



ideias de  
negócios

# Como montar uma loja de peixes ornamentais



EMPREENDEDORISMO

## Expediente

**Presidente do Conselho Deliberativo**

José Roberto Tadros

**Diretor Presidente**

Carlos Carmo Andrade Melles

**Diretor Técnico**

Bruno Quick

**Diretor de Administração e Finanças**

Eduardo Diogo

**Unidade de Gestão de Soluções**

Diego Demetrio

**Coordenação**

Luciana Macedo de Almeida

**Autor**

LAURI TADEU CORREA MARTINS

**Projeto Gráfico**

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

[www.staffart.com.br](http://www.staffart.com.br)

## Sumário

1. ....	1
2. Mercado .....	2
3. ....	2
4. ....	3
5. Estrutura .....	4
6. Pessoal .....	4
7. Equipamentos .....	5
8. ....	6
9. ....	7
10. ....	7
11. ....	8
12. Investimento .....	9
13. ....	10
14. Custos .....	11
15. ....	12
16. ....	12
17. ....	13
18. Eventos .....	14
19. ....	15
20. ....	16
21. ....	16
22. ....	16
23. ....	17
24. ....	18

## 1.

*Peixes coloridos e de tamanhos variados decoram aquários e pequenos lagos em residências, restaurantes, hotéis e clínicas.*

A criação de peixes ornamentais é um segmento da aquicultura voltado para a produção de peixes coloridos e, normalmente de pequeno porte, destinados ao povoamento de aquários e pequenos lagos de função paisagística. Os egípcios foram os primeiros a colocar peixes em grandes tanques de vidro, passando horas a observar o comportamento desses animais. Marco Pólo, no século XIII, relatou que os chineses tinham esse hábito de criar peixes em tanques de vidro. Hábito este que passou a ser comum na Europa Ocidental apenas a partir do século XVI e era realizado com técnicas rudimentares. No ano de 1868, M. Simon, cônsul da França em Ningpo, trouxe da China para Paris alguns peixes ornamentais chamados peixes-do-paráiso, os quais entregou a Pierre Corbonnier, que após árduo trabalho, conseguiu a reprodução da espécie em cativeiro. Foi a partir da descoberta da energia elétrica, no século XX, que a aquariofilia começou realmente a se desenvolver. Historicamente, o chinês Chang Chi En Tê, é considerado como o “pai” da aquariofilia. Ele escreveu, em 1596, um “manual prático” sobre peixes dourados denominado “Chu Sha Jou PøU”, que significa: Livro dos peixes dourados.

Atualmente a obra mais completa sobre aquariofilia, pertence a Willian ThortonInnes, denominada “Exotic Aquarium Fishes”. Hoje, é uma leitura obrigatória para quem esteja interessado a conhecer sobre aquariofilia.

A aquariofilia começou no Brasil em 1922. A primeira atividade foi durante uma “Exposição da Independência”, realizada em pavilhões construídos pelo Governo Federal. Nesta exposição, os japoneses apresentaram em seu pavilhão, aquários ornamentais imitando os existentes nos jardins japoneses. O pioneiro da piscicultura ornamental brasileira foi Shigueiti Takase, que chegou ao Brasil em 1926, trazendo peixes ornamentais da Ásia para procriá-los em Petrópolis-RJ.

Durante anos, ter um aquário em casa era sinônimo de uma bola de vidro com um peixe dourado dentro, fazendo o possível para sobreviver a contínuas mudanças de água e a uma dieta de migalhas de pão. Hoje a realidade é outra. O aquário passou a ser entendido como uma forma de recriar um espaço da natureza dentro de casa, com finalidades educativas, recreativas e de preservação, onde se busca reproduzir, o mais fielmente possível, o habitat de origem da espécie criada.

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

## 2. Mercado

Os maiores mercados internacionais de peixes ornamentais são o Japão, a Europa (principalmente a Alemanha e a Holanda) e os Estados Unidos. Em termos globais, o comércio mundial de peixes ornamentais excede US\$ 1 bilhão (revista Panorama da Aqüicultura, maio/junho 2001). Nos Estados Unidos, uma em cada três residências possui aquário. No Japão, de cada duas residências, uma tem aquário. Dá para imaginar o imenso potencial do comércio internacional de peixes ornamentais.

