.000,00

R\$ 1.000,00

Softwares (licenças)

R\$ 1.000,00

TOTAL DE INVESTIMENTO

R\$ 33.010,00

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

O capital de giro é a diferença entre o dinheiro disponível na sua loja e o necessário para cobrir seus compromissos financeiros a curto prazo. Ele é vital para a saúde financeira do seu negócio, permitindo que você honre seus pagamentos a fornecedores, funcionários, impostos e outros custos operacionais, enquanto mantém o fluxo de vendas.

Para uma loja de produtos agropecuários, o capital de giro é especialmente importante devido às flutuações sazonais da demanda e às características específicas do setor, como prazos de pagamento estendidos para clientes e variações nos preços de insumos. A gestão eficiente do capital de giro garante a continuidade das operações e a capacidade de aproveitar oportunidades de mercado.

O cálculo do capital de giro envolve a análise de seus prazos médios: prazo médio de recebimento de fornecedores (PMF), prazo médio de estocagem (PME) e prazo médio concedido a clientes (PMCC). Quanto maior o PMCC e o PME, maior a sua necessidade de capital de giro. Maximizar o PMF, negociando prazos mais longos com fornecedores, ajuda a minimizar essa necessidade.

Imagine: receber o pagamento dos seus clientes mais rapidamente e ter mais tempo para pagar seus fornecedores. Essa é a essência de um capital de giro bem gerenciado. A "regra" é simples: receber antes de pagar.

A maioria das despesas em uma loja de produtos agropecuários, como compras de estoque, salários, impostos e aluguel, costumam ter prazos de 30 dias. As receitas, no entanto, variam dependendo das formas de pagamento oferecidas (crédito, boleto etc.). Essa diferença entre o fluxo de entrada e saída de dinheiro precisa ser cuidadosamente monitorada.

Para uma loja de produtos agropecuários, a necessidade de capital de giro pode variar entre 25% e 35% do investimento inicial. Esta é apenas uma estimativa; um plano de negócios detalhado, considerando as particularidades da sua loja, ajudará a determinar o valor exato. É fundamental utilizar projeções realistas de vendas e custos.

Para manter um capital de giro equilibrado, considere:

- Planejamento de compras: Compre de forma estratégica, considerando o volume de vendas, as condições de pagamento e a sazonalidade.
- Controle de custos: Analise seus custos operacionais para identificar possíveis reduções

- Fornecedores confiáveis: Selecione fornecedores confiáveis que ofereçam produtos de qualidade e condições de pagamento adequadas.
- Gestão de estoque: Aplique a Curva ABC para otimizar o seu estoque, focando nos itens mais lucrativos e girando o estoque de forma eficiente. Evite superestoques que amarram o seu capital.
- Automação: Utilize softwares de gestão financeira, de estoque e de relacionamento com clientes (CRM) para

14. Custos

É chegada a hora de entendermos os custos envolvidos em uma loja de produtos agropecuários.

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. produtos de revendas.

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

Alertamos que, à 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 mensais em uma Loja de produtos agropecuários. 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\$ 8.000,00

Aluguel, segurança, IPTU

R\$ 3.000,00

Luz, telefone e acesso à internet

R\$ 1.200,00

Manutenção de software

R\$ 300,00

Produtos para higiene e limpeza da empresa e funcionários

R\$ 100,00

Contador

R\$ 1.100,00

Propaganda e publicidade da empresa

R\$ 500,00

Total

R\$ 14.200,00

* 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 atendentes 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 sua loja de produtos agropecuários e elaborar e seguir um bom planejamento.

15. Diversificação/Agregação de Valor

O empreendedor que atua com loja de produtos agrícolas, precisa estar atento às oportunidades, especialmente aquelas que podem diversificar o seu negócio e aumentar o valor médio gasto pelos clientes em seu estabelecimento.

Ao agregar valor que por definição é incluir inovações e diferenciais, a loja de produtos agropecuários aumentará as chances do cliente escolher seus serviços em relação a outros concorrentes.

