

Peixaria



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	1
Localização.....	4
Exigências Legais e Específicas.....	5
Estrutura.....	6
Pessoal.....	7
Equipamentos.....	8
Matéria Prima/Mercadoria.....	9
Organização do Processo Produtivo.....	9
Automação.....	10
Canais de Distribuição.....	11
Investimentos.....	12
Capital de Giro.....	13
Custos.....	14
Diversificação/Agregação de Valor.....	16
Divulgação.....	16
Informações Fiscais e Tributárias.....	17
Eventos.....	18
Entidades em Geral.....	18
Normas Técnicas.....	19
Glossário.....	19
Dicas de Negócio.....	20
Características Específicas do Empreendedor.....	21
Bibliografia Complementar.....	21
Fonte de Recurso.....	22
Planejamento Financeiro.....	23
Produtos e Serviços - Sebrae.....	24

1. Apresentação de Negócio

Peixaria é uma casa comercial especializada na venda de peixes.

O comércio de peixes e frutos do mar é um negócio que está relacionado com a qualidade de vida, por oferecer alimentos tidos como fundamentais para uma alimentação saudável.

Os peixes representam excelente fonte de proteínas, ferro e sais minerais, além de conter ácidos graxos ômega 3, que são elementos que trazem benefícios à saúde, segundo os especialistas.

O Brasil, por ser um país que possui uma vasta faixa litorânea e inúmeros rios, concentra uma das maiores reservas de peixes do mundo. Entretanto, possui um dos menores índices de consumo. O alto custo do transporte que encarece o preço final do produto e os hábitos alimentares, que supervalorizam a carne bovina são fatores que contribuem para o baixo consumo de pescado, entre outros.

Os peixes são fontes de vitaminas A, E, D e niacina, e micronutrientes como ferro, iodo, magnésio, cálcio, sódio, fósforo, potássio, flúor, selênio, manganês e cobalto, além de ácidos graxos essenciais, principalmente em ômega 3.

Este documento não substitui um plano de negócio. Para elaborá-lo procure o SEBRAE.

Fonte: Diário do Vale - <https://diariodovale.com.br/cidade> - Matéria publicada em 18 de fevereiro de 2018

2. Mercado

Consumo de peixes nunca foi tão alto no Brasil

Apesar disso, há muito mercado a ser conquistado. O brasileiro come metade do que é recomendado pela Organização Mundial da Saúde.

O mercado de peixe brasileiro está otimista. Isso porque o aumento da produção tem impulsionado a competitividade do produto frente a outras proteínas. O consumo de peixe nunca foi tão alto como nos últimos anos. Segundo a Peixe BR (Associação Brasileira de Piscicultura), o brasileiro come por ano aproximadamente 10 quilos da proteína. A procura é crescente, mas ainda muito abaixo do recomendado pela Organização Mundial da Saúde, que é de 20 quilos.

“Hoje temos a consciência das pessoas com relação ao produto de boa qualidade, e o peixe, entre as proteínas animais, é o que mais se enquadra dentro de um produto extremamente saudável para a alimentação. Nós estamos numa mudança de geração, que deseja mais saúde. Além disso, nos últimos anos ocorreu uma melhoria significativa no valor do preço do peixe para o consumidor”, diz Francisco Medeiros, presidente executivo da Peixe BR.

A diretora de assuntos comerciais do Sindicato da Indústria da Pesca do Estado de São Paulo, Meg Felipe, acredita que o poder aquisitivo do brasileiro melhorou, o que pode explicar em parte o aumento do consumo.

“Lógico que maior conhecimento e divulgação da proteína e o melhor ordenamento da cadeia produtiva contribuíram para o brasileiro ter mais acesso à proteína. Mas eu acho que o que ajuda a manter o consumo de estável para crescente é essa relação de consumo saudável”, diz ela.

Segundo a Associação Brasileira de Piscicultura, o Paraná é o maior produtor de peixes no Brasil, com 93,6 mil toneladas. Seguido por Rondônia, com 74,7 toneladas, e São Paulo em terceiro lugar, com 65,4 mil toneladas.

Levando-se em conta as regiões, a Norte desponta com a produção de 158,9 mil toneladas, um crescimento de 4,81% sobre 2015. A região Sul vem em seguida, com 152,4 mil toneladas, aumento de 13% em relação ao ano anterior.

O Centro-Oeste foi a terceira região mais produtiva em 2016, com 120,6 mil toneladas. Na sequência estão Nordeste, com 104,6 mil toneladas e Sudeste, com 103,8 mil.

Fonte: Canal Rural - <https://canalrural.uol.com.br/programas/consumo-peixes-nunca-foi-tao-alto-brasil-71704/> - 2018

Fonte: Guia de Consumo Responsável de Pescados – Unimont e Ministério da Pesca e Aquicultura

Mercado Consumidor

O mercado consumidor de uma peixaria situa-se entre residências, restaurantes, supermercados, bares e restaurantes, hospitais, hotéis, etc. O empreendedor deverá definir seu público-alvo para a atividade que desenvolverá.