No Brasil, o mercado de aquarismo começou a crescer na década de 70 e hoje se apresenta com mais de 500 mil aquários e 1800 criatórios espalhados pelo país, sendo que a maioria está localizada na região sudeste. Cerca de 80% a 90% dos praticantes do aquarismo são pessoas que se intitulam amadoras, sem grande conhecimento das suas características e os demais 10% a 20% são compostos por aquaristas mais qualificados, mais técnicos e mais esclarecidos. Os consumidores de peixes ornamentais são fieis e pertencem a uma faixa etária mais elevada, permitindo-lhes manter os custos do hobby. O negócio de peixes ornamentais vende bem durante todo o ano, e incorpora um amplo espectro de consumidores de ambos os sexos. A experiência mostra que os homens apresentam maior preferência por peixes exóticos de água salgada e as mulheres preferem mais os de água doce, porque são mais fáceis de serem tratados. Já foi o tempo em que o aquarismo era predominantemente preferido por consumidores do sexo masculino. Há um mercado especializado também para empresas como: restaurantes, hotéis, clínicas, e etc.

## 3.

A localização da loja de peixes ornamentais é fator muito importante para o negócio. A loja deve estar localizada em ruas de grande fluxo de pessoas e veículos, como grandes avenidas e cruzamentos, para onde fluem pessoas de diversas regiões da cidade. É necessário identificar os "pólos geradores de público", geralmente formados por supermercados, hipermercados, agências bancárias, instituições de serviço público municipal, estadual e federal, terminais de ônibus e/ou metrô, parques, clubes, hospitais, maternidades e outros que podem ser identificados na região. Outro aspecto fundamental é a visibilidade, ou seja, os clientes, ao se movimentarem em uma avenida, devem identificar facilmente a loja. Como os clientes saem da loja com aquários e objetos pesados, é muito importante a existência de estacionamento para clientes no local. No momento da escolha do imóvel é relevante atentar para os seguintes fatores:

a) Certifique-se de que o imóvel em questão atende as suas necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança - se é atendido por serviços de água, luz, esgoto, telefone etc.;

- b) Tratando-se de imóvel alugado, negocie o valor do aluguel, data de pagamento, prazo de locação e demais cláusulas com o locador, na forma e condições compatíveis com o empreendimento, considerando o tempo de retorno do investimento.
- c) Cuidado com imóveis situados em locais sem ventilação, úmidos, sujeitos a inundações ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito;
- d) Verifique se o imóvel está legalizado e regularizado junto aos órgãos públicos municipais que possam interferir ou impedir sua futura atividade;
- e) Confira a planta do imóvel aprovada pela Prefeitura, e veja se não houve nenhuma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área primitiva, que deverá estar devidamente regularizada.

## 4.

A atividade não exige uma legislação específica. Para providenciar o processo de abertura da empresa, é necessário contratar um contador profissional para legalizar a empresa nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Prefeitura Municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal em que a empresa se enquadra (é obrigatório o recolhimento da Contribuição Sindical Patronal por ocasião da constituição da empresa e até o dia 31 de janeiro de cada ano);
- Caixa Econômica Federal, para cadastramento no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Corpo de Bombeiros Militar. Além do cumprimento das exigências anteriores, é necessário pesquisar na Prefeitura Municipal se a Lei de Zoneamento permite a instalação de loja de peixes ornamentais no local.

O Sebrae local poderá ser consultado para orientação.

## 5. Estrutura

A estrutura de uma loja de peixes ornamentais é composta basicamente pelas seguintes áreas:

- Um show room para exposição de aquários montados;
- Balcão para atendimento dos pedidos;
- Serviço de caixa e expedição das mercadorias;
- Área para acesso e circulação de clientes e
- Espaço para exposição dos peixes e demais itens a serem comercializados, um pequeno escritório para administração;
- Banheiro para clientes e funcionários

Entretanto, é importante também considerar o perfil do cliente que será alvo do negócio e a linha de produtos que será colocada à venda, para definir o tamanho da loja e as instalações.

## 6. Pessoal

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento. Para uma loja de peixes ornamentais pode-se começar com dois empregados para o atendimento e manutenção dos peixes. A atividade de caixa pode ser executada pelo empresário ou por um dos atendentes por ele designado. O empresário e os atendentes devem gostar da atividade e conhecer vários detalhes como a montagem de aquários, comportamento dos peixes, utilização dos equipamentos, tratamento e diagnóstico de doenças, qualidade da água, alimentação e iluminação. Frequentar cursos, pesquisar através de livros e da Internet e conversar com outros profissionais, são estratégias de atualização fundamentais para o sucesso do negócio. As indústrias e fornecedores de itens para lojas de peixes ornamentais, preocupados com a qualidade do atendimento, estão investindo na capacitação de profissionais e empresários do segmento. O atendimento personalizado e qualificado é um item que merece a maior atenção do empresário, procurando-se a manutenção e fidelização da clientela. Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores no Comércio, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, conseqüências desagradáveis.