Pequenas coisas podem fazer a diferença para que sua loja de produtos agropecuários possa crescer, sem altos custos de marketing. Vamos conhecer algumas delas e, se você, como empresário, souber utilizá-las, certamente verá sua clientela crescer e se fidelizar:

- Visual merchandising

Espaço interno, iluminação e fachadas devem ser pensados para atrair clientes e gerar vendas. Sua vitrine é o chamariz para novos clientes. Então capriche! Coloque os produtos inovadores, faça uma montagem colorida e modifique a vitrine regularmente. A fachada também merece atenção. Certifique-se do melhor local e tamanho de letreiro para que sua loja seja avistada de longe, mesmo para pessoas que transitam de carro.

- Equipe de Vendas

Um time de vendedores que domina toda a tecnologia de que dispõe e está capacitada a

atender bem os clientes é parte fundamental do sucesso. O jeito que você ou seu funcionário recebe os clientes pode decidir se voltará ou não.

- Precificação adequada ao mercado

A criação da tabela de preços deve levar em conta o custo de aquisição e o valor médio apresentado pela concorrência. Formular o preço correto é muito importante, pois configura o primeiro passo para a lucratividade e a competitividade de quem trabalha com produtos agrícolas.

- Associativismo

Participar de ações cooperativas com concorrentes dá mais poder de barganha nas compras realizadas com fornecedores, além de possibilitar ações conjuntas de marketing, visando à redução de custos.

- Dê descontos aos parceiros de longa data

Uma das maneiras mais sensatas de contentar os produtores rurais é oferecer descontos especiais aos compradores de longa data. Muitos se sentirão confortados e privilegiados pela loja, conseguindo a vantagem de adquirir insumos agrícolas sob ótimas condições financeiras, exclusivamente na sua loja agropecuária.

- Modelo de negócio

Neste ponto, o importante é ter variedade. Venda produtos, ferramentas e pequenos maquinários. Ofereça serviços de instalação e reparos na loja, além de entregar produtos em domicílio.

- Promoção e Propaganda

Estimule as compras com boas ações promocionais, que são fatores-chave para alavancar as vendas. Invista em publicidade acessível e eficiente e divulgue continuamente os produtos. Estar presente nas redes sociais e mídias digitais faz com que seu negócio alcance um público mais amplo tanto para o mercado digital como para a loja física, portanto, invista nisso.

- E-commerce

Ter uma loja virtual é bom para gerar vendas, ainda mais quando se faz a divulgação dos produtos em outros canais digitais.

- Crie parcerias estratégicas com fornecedores

Os fornecedores podem ajudar com expositores, palestras, eventos para clientes, produtos para demonstração e muito mais.

- Não espere o cliente, vá até ele.

Em uma loja de produtos agropecuários, é comum esperar o cliente chegar até o balcão e fazer o pedido. Com a correria do dia a dia, é possível que alguns clientes tenham interesse

pelos seus produtos, mas não consigam tempo para ir até a loja. Use isso a seu favor, que tal, coletar os pedidos nas unidades rurais, chácaras etc.?

Estas são algumas ações, mas é importante ressaltar que, assim como em qualquer negócio, os empreendedores de lojas de produtos agropecuários precisam estar atentos às novidades do mercado, ouvir seus clientes e sempre oferecer o que há de melhor no segmento.

16. Divulgação

Os meios para divulgação de uma loja de produtos agropecuários variam de acordo com os serviços oferecidos e o público-alvo. Nos primeiros meses de existência da empresa é fundamental o contato pessoal. Com o crescimento da confiança por parte dos clientes a divulgação e contato podem ser realizados por multicanais de comunicação.

Sugerimos algumas dicas para maximizar as ações de divulgação:

- Apresentação profissional

Desenvolva banners, panfletos e cartões de visita, este material será importante para divulgação em eventos ou entregas em locais estratégicos como oficinas, transportadoras etc. Não esqueça do painel da loja, que deverá ser bem iluminado e com uma arte profissional para cativar o cliente.