Apesar do bom desempenho, se o Brasil tivesse condições de produzir mais, com certeza consumiria mais. Isso porque o que é produzido aqui não atende toda a demanda. E todo os anos são importados cerca de US\$ 1,3 milhões em peixes.

Os principais exportadores são Chile, Argentina e China. As variedades são salmão, panga vietnã, merlusa e polaka do Alasca.

“Hoje nós temos duas dificuldades, ambas relacionadas a políticas governamentais. A primeira é o licenciamento ambiental. Cada estado tem uma política, e cada uma mais difícil do que a outra. O segundo problema relacionado ao governo federal, especificamente a Secretaria Especial de Aquicultura e Pesca lá em Brasília. Nós temos solicitações de cessão de uso de águas da União que estão tramitando há mais de 10 anos”, diz Francisco Medeiros, do Peixe BR.

No Brasil, entre os peixes mais consumidos estão tilápia, salmão, camarão, polaka e cação. Mas o consumo ainda varia com picos de vendas. A Semana Santa representa 30% do total de vendas do ano. Já na Época de Natal, chega a representar até 15%. Para 2018, o mercado espera um pequeno crescimento, que pode chegar aos 5%.

Além da riqueza de sabores e variedades, essa tendência de consumo saudável é uma coisa que o brasileiro aprendeu e que ele vai cada vez mais acrescentando na sua rotina.

Fonte: Canal Rural - <https://canalrural.uol.com.br/programas/consumo-peixes-nunca-foi->

alto-brasil-71704/ - 2018

Mercado Concorrente

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

- Qualidade dos produtos oferecidos ao mercado;
- Preço praticado para cada item;
- Localização da fábrica e pontos de vendas;

Fonte: Blog sushibilidade - <https://www.sushibilidade.com/como-escolher-um-peixe-fresco-infografico/>

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

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

Numa peixaria, o mix de produtos oferecidos à clientela vai desde os peixes de água doce e de água salgada até os crustáceos e moluscos, filés e postas, além de peixes congelados. Peixes e cortes especiais para sashimi, por exemplo, são exemplos de produtos que também podem ser oferecidos.

Segundo especialistas, uma boa opção para investimento nesse negócio é montar uma “boutique”, que pode ser entendida como uma peixaria caracterizada pela excelente qualidade dos produtos colocados à venda, traduzindo-se em grande diferencial em relação às lojas tradicionais e sem deixar de considerar o público-alvo definido.

Curiosidade sobre a qualidade do Peixe

Mercado Fornecedor

A relação com o mercado fornecedor também deve se basear na sustentabilidade. Podem-se priorizar fornecedores locais como organizações regionais e cooperativas para que a economia da região seja beneficiada com as atividades da empresa, uma prática socialmente justa. Da mesma forma, a preocupação com o meio ambiente também deve ser levada em consideração a partir da escolha por empresas, cujas políticas e diretrizes sociais e ambientais estejam alinhadas com as suas, não sendo somente informações para autovalorização da marca. A questão da sustentabilidade econômica também deve ser

observada nas negociações com os fornecedores.

Fatores que devem ser analisados para a escolha de um fornecedor:

- Distância física;
- Referências;
- Custo do frete;
- Qualidade;
- Capacidade de fornecimento;
- Preço;
- Prazo;
- Forma de pagamento e de entrega.

Assim resumidamente podemos destacar as seguintes oportunidades e ameaças:

Oportunidades

- Mercado em crescimento;
- Associação a comunidades e projetos sociais;
- Cultura do consumo saudável;
- Diferenciação pelos serviços.

Ameaças

- Instabilidade econômica e política no país;
- Desequilíbrios climáticos;
- Desconhecimento da origem do pescado;
- Concorrência;

3. Localização

A instalação de uma Peixaria deve levar em consideração o fluxo de pessoas e a facilidade de acesso, bem como o acesso para recebimento dos produtos.

As pessoas compram peixes e frutos do mar onde é mais conveniente, próximo, acessível e cômodo. Isso significa que a densidade populacional e a qualidade do ponto comercial são fatores de grande importância na escolha do ponto para este tipo de empreendimento.

Pontos de atenção na escolha do imóvel onde a empresa será instalada:

A relação entre receitas e despesas estimadas precisa ser compatível com os objetivos definidos pelo empreendedor. É preciso estar atento ao custo do aluguel, prazo do contrato, reajustes e reformas a fazer.

Certifique-se de que o imóvel atende às necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, serviços de água, luz, esgoto, telefone, transporte etc.

Verifique se existem facilidades de acesso, estacionamento e outras comodidades que possam tornar mais conveniente e menos onerosa a adaptação do imóvel.

Cuidado com imóveis situados em locais sujeitos a inundação ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito.

Confira a planta do imóvel aprovada pela Prefeitura, e veja se não houve nenhuma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área, que deverá estar devidamente regularizada.