O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e o treinamento adequado.

## 7. Equipamentos

São necessários os seguintes móveis e equipamentos para se montar uma loja de peixes ornamentais:

- um microcomputador completo;
- uma impressora;
- uma linha telefônica;
- uma impressora de cupom fiscal;
- gaveteiro para guardar dinheiro, cheques e tickets de cartões de débito e crédito;
- equipamento para recebimento através de cartões de débito e crédito;
- aquários com dimensões variadas;
- aquecedores com termostato;
- bombas para oxigenação;
- compressores de ar;
- filtros biológicos;
- pedras e plantas ornamentais;
- maternidades (pequenos aquários onde a fêmea é colocada antes de ter a sua cria, para evitar canibalismo, existente em algumas espécies);
- balcão;
- mesas, cadeiras, armários e utensílios de escritório;
- veículo utilitário (a critério do empreendedor).

## 8.

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho: Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques. Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento. Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão. Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

### MERCADORIAS PARA VENDA EM LOJA DE PEIXES ORNAMENTAIS

Algicida Aquários, Terrário e Móveis Aquecedor e Termostato Carvão Ativado e Resinas Filtrantes.

Enfeites-Plantas Artificiais Filtros e Bombas Lâmpadas e Eletrônicos Livros, revistas e vídeos

Rações

Refil

Espanja

Peças de Reposição Remédios e Testes Sal Sintético Sistemas de CO2 Skimmer / UV Substrato e Adubos para Plantas

Suplementos

Vitaminas Condicionadores

Peixes Marinhos: Angel, Anões, Anthias, Butterfly, Cardinal, Clownfishes, Corais e Invertebrados, Damsel, Gobies e Blennies, Hawkfish Hogfish (Bodianus), Lionfishes, Pseudocromis, Rabbit (Familia Fox Face), Tangs, Tridacnas, Wrasses,

Peixes Água Doce:

Anabantídeos, Arraias, Asiáticos, Cascudos e corydoras, Ciclídeos, Disco e Bandeiras

Nacionais / Importados Peixes primitivos e outros Plantas Naturais Tetra, Vivíparos, Invertebrados e outros

## 9.

O processo produtivo de uma loja de peixes ornamentais deve seguir o seguinte roteiro:

Compras - levantamento das necessidades de compras de mercadorias; contato com os fornecedores, para emissão dos pedidos de compras.

Organização diária da loja – o empreendedor deve coordenar a organização de sua loja. Esta atividade deve ser desenvolvida por seus atendentes. Dentro desta operação deve ser incluída a alimentação dos peixes.

Atendimento aos clientes – o empresário e os atendentes devem estar preparados, para dar um atendimento com conteúdo a todos os clientes da loja. Lembrando sempre que estes clientes, via de regra são pessoas que estão começando um novo hobby e necessitam de muito apoio, com relação a conhecimento, na hora da decisão da compra. Para tanto é fundamental que os envolvidos no atendimento, busquem sempre muito conhecimento sobre aquarofilia e que estes sejam sempre atualizados.

Estudos de campanhas de divulgação da loja – o empreendedor deve pensar estratégias de vendas, para trazer os clientes para sua loja. Trabalhar sempre dentro de sua realidade de custos.

## 10.

Há no mercado uma boa oferta de sistemas para gerenciamento de lojas de peixes ornamentais. Para uma produtividade adequada, devem ser adquiridos sistemas que integrem as compras, as vendas e o financeiro. Os softwares possibilitam o:

- Controle dos estoques;
- Cadastro de clientes;
- Serviço de mala-direta para clientes e potenciais clientes;

- Controle de estoque de produtos;
- Cadastro de móveis e equipamentos;
- Controle de contas a pagar e a receber;
- Módulo de compras;
- Cadastro de fornecedores,
- Folha de pagamento;
- Fluxo de caixa;
- Fechamento de caixa

Uma pequena loja deve-se ter um software com custo acessível e compatível com o porte do negócio.

## 11.

Segundo a enciclopédia livre Wikipédia, no marketing, a distribuição ("praça") é um dos elementos do composto de marketing (marketing mix) derivado do inglês "place" ou "placement".