- Redes sociais

Os perfis sociais, atualmente são os melhores meios de divulgação de serviços e profissionais. Explore ao máximo todos os canais de distribuição nas redes sociais, como o Facebook, LinkedIn, Instagram e outros que promovem a visibilidade profissional e de serviços.

- Site Empresarial

O site é seu espaço individual para mostrar quem é você, seus serviços e diferenciais. Um site bem montado, com aspectos profissionais, pode engajar melhor seus potenciais clientes e passar confiabilidade. Seu site deve estar associado a todas as suas redes sociais.

- Participe de feiras, eventos, dias de campo etc.

A melhor forma de aumentar sua rede é participar de feiras, palestras e encontros profissionais, mas lembre-se, o foco aqui é criar um vínculo profissional e nunca esqueça do seu cartão de visita. Tenha também seu cartão em formato virtual no celular. Muitas pessoas já não usam cartão impresso.

- Patrocinar/participar de eventos para a comunidade

Para quem pretende atingir um novo público ou reforçar a imagem da loja é importante estar próximo ao seu público. Participar e patrocinar eventos sociais irá aproximar sua loja de potenciais clientes.

- Mantenha parcerias estratégicas

As pequenas empresas normalmente são desafiadas por três aspectos muito importantes na administração dos negócios: capturar novos clientes, aumentar as vendas e expandir para novos mercados. Parcerias estratégicas geralmente são desenvolvidas para ajudar uma empresa a fazer isso mais rápido do que se agisse sozinha.

- Multicanal de comunicação

O novo consumidor consegue comprar, vender e receber tudo o que deseja sem sair do sofá de sua casa, esta comodidade ocorre graças à internet e aos multicanais de comunicação. Invista em WhatsApp, Facebook e outras mídias para levar seus serviços até o cliente. Estar presente em uma plataforma de e-commerce é uma maneira de atingir um público muito mais amplo, além de aliar seu negócio a uma marca já consagrada como Mercado Livre, Magalu, Amazon, entre outras.

Nota:

Toda divulgação deve respeitar a privacidade e acessibilidade do cliente. Evite entregar panfletos em vias públicas, isso gera muito lixo e pouco retorno. Cuidado com a invasão da privacidade nas redes sociais. Faça tudo com muito profissionalismo.

Invista tempo para conhecer todas as alternativas de divulgação. Os clientes não irão até sua loja de produtos agropecuários sem um esforço de divulgação. Atualmente existem inúmeras estratégias de divulgação gratuitas outras que podem ser feitas com baixo investimento. E lembre-se que não existe uma regra: o que funciona para um nicho de negócio, pode não funcionar para outro. Por isso, é importante planejar as ações e conhecer cada vez mais o público que se deseja atingir.

17. Informações Fiscais e Tributárias

As informações fiscais e tributárias variam conforme a opção do regime tributário escolhido pelo empreendedor.

Exemplo 1: Loja de Produtos Agropecuários optante do SIMPLES Nacional

O segmento de Loja de Produtos Agropecuários, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 4692-3/00 como a atividade de comércio varejista de animais de estimação vivos para criação doméstica, artigos e acessórios para animais domésticos, aquários e artigos para aquários, gaiolas, viveiros e acessórios, e ração e outros produtos alimentícios para animais de estimação, 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, 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 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 DAS (Documento de Arrecadação do Simples

Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional:

- 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.

Exemplo 2: Loja de Produtos Agropecuários 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

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 que 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, 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

Feiras e eventos são momentos dedicados ao encontro, também chamado de network. Nesses locais, você tem a oportunidade de conhecer novos clientes, ter acesso direto a

fornecedores e possíveis parceiros em negócios e em investimentos. Por isso, é importante para o empreendedor de uma Loja de produtos agropecuários participar dos eventos de seu segmento.

Para se manter competitivo, é preciso estar sempre atento ao mercado à sua volta e, em especial, ao que está fazendo a concorrência. Em feiras e em eventos, você poderá fazer isso em um único local.