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU), que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. A consulta de local junto à Prefeitura deve atentar para:

- Se o imóvel está regularizado, ou seja, se possui HABITE-SE;
- Se as atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento do Município, pois alguns tipos de negócios não são permitidos em qualquer bairro;
- Se os pagamentos do IPTU referente ao imóvel estão em dia;
- No caso de serem instaladas placas de identificação do estabelecimento, letreiros e outdoors, será necessário verificar o que determina a legislação local sobre o licenciamento das mesmas;
- Exigências da legislação local e do Corpo de Bombeiros Militar.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Leia mais sobre este assunto no capítulo 'Informações Fiscais e Tributárias'.

O contador, profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa e conhecedor da legislação tributária, poderá auxiliar o empreendedor neste processo.

Para abertura e registro da empresa é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o “Habite-se” pela prefeitura.

Importante:

- Para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento.
- É necessário observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC).
- A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças etc.
- Lei 13.874/2019, de 20 de setembro de 2019, que estabelece medidas de desburocratização e simplificação de processos para empresas e empreendedores, como: carteira profissional digital, abertura de bancos aos sábados, dispensa de alvará para atividades de baixo risco, a responsabilidade de pessoa jurídica e de pessoa física diante do negócio, entre outros.
- As leis, decretos, portarias, resoluções frequentemente sofrem revisões (atualizações), em virtude de novos acontecimentos ou pela necessidade de melhorar interpretações em relação ao seu conteúdo, função, abrangência ou penalidade. Portanto as leis citadas neste material estão atualizadas, mas a qualquer momento podem mudar. Para saber se estão utilizando a atual fiquem atentos as indicações de revisões, digitando as características da lei, exemplo: ‘Decreto-Lei nº. 986”, sem a data, em um site de busca e aparecerá nas 10 primeiras opções (links para acesso web), com as sugestões mais recentes.

5. Estrutura

A estrutura de uma peixaria deve ser contemplada com um projeto que atenda alguns critérios, como especificado em manual desenvolvido pela ABRAS Associação Brasileira de Supermercados e pela Secretaria Especial de Aquicultura e Pesca:

Nas áreas de manipulação do pescado, os pisos, paredes e teto devem ser de cor clara, de materiais resistentes, impermeáveis e laváveis.

Fonte: Sea Food Brasil - <http://seafoodbrasil.com.br/varejo-e-food-service-esquentam-15a-semana-peixe> - 03 de setembro de 2018

As instalações devem dispor de água corrente. Os equipamentos, móveis e utensílios que entram em contato com alimentos devem ser de materiais que não transmitam substâncias tóxicas, odores, nem sabores a eles. Devem ser mantidos em adequado estado de conservação e resistentes à corrosão e a repetidas operações de limpeza e desinfecção.

A Peixaria deve contar com uma boa área de atendimento, onde são colocados os produtos para exposição através dos freezers, balcões frigoríficos, balcões, etc., além de um espaço para a câmara frigorífica, banheiro e uma área externa para colocação do lixo.

A alta perecibilidade de peixes e frutos do mar é um item que merece atenção especial, por isso a importância de se ter os equipamentos instalados em local adequado, que proporcionem a temperatura exigida para a manutenção da qualidade dos produtos.

É possível montar uma Peixaria em espaço de 50 m², devendo ter áreas pré-estabelecidas para a recepção, seleção do pescado, armazenagem, lavagem/limpeza, resfriamento, venda, etc.

O layout da loja deve ser bem planejado, dividindo-se os produtos entre vários balcões, por exemplo: de peixe inteiro, de filés e postas, de crustáceos e moluscos e de congelados.

Entidade e redes supermercadistas dão capilaridade a ações de estímulo ao consumo de pescado. Estrutura de uma peixaria dentro do supermercado.

6. Pessoal

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento. As atividades da Peixaria podem ser iniciadas com aproximadamente duas pessoas no processo produtivo (atendimento e venda) e uma pessoa na administração ou auxiliar de limpeza.

Para contratar colaboradores o empresário deverá considerar questões essenciais no atendimento aos clientes, tais como: cordialidade, equilíbrio emocional, capacidade de identificar as necessidades dos clientes, agilidade e presteza no atendimento.

Conhecer as características de cada produto, seus fatores nutricionais, forma de preparo, manejo, cuidados com higiene e limpeza, são fatores que devem ser objeto de treinamento para todos os colaboradores e com previsão de atualização constante.

A apresentação pessoal dos colaboradores é fator de diferenciação neste tipo de negócio. Portanto, é indicado fornecer uniforme e EPIs (equipamentos de proteção individual), que atendam às especificidades legais e em volume que permita aos colaboradores fazer as devidas trocas durante a jornada semanal. Deve-se dar atenção especial à limpeza, asseio e higiene das pessoas e instalações.

É necessário cuidado especial com o manejo dos alimentos e com a temperatura de conservação, para evitar prejuízos e fornecer produtos de qualidade ao cliente.

Ressalta-se a importância da HIGIENE no processo de trabalho.

7. Equipamentos

Para o funcionamento de uma peixaria os seguintes móveis e equipamentos são estimados como necessários:

Móveis e equipamentos para a área administrativa:

- 01 mesa;
- 03 cadeiras;
- 01 armário ou arquivo;
- 01 computador;
- 01 impressora;
- 02 aparelhos telefônicos;
- 01 máquina registradora;
- 01 Emissor de Cupom Fiscal.

Equipamentos e utensílios para o processo produtivo (armazenamento e venda):

- 01 balança eletrônica;
- 01 balcão frigorífico;
- 01 bancada de inox;
- 03 descamadores de peixes;
- 02 ou 03 Freezers;
- 01 ilha para congelados;
- 01 mesa de apoio;
- 01 mesa para limpeza dos peixes;
- Utensílios para corte, limpeza e acondicionamento;

Um veículo utilitário pode ser acrescentado como recurso necessário, conforme planejamento do empreendedor.

A quantidade de móveis e equipamentos deverá ser definida conforme o porte do empreendimento, a estrutura e espaço escolhidos, de forma a garantir o eficiente e eficaz funcionamento da Peixaria. A quantidade descrita acima serve como exemplificação.

8. Matéria Prima/Mercadoria

Fonte: Pinterest - <https://br.pinterest.com/pin/447052700503217438/>

A gestão de estoques apresenta particularidades de acordo com o tipo do negócio – indústria, comércio ou prestação de serviço. De qualquer forma, deve-se buscar a eficiência nesta gestão, sendo que o estoque de mercadorias deve ser suficiente para o adequado funcionamento da empresa, mas mínimo, para reduzir o impacto no capital de giro.

Fique atento, pois a falta de mercadorias pode representar a perda de uma venda. Por outro lado, possuir mercadorias estocadas por muito tempo é deixar dinheiro parado. É essencial o bom desempenho na gestão de estoques, com foco no equilíbrio entre oferta e demanda.

Esse equilíbrio deve ser sistematicamente conferido, com base, entre outros, nestes três indicadores de desempenho:

1 - Giro dos Estoques: número de vezes que o capital investido em estoques é recuperado por meio das vendas. É medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

2 - Cobertura dos Estoques: indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

3 - Nível de Serviço ao Cliente: demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, no varejo de pronta entrega (segmento em que o cliente quer receber a mercadoria ou o serviço imediatamente após a escolha), pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

As mercadorias em uma Peixaria são as diversas espécies de peixes, moluscos, camarões, crustáceos, e também temperos, azeites, azeitonas, entre outras mercadorias que se ofereça para a venda.

Para a definição do mix de produtos a ser oferecido, o empreendedor deverá conhecer o mercado, visitar concorrentes, ouvir permanentemente seus clientes sobre sua satisfação, necessidades e expectativas, para poder realizar adaptações ao longo do tempo.

9. Organização do Processo Produtivo

Pensando no funcionamento de uma Peixaria como um todo, podemos descrever os seguintes processos de trabalho:

Compra e reposição de estoques – a busca por fornecedores qualificados é fundamental para a qualidade do produto.

Atendimento ao Cliente: é o primeiro contato com o cliente, geralmente se dá na visita à peixaria, por telefone ou e-mail.

Entrega e Pós-Venda: após a venda dos produtos, caso o pedido seja feito à distância, é

importante possuir um sistema de logística bem estruturado.

Pensando do processo produtivo como um fluxo de etapas do recebimento até a comercialização dos produtos, identificamos as seguintes etapas de trabalho:

Recepção: observar condições de acondicionamento dos produtos, temperatura, limpeza, condição do veículo de entrega;

Pesagem: conferir peso dos produtos conforme pedido e buscar mantê-los o menor tempo possível fora da temperatura ideal de conservação.

Lavagem: conforme o tipo de produto e conforme necessidade, proceder à lavagem dentro das especificações da legislação sanitária e conforme características específicas de cada produto.

Armazenamento: armazenar na temperatura e acondicionamento adequado, identificando caixas ou embalagens similares. O princípio PEPS (primeiro que entra é o primeiro que sai) deve ser respeitado.

Beneficiamento: conforme a licença e limites de manipulação de alimentos do estabelecimento, realizar o beneficiamento pertinente, por exemplo, evisceração e filetagem. Cumprir as devidas regras de higiene e controle de temperatura.

Embalagem/Pesagem/Rotulagem: conforme o tipo de produto e beneficiamento realizado, se for o caso, embalar adequadamente, utilizando absorvedor e filme de PVC transparente ou outros próprios para alimentos.

Exposição: conforme a variedade de produtos disponibilizados para a venda e estrutura disponível, organizar a exposição observando-se constantemente a temperatura e condições do produto.

Comercialização/Venda: atender adequadamente ao cliente, apresentando informações seguras sobre os produtos comercializados, entregando a quantidade solicitada e devidamente embalada, bem como oferecendo orientações de conservação dos mesmos, em especial, tempo máximo fora de refrigeração.

Durante todo o processo produtivo é fundamental manter atenção para evitar fatores que acelerem a deterioração do pescado, como temperaturas elevadas e falta de higiene. É preciso lembrar que, naturalmente os peixes, moluscos, crustáceos, entre outros, sofrem processo de deterioração.