Selecionamos alguns dos eventos importantes deste segmento:

- Agrishow – Feira de Tecnologia Agrícola

<https://www.agrishow.com.br/pt/Home.html>

- Tecnoshow – Feira de Máquinas e Equipamentos Agropecuários

<https://www.tecnoshowcomigo.com.br/sobre>

- Femagri – Feira de Máquinas, Implementos e Insumos Agrícolas

<https://www.cooxupe.com.br/femagri/>

Para estar a par sobre os eventos do setor, consulte os fornecedores, distribuidores e parceiros do negócio. E para tirar melhor proveito dos eventos que participar, tenha em mente um discurso claro e direto sobre seu negócio e possibilidades de parcerias. Lembre-se de levar um material de divulgação físico (panfleto, folheto etc.) ou digital (uma apresentação bem-feita, curta e objetiva que você possa apresentar ao seu contato ou mesmo enviar para que a pessoa veja em outro momento).

19. Entidades em Geral

Todo empreendedor deseja atrair clientes para a sua Loja de produtos agropecuários e aumentar as suas vendas. Mas a verdade é que, para que isso aconteça, é importante investir em práticas que garantam a credibilidade ao seu negócio.

Conhecer e participar das principais entidades do setor é fundamental para se manter informado e atualizado e ter o amparo necessário quando for preciso.

Conheça algumas delas:

- ABAG – Associação Brasileira do Agronegócio

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

- ABMRA – Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócio

<http://abmra.org.br/>

- CNA – Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil

<https://www.cnabrazil.org.br/>

20. Normas Técnicas

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, sendo importantes referências para o mercado. As normas técnicas podem estabelecer quesitos de qualidade, desempenho, de segurança. Definem procedimentos, padronizam formas, dimensões, tipos, usos, classificações ou terminologias e glossários. Elas orientam como proceder com diversos tipos de produtos que podem colocar vidas em risco.

As Normas técnicas são publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

1. Normas específicas para uma Loja de Produtos Agropecuários:

- ABNT NBR 9843:2004 Versão Corrigida:2004 – Agrotóxico e afins –

Armazenamento, movimentação e gerenciamento em armazéns, depósitos e laboratórios (O AUTOR DEIXOU UMA INTERROGAÇÃO, POR FAVOR COMPLETAR INFORMAÇÃO) Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para o armazenamento adequado de agrotóxicos, visando preservar a qualidade do produto, bem como a prevenção de acidentes.

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

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

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

- ABNT NBR 15842:2010 – Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais. Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

- ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio. Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

- ABNT NBR 5410:2004 Versão Corrigida: 2008 – Instalações elétricas de baixa tensão. Esta Norma estabelece as condições a que devem satisfazer as instalações elétricas de baixa tensão, a fim de garantir a segurança de pessoas e animais, o funcionamento adequado da instalação e a conservação dos bens.

- ABNT NBR 5413:1992 Versão Corrigida:1992 – Iluminância de interiores Esta Norma estabelece os valores de iluminâncias médias mínimas em serviço para iluminação artificial em interiores, onde se realizem atividades de comércio, indústria, ensino, esporte e outras.

- ABNT NBR 5419:2005 – Proteção de estruturas contra descargas atmosféricas. Esta Norma fixa as condições de projeto, instalação e manutenção de sistemas de proteção contra descargas atmosféricas (SPDA), para proteger as edificações e estruturas definidas em 1.2 contra a incidência direta dos raios. A proteção se aplica também contra a incidência

dos raios sobre os equipamentos e pessoas que se encontrem no interior destas edificações e estruturas ou no interior da proteção impostas pelo SPDA instalado.

- ABNT NBR 5626:1998 – Instalação predial de água fria. Esta Norma estabelece exigências e recomendações relativas ao projeto, execução e manutenção da instalação predial de água fria. As exigências e recomendações aqui estabelecidas emanam fundamentalmente do respeito aos princípios de bom desempenho da instalação e da garantia de potabilidade da água no caso de instalação de água potável.

- ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida: 2005 – Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

- ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 – Sistemas de alarme – Parte 1: Requisitos gerais – Seção 1: Geral. Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

21. Glossário

Uma loja de produtos agropecuários é uma unidade de varejo destinada à comercialização de insumos para a produção agrícola, podendo ser híbridas, ou seja, comercializam tantos produtos para a produção agrícola quanto produtos para a produção pecuária.

Diante disso é importante conhecer o significado de termos e expressões incorporado ao vocabulário diário.

- Glossário de termos usados em atividades agropecuárias

https://www.mma.gov.br/estruturas/sqa_pnla/_arquivos/glossrio_bndes_textodoc_46.pdf

22. Dicas de Negócio

O empreendedor de loja de produtos agropecuários que investir em boa administração com técnicas inovadoras pode garantir grandes oportunidades de negócios. A dedicação é fundamental, principalmente, no início das atividades, tanto na parte comercial, quanto na parte operacional e de gestão administrativo e financeira da empresa.

Faça um planejamento para sua loja de produtos agropecuários, visando ao desenvolvimento e crescimento. Para isso destacamos os seguintes pontos a serem observados:

- Vendedores que entendem dos produtos

Os vendedores precisam entender muito bem do segmento. Não é só saber o que tem na loja, mas o que cada produto faz e quais são os outros existentes no mercado. Vendedores com bastante conhecimento se tornam autoridade no assunto, e facilitam a venda, pois passam segurança ao cliente.

- Aposte na variedade de produtos e serviços

Para vender mais na loja agropecuária, você precisa ter mais produtos. E isso, é claro, respeitando o seu espaço físico. Não dá pra simplesmente ir colocando produto em cima de produto e esperar que suas vendas cresçam. Respeite suas limitações e vá crescendo no seu ritmo!

- Parceria com fornecedores

Para conseguir vender quantidades a preços justos é fundamental estabelecer parceria com os fornecedores. A parceria com bons fornecedores garantirá a qualidade dos produtos, prazos mais confortáveis e ações estratégicas para prospectar e fidelizar clientes

- Investir no cross selling

É uma estratégia baseada em oferecer produtos complementares antes ou depois de os consumidores finalizarem uma compra. Você pode, por exemplo, anunciar pregos e martelos na seção de telas, porque esses dois produtos são utilizados juntos e/ou para realizar uma mesma atividade. Equipamentos para instalação de cercas, por sua vez, podem ficar ao lado de arames, ao passo que acessórios para o confinamento de gado devem ficar próximos uns dos outros.

- Disponibilizar programas de fidelização

Os programas de fidelização são úteis não só para acompanhar a rotina de consumo dos clientes, mas também auxiliam a estreitar o relacionamento com eles e garantir que façam compras em seu estabelecimento de forma cíclica. Como se não bastasse, isso também pode colaborar para que indiquem sua empresa para outros consumidores.

- Acompanhe as tendências

Acompanhar as tendências do setor é fundamental para apresentar novas propostas aos clientes e vencer a concorrência. Participe de eventos e feiras e conheça tudo o que está em evidência no segmento.

- Inove com ações

Sua loja de produtos agropecuários precisa estar na mente do consumidor não somente pelos produtos, mas também pelos serviços e ações que são desenvolvidos para os clientes. Crie eventos em parceria com fornecedores e garanta clientes o ano todo.

- Toda economia é bem-vinda

Em tempos de crise, o empreendedor deve ficar muito atento aos desperdícios. Toda economia pode favorecer melhores resultados, contar com softwares de gestão pode ser uma boa opção para conhecer os resultados e tomar decisões rápidas e assertivas para melhoria dos negócios.

Mesmo que a opção seja uma pequena loja de produtos agropecuários, é fundamental colocar em prática todos os itens destacados, isso permitirá maior velocidade nas decisões, reduzirá as possibilidades de erro e com certeza aumentará as chances de sucesso.