10. Automação

Investir em softwares para automatizar as empresas não é mais tendência, é uma necessidade. Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor, verificando ainda se possui funcionalidades, tais como:

- Controle de mercadorias;

- Controle de taxa de serviço;
- Controle dos dados sobre faturamento/vendas, gestão de caixa e bancos (conta corrente) e estoque;
- Emissão de pedidos, notas fiscais, boletos bancários;
- Organização de compras e contas a pagar;
- Relatórios e gráficos gerenciais para análise real do faturamento da loja. A loja física como conhecemos hoje está mudando.

A tendência é a interação cada vez maior por meio de ambientes virtuais.

Já existe no mercado uma ampla seleção de softwares e plataformas digitais que ajudam o empresário com rastreabilidade, inspeção de qualidade, cálculos de produção, administração de vendas, monitoramento de funcionários e clientes, integração entre ambientes físicos e virtuais e resolver questões de logística.

Datacash – Peixarias - <https://www.bminformatica.com.br/software-para-peixaria>;

SigeCloud - https://www.sigecloud.com.br/nota-fiscal-eletronica?gclid=EAlalQobChMlyc-YiJ_75QIVQQyRCh3ETgYyEAAYAiAAEgKNLvD_BwE

Sennda - <https://sennda.com.br/negocios/peixarias>

ToledoBrasil - <https://www.toledobrasil.com.br/solucao/varejo-e-atacado/peixarias/softwares-toledo>

11. Canais de Distribuição

Canais de distribuição são os meios pelos quais você entrega o seu produto até o cliente final. Em outras palavras, é como você faz com que seus produtos fiquem disponíveis para o consumidor final.

Os canais de distribuição estão diretamente envolvidos com a prestação de informações sobre o produto, customização, garantia de qualidade, oferta de produtos complementares, assistência técnica, pós-venda e logística. Em resumo, é tudo que possa garantir a disponibilidade do produto para o consumidor.

A empresa pode optar por distribuição via canal direto ou indireto. O canal de distribuição direto é quando a própria empresa é responsável pela entrega de seus produtos, sem que haja nenhum intermediário envolvido nesse processo.

Já no canal indireto a empresa repassa seus produtos a um intermediário responsável por entregar os produtos da indústria para o consumidor. O intermediário pode ser um varejista, atacadista, distribuidor ou qualquer outro envolvido no processo de distribuição de produtos.

No caso de um negócio de pequeno porte o principal canal de distribuição é a própria

Peixaria.

O desenvolvimento de um site na internet com divulgação dos serviços da empresa é uma opção de contato com o cliente muito importante nos dias atuais.

A loja poderá dispor de atendimento por telefone para atender pedidos em domicílio ou em comércios, sendo necessário estabelecer o perfil de cliente que poderá ser atendido por esse tipo de serviço.

É possível firmar contratos para parceria de fornecimentos a hotéis, hospitais e empresas que possuem seus próprios refeitórios, por exemplo.

Ouvir os clientes e identificar oportunidades de criar novos serviços deve ser tarefa permanente do empreendedor.

12. Investimentos

O valor a ser investido num novo negócio envolve um conjunto de fatores, identificados ao longo do processo de instalação do empreendimento. O investimento para o início das atividades varia de acordo com o porte do empreendimento e os produtos e serviços que serão oferecidos.

Uma peixaria estabelecida em uma área de 50 m² exige um investimento inicial estimado de R\$ 60 mil reais, a ser alocado nos seguintes itens:

1 - Investimentos fixos

1.1 - Máquinas e Equipamentos

Item

Valor Unitário

Balcão refrigerado, freezer, geladeira, etc.

R\$ 14.000,00

Balanças, etc.

R\$ 2.000,00

1.2 - Equipamentos de Informática

Item

Valor Unitário

Telefone, Computador e Impressora

R\$ 3.000,00

1.3 - Móveis e Utensílios

Item

Valor Unitário

Balcões, expositores, etc.

R\$ 10.000,00

Mobiliário do Escritório

R\$ 2.000,00

2 - Investimentos Pré-Operacionais

Item**Valor Unitário**

Reformas

R\$ 12.000,00

Registro da empresa

R\$ 2.000,00

3 - Investimentos Financeiros**Item****Valor Unitário**

Capital de giro (2 meses de custeio fixo)

R\$ 8.000,00

Formação Estoque Inicial (2 meses)

R\$ 7.000,00

Investimento total (1+2+3)**R\$ 60.000,00****Previsão de Faturamento**

Faturamento mensal

R\$ 40.000,00

* os itens descritos nas tabelas são exemplos que devem ser considerados, porém existem outros que devem ser também detalhados, para o seu negócio.

**Acesse <http://simulador.ms.sebrae.com.br> e veja exemplos de pesquisas estimando valores e faça a sua simulação.

***Os custos dos itens descritos na tabela são meras estimativas, pois estes dependem de tamanho do negócio, fornecedores, regiões do país, etc.

Antes de montar sua empresa, é fundamental que o empreendedor elabore um Plano de Negócios, onde os valores necessários à estruturação da empresa podem ser mais detalhados, em função: regionalidade, dificuldades financeiras, objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado. O capital de giro necessário para os primeiros meses de funcionamento do negócio também deve ser considerado neste planejamento.

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando o segmento de clientes, os atores com quem se relacionará, as atividades chave, as parcerias necessárias, sua estrutura de custos e fontes de receita.

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada

no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

Item

Quantidade

Valor Unitário

Reserva de Caixa

1

R\$ 15.000,00

* Esta é meramente uma estimativa de valor, o seu capital de giro deve variar entre 20 e 30% do valor do investimento para operação. No exemplo temos um Investimento estimado (tópico anterior) de R\$ 60.000,00. Assim uma reserva (capital de giro e estoque inicial) de R\$ 15.000,00

Quanto maior o prazo concedido aos clientes para pagamento e quanto maior o prazo de estocagem, maior será a necessidade de capital de giro do negócio. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode amenizar a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Prazos médios recebidos de fornecedores também devem ser considerados nesse cálculo: quanto maiores os prazos, menor será a necessidade de capital de giro.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos.

Sempre será muito útil que se tenha certo montante de recursos financeiros reservados para que o negócio possa fluir sem sobressaltos, especialmente no início do projeto. No entanto, ter esse recurso disponível não é suficiente porquanto ser premissa sua boa gestão, ou seja, somente deverá ser utilizado para honrar compromissos imediatos ou lidar com problemas de última hora.

14. Custos

Os custos dentro de um negócio são empregados tanto na elaboração dos serviços ou produtos quanto na manutenção do pleno funcionamento da empresa. Entre essas despesas, estão o que chamamos de custos fixos e custos variáveis.

Custos Variáveis

São aqueles que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção.

Custos de Materiais

Item

Quantidade

Valor Unitário

Matéria-Prima ou mercadoria

40

R\$ 7.000,00

Custos dos Impostos

Item

%

Valor Unitário

Simplex

9 % do faturamento bruto (R\$ 40.000,00)

R\$ 3.600,00

Custos com Vendas

Item

%

Valor Unitário

Propaganda

1 % do faturamento bruto (R\$ 40.000,00)

R\$ 400,00

Custos Fixos

São os gastos que permanecem constantes, independente de aumentos ou diminuições na quantidade produzida e vendida. Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio.

Salários e Encargos

Função

Quantidade

Salário Unitário

Salários, comissões e encargos.

3

R\$ 6.000,00

Depreciação

Ativos fixos

Valor Total

Vida Útil (anos)

Depreciação

Máquinas e equipamentos

R\$ 16.000,00

10

R\$ 133,00

Equipamentos informática

R\$ 3.000,00

5

R\$ 50,00

Móveis e utensílios

R\$ 12.000,00

5

R\$ 200,00

Despesas Fixas e Administrativas

Item

Valor Unitário

Aluguel, condomínio e segurança

R\$ 1.500,00

Água, luz, telefone e internet

R\$ 600,00

Material de limpeza, higiene e escritório

R\$ 400,00

Assessoria contábil

R\$ 700,00

15. Diversificação/Agregação de Valor

Fonte: Pinterest - <https://br.pinterest.com/pin/67624431884072482/>

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

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

Diferenciação da estrutura da peixaria;

Qualidade da matéria-prima;

Higiene no ponto de venda;

Relacionamento com os clientes;

Atendimento diferenciado.

O empreendedor deve manter-se sempre atualizado com as novas tendências, novas técnicas, novos utensílios e produtos, através da leitura de colunas de jornais e revistas especializadas, programas de televisão ou através da Internet.

16. Divulgação

A propaganda é um importante instrumento para tornar a empresa e seus serviços conhecidos pelos clientes potenciais. A divulgação pode ser realizada através de vários canais de comunicação. Abaixo, sugerem-se algumas ações eficientes:

- Divulgar em redes sociais, tais como; Facebook, LinkedIn, Instagram, Google+, Twitter.
- Divulgar através de e-mail marketing e mensagens de WhatsApp;
- Divulgar em sites especializados;
- Confeccionar folders e flyers para a distribuição em residências nos bairros próximos a

loja;

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

17. Informações Fiscais e Tributárias

Optantes do Simples Nacional

Este segmento de empresa poderá optar pelo Simples Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições, instituído pela Lei Complementar nº 123/2006. Os pequenos negócios podem optar pelo Simples, desde que sua categoria esteja contemplada no regime, a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse R\$ 360 mil para microempresa e R\$ 4,8 milhões para empresa de pequeno porte e sejam respeitados os demais requisitos previstos na Lei.

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

- IRPJ (Imposto de Renda da Pessoa Jurídica);
- CSLL (Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido);
- PIS (Programa de Integração Social);
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social);
- CPP (Contribuição Previdenciária Patronal);
- ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços): para empresas do comércio
- ISS (Imposto Sobre Serviços): para empresas que prestam serviços;
- IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados): para indústrias.