23. Características Específicas do Empreendedor

Neste segmento de negócio, o feeling ou tino comercial é muito importante ao empreendedor. A agilidade e eficiência em apresentar soluções aos clientes faz toda a diferença para quem atua com em lojas agrícolas.

Analisar o mercado e as principais tendências para o setor é um diferencial importante para manter o negócio em evidência e atrair novos clientes.

Algumas características são essenciais e influenciam diretamente no sucesso do negócio e, de forma geral, envolvem criatividade, inovação e iniciativa.

1 - Características essenciais para o empreendedor de uma loja produtos agropecuários:

- Ter criatividade e ser inovador;
- Ser persistente e ter propósitos definidos;
- Habilidade no relacionamento com pessoas;
- Buscar informações atualizadas sobre o setor agropecuário;
- Ter uma visão prospectiva;
- Organizado e administrador do tempo;
- Facilidade de relacionamento;
- Conhecimento de técnicas de negociação;
- Agilidade com números;
- Boa apresentação;
- Aptidão para ouvir;
- Capacidade de delegar tarefas;
- Interesse por pesquisas e atualidades.

2 - Características e habilidades para um bom comprador/negociador:

- Ter carisma pessoal;
- Comunicar-se de forma clara e objetiva;
- Preocupar-se com questões que envolvem o bem-estar do cliente;

- Ser cordial em todos os momentos da negociação;
- Comportamento de parceria entre cliente e fornecedores;
- Conhecer todas as técnicas de uma boa negociação.

3 - Para uma boa administração da loja, são exigidas algumas competências:

- Cumprir compromissos profissionais;
- Assiduidade e pontualidade;
- Compromisso com prazos e tarefas;
- Disponibilidade de tempo para reuniões de planejamento;
- Disposição para organizar e documentar as informações de clientes.

Para aumentar as chances de sucesso é fundamental que o empreendedor desenvolva as competências e habilidades relacionadas ao negócio.

24. 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>

Consulte também:

- **Proger Urbano Capital de Giro**

<https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/empresas/produtos-e-servicos/credito/obter-capital-de-giro/proger-urbano-capital-de-giro#/>

- **Cartão BNDES**

<https://www.cartaobndes.gov.br/cartaobndes/>

- **Microcrédito Produtivo Orientado Caixa**

<http://www.caixa.gov.br/empresa/credito-financiamento/crescer/Paginas/default.aspx>

25. 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**

Para um criador de camarão é fundamental controlar as despesas da empresa, isso 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.

- **Capital de Giro**

O período entre a prestação de serviço e o recebimento, pode ser longo e a necessidade de recursos será suprida pelo capital de giro. No entanto, ter esse recurso disponível não é suficiente porquanto ser premissa sua boa gestão, ou seja, somente deverá ser utilizado para honrar compromissos imediatos ou lidar com problemas de última hora.

- **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**

Assim como a maioria dos negócios, a **loja de produtos agropecuários**, possuem despesas fixas e variáveis que deverão ser horadas para evitar problemas futuros. Embora pequenas, o seu controle é essencial para que não reduzam a lucratividade do negócio.

- **Reservas/Provisões**

No caso de uma **loja de produtos agropecuários**, a necessidade de provisões para troca de equipamentos mais modernos é uma necessidade deste modelo de negócio. Este recurso funcionará como um fundo de reserva.

- **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.

26. Produtos e Serviços - Sebrae

O empreendedor que deseja atuar no segmento de **produtos agropecuários**, pode aproveitar todas 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>

1 - 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>

2 - Para quem quer começar o próprio negócio

As soluções abaixo são uteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa. Ou pessoas que tem experiência em trabalhar por conta própria e querem se formalizar

Plano de Negócios - O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da empresa. <http://goo.gl/odLojT>

3 - 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. <https://www.sebraecanvas.com/#/> [1]

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>

27. Sites Úteis

- **ABAG – Associação Brasileira do Agronegócio**

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

- **ABMRA – Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócio**

<http://abmra.org.br/>