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do Simples Nacional variam de acordo com as tabelas I a VI, dependendo das atividades exercidas e da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo Simples Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período. Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. a esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar R\$ 81 mil, o empreendedor poderá optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que ele não seja dono ou sócio de outra empresa e tenha até um funcionário. Para se enquadrar no MEI, sua atividade deve constar na tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (http://www.portaldoempreendedor.gov.br/legislacao/resolucoes/arquivos/ANEXO_XIII.pdf)

Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

I) Sem empregado

- 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária
- R\$ 1 de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias (para empresas de comércio e indústria)
- R\$ 5 de ISS – Imposto sobre Serviços (para empresas de prestadoras de serviços)

II) Com um empregado (o MEI poderá ter um empregado, desde que ele receba o salário mínimo ou piso da categoria)

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

- Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;
- Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

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

18. Eventos

Equipotel, Salão de Alimentos e Bebidas - www.equipotel.com.br

Feira do Varejo de Alimentos, Bebidas, Equipamentos e Serviços da América Latina - Super Rio Expofood - www.superrio.com.br

Feira Internacional de Produtos e Serviços para Alimentação - FISPAL Food Service - www.fispalfoodservice.com.br

Feira Internacional de Produtos, Embalagens, Equipamentos, Acessórios e Serviços para Alimentação - Fispal Bahia - www.fispalbahia.com.br

19. Entidades em Geral

Relação de entidades para eventuais consultas:

Associação Brasileira das Indústrias de Alimentos – ABIA - www.abia.org.br

Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA - www.anvisa.gov.br

Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA - www.embrapa.gov.br

Instituto de Tecnologia de Alimentos – ITAL - www.ital.sp.gov.br

Ministério da Pesca e Aquicultura - www.mpa.gov.br

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – <http://www.mdic.gov.br>

Ministério do Meio Ambiente - www.meioambiente.gov.br/sitio

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE - www.sebrae.com.br

Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição – SBAN - www.sban.com.br

Sociedade Brasileira de Ciência e Tecnologia de Alimentos – SBCTA - www.sbcta.org.br

20. Normas Técnicas

Não existem normas técnicas específicas que regulamentem este segmento empresarial. As normas técnicas são documentos de uso voluntário, utilizados como importantes referências para o mercado. As normas técnicas podem estabelecer requisitos de qualidade, de desempenho, de segurança (seja no fornecimento de algo, no seu uso ou mesmo na sua destinação final), mas também podem estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar classificações ou terminologias e glossários, definir a maneira de medir ou determinar as características, como os métodos de ensaio. As normas técnicas são publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT. A NBR 10004 – Classificação de resíduos sólidos - classifica os resíduos sólidos quanto aos seus riscos potenciais ao meio ambiente e a saúde pública.

21. Glossário

Aquicultura: é a produção de organismos aquáticos, como a criação de peixes, moluscos, crustáceos, anfíbios e o cultivo de plantas aquáticas para uso do homem.

Evisceração: ação de tirar as vísceras, de estripar para limpar os peixes.

Filetagem: ação de cortar alguma coisa em filetes; cortar os peixes filés.

Frutos do mar: na culinária são produtos comestíveis extraídos do mar, tais como crustáceos, moluscos, e outros pequenos animais marinhos, com exceção dos peixes.

Percibilidade: propriedade se perder próprias ao consumo com o passar do tempo e/ou mediante condições impróprias de conservação.

Pescado: O produto de uma pesca. Qualquer peixe.

22. Dicas de Negócio

Por ser um país que possui uma vasta faixa litorânea e inúmeros rios, o Brasil concentra uma das maiores reservas de peixes do mundo, o que garante pesca o ano todo. A tendência do mercado pesqueiro é aumentar cada vez mais, pois o consumo de peixes tem crescido bastante. Novos pontos de venda são inaugurados a cada dia, e muitos empresários têm visto nesse setor uma grande oportunidade de negócio. Mas oferecer uma grande variedade de produtos não é o bastante para conquistar a clientela. A organização é fundamental para garantir a qualidade dos produtos. Veja algumas dicas de como organizar a sua peixaria:

1- Estrutura

É imprescindível cumprir as determinações da Vigilância Sanitária. Além da área onde ocorrerão as vendas, também é preciso ter espaço para estocagem (câmara frigorífica), banheiro e ainda uma área externa para jogar lixo. É essencial que haja ventilação, instalação frigorífica adequada e vitrines iluminadas.

2- Produtos de Qualidade

Encontre bons fornecedores e faça compras diárias. Verifique se cada peixe está com as escamas firmes, os olhos brilhantes e a área sob as guelras bem vermelha.

3- Armazenamento

Armazene o peixe fresco em temperatura de 3 a 4 graus ou abaixo disso; deixe-o exposto com o corpo todo mergulhado no gelo. Não coloque os peixes uns sobre os outros porque aqueles que não estiverem em contato com o gelo não ficarão devidamente resfriados. Venda os peixes em até uma semana, desde que devidamente refrigerados. Se não for possível, congele o restante a uma temperatura abaixo de 18 graus e comercialize limpo, cortado e embalado em bandeja de isopor. Sempre verifique as normas de segurança alimentar com a Vigilância Sanitária da sua cidade ou com a Anvisa.

4- Higiene

Para evitar o mau cheiro, a peixaria precisa ser lavada todos os dias, bem como o balcão de corte, e o gelo usado na exposição dos peixes deve ser trocado diariamente. É importante que os funcionários trabalhem com avental, rede no cabelo, camiseta, calças e botas brancas, sem adornos e com as unhas bem limpas.

5- Informação

Muitas pessoas não consomem peixes por falta de informação. Distribua folhetos na peixaria informando o valor nutricional de cada espécie, dê dicas de preparo e até mesmo receitas fáceis e rápidas.

Fonte: Blog Assai - <https://www.assai.com.br/blog/conteudos-de-negocios/5-dicas-para-organizar-uma-peixaria> - 2018

23. Características Específicas do Empreendedor

Sempre que alguém pretende abrir uma empresa precisa realmente se dispor a agir como empreendedor, pois precisa enfrentar uma série de desafios que pessoas com comportamento empreendedor conseguem superar com mais facilidade.

Ser empreendedor está atrelado a um conjunto de características. O empreendedor envolvido com atividades ligadas ao ramo de Peixaria precisa adequar-se a um perfil fortemente comprometido com a atividade em questão. Algumas características desejáveis ao empresário desse ramo são:

- Ter identificação pela atividade e conhecer bem o ramo de negócio, mantendo-se atualizado sobre assuntos pertinentes à Peixaria, para poder orientar funcionários e consumidores.
- Capacidade de utilizar recursos existentes de forma racional e econômica, identificando melhores produtos e fornecedores para a sua empresa.
- Habilidade de relacionamento com pessoas.
- Prever pontos críticos inerentes ao processo de atendimento ao cliente na Peixaria, bem como aos processos de compra e armazenamento.
- Pesquisar e observar permanentemente o mercado em que está instalado, promovendo ajustes e adaptações no negócio.
- Ter atitude e iniciativa para inovar e promover mudanças necessárias.
- Saber administrar todas as áreas internas da empresa (compras, vendas, finanças, etc.).
- Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos.
- Ter visão clara de onde quer chegar.
- Ser persistente e não desistir dos seus objetivos.
- Ter coragem de tomar decisões e para assumir riscos calculados.
- Ser organizado.
- Acompanhar as novas tendências de produtos que o mercado oferece.
- Ter capacidade para perceber novas oportunidades e agir para aproveitá-las.
- Ter capacidade de liderança e gerenciamento.

24. Bibliografia Complementar

ABRAS. **Comercialização de Pescado Salgado e Pescado Salgado Seco**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/setor/comercio-varejista/segmentos-do-varejo/alimentos-e->

bebidas/carnes-e-pescados/cartilha_bacalhau.pdf. Acesso em: junho/2012.

ABRAS, SEAP. **Pescado Fresco**. Disponível em: http://www.abrasnet.com.br/pdf/cartilha_pescado.pdf . Acesso em: junho/2012.

ABREU ES, TORRES EAFS. **Restaurante “por quilo”: vale o quanto pesa? Uma avaliação do padrão alimentar em restaurantes de São Paulo, SP**. Nutrire. 2003;25:7-22.

AVELAR AE, REZENDE DC. **Hábitos alimentares fora do lar: um estudo de caso em Lavras – MG**. Organ Rurais Agroind. 2013;15(1):137-52.

CHRISTENSEN, Clayton M., DYER, Jeff e GREGERSEN, Hal **“DNA do Inovador: dominando as 5 habilidades dos inovadores e ruptura”**, Editora HSM, 25 mar 2019

DAVILA, Tony. EPSTEIN, Marc J e SHELTON Robert. **“As Regras da Inovação: Como Gerenciar, Como Medir e Como Lucrar”**, Editora Bookman, Edição: 1 (1 de janeiro de 2007), 336 p.

DEFANTE, L.R.; BARBOZA, M.M.; SAUER, L.; LIMA-FILHO, D.E.R. **Influência da higiene na escolha de restaurantes comerciais pelos consumidores**. Revista Brasileira de Administração Científica, v. 3, n. 3, p. 56-69, 2012.

DOLABELLA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luisa**. 14. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999. Editora Abril.

LEMES JUNIOR, Antônio Barbosa; PISA, Beatriz Jackiu. **Administrando micro e pequenas empresas**. Rio de Janeiro : Elsevier, 2010.

25. Fonte de Recurso

Provido de recursos federais, os recursos geridos pelo BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento) destinam-se ao financiamento de investimentos de longo prazo e, de forma complementar, capital de giro ou custeio. A contratação e a liberação dos recursos são feitas mediante diversos bancos comerciais, bancos de investimento e bancos múltiplos. Como exemplos de instituições repassadoras, citam-se: Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Bancos estaduais, Bancos de desenvolvimento regionais, Banco Santander, Bradesco, Itaú, entre outros.

Dentre os principais programas de financiamento disponíveis à maioria dos empreendimentos, destacam-se:

- BNDES Finame: financiamento para produção e aquisição de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional;
- BNDES Automático: financiamento a projetos gerais de investimento (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.);

- BNDES: Investimentos: Aporte maior que o automático, faz financiamento a projetos gerais de investimento (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.),
- BNDES: Inovação financiamento a projetos inovadores (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.),

Para mais informações, consultar o site do BNDES.

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

Maiores informações podem ser obtidas na página do Sebrae na web:

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

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>

Para quem busca informações

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

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

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

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