A distribuição compreende as atividades necessárias para que a oferta comercializada pela empresa fique acessível ao seu mercado consumidor. A distribuição preocupa-se e refere-se à logística e aos canais através dos quais o produto chega aos clientes.

Ocorre que o termo canais de distribuição ou marketing foi durante muito tempo considerado apenas mais um dos componentes do composto mercadológico, juntamente com produto, preço e promoção. Com as mudanças ocorridas nos últimos anos em termos de crescimento do poder dos distribuidores, avanços tecnológicos, necessidade de sustentação de uma vantagem competitiva, entre outros fatores, a distribuição passou a ser vista como o maior meio de se conseguir um avanço e crescimento no mercado.

Neste sentido, os canais de distribuição vêm ganhando cada vez mais importância no meio empresarial e suas estruturas evoluem em termos de formatos e alternativas mais criativas e inovadoras. Com o aumento da concorrência nos diferentes mercados, ter uma estratégia de canais de distribuição bem planejada corresponde a ter os produtos nas prateleiras e conseqüentemente participação no mercado.

As estruturas dos canais variam de acordo com o ramo da empresa, a localização,

tamanho de mercado, entre outras variáveis. Quanto maior o grau de serviços que o produto exige, maior tende a serem os níveis de intermediários utilizados e a distância com o consumidor final. No caso de um empreendimento inicial, o canal de distribuição de uma LOJA DE PEIXES ORNAMENTAIS é único e direto com o cliente.

## 12. Investimento

O tamanho do investimento em um negócio de uma LOJA DE PEIXES ORNAMENTAIS dependerá do projeto do empreendedor. O ideal é que o empreendedor busque ajuda junto ao SEBRAE, para elaborar um PLANO DE NEGÓCIO, antes de dar qualquer passo nos seus projetos, pois todo negócio tem que ser estudado para não vir a sucumbir prematuramente. Caso o empreendedor deseje ter uma visão preliminar antes de partir para a elaboração do PLANO DE NEGÓCIO, basta que o mesmo realize uma boa Pesquisa de Mercado. Se o candidato a empreendedor já atuou no ramo de “Loja de Peixes Ornamentais”, como empresário ou como empregado, não pense que já sabe tudo. Visite o maior número de lojas que puder, converse com os proprietários e empregados faça amizade com o maior número possível de empresários, troque idéias, confira as diferentes percepções sobre o mercado, as dificuldades inerentes ao negócio. Não deixe também de pesquisar em sites da internet, como o SEBRAE ([www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)), os quais poderão auxiliá-lo em sua pesquisa.

Somente assim, o futuro empresário terá uma visão com relação a toda a complexidade do negócio e assim poder prever o tamanho do valor a ser investido.

Deverão ser relacionadas como INVESTIMENTOS, as despesas com: imóvel (aluguel ou compra); instalações (todos os móveis e máquinas), equipamentos, contratações de serviços e de empregados, treinamentos, documentações para legalização da empresa e o montante do valor relativo ao Capital de giro. Para facilitar o estudo preliminar, elaboramos no quadro abaixo, uma simulação de valores referentes ao investimento, o qual servirá para orientar a pesquisa do empreendedor. Lembramos que os dados inseridos no mesmo são meramente ilustrativos.

INVESTIMENTO NO PROJETO - Estudo Preliminar (Os valores são simbólicos)

Invest. em Instalações - 10.000,00

Investimento em Equip. e Software - 3.000,00

Investimento em veículos

Material de consumo e utensílios - 500,00

Gastos c/ abertura e inauguração--2.000,00

Reserva p/ gastos não previstos--2.000,00

Compra mercadorias - 10.000,00

Reserva p/ Cap.de giro.-17.000,00

## 13.

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. O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa.

Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão. No caso de uma loja de peixes ornamentais, o empresário deve reservar em torno de 30% do total do investimento inicial para o capital de giro.

## 14. Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no processo de produção. O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, produção e venda de produtos ou serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio. O empresário deve ter contato com o produtor para conhecer o ambiente e as características dos peixes que serão adquiridos, para evitar o custo com tratamento e a perda dos peixes adquiridos. É preciso investir em equipamentos e instalações para ter sempre a oxigenação, iluminação e aquecimento adequados para evitar as doenças, evitando grandes perdas. Para facilitar o entendimento e para futuros estudos preliminares sobre os custos mensais para a operacionalização de uma LOJA DE PEIXES ORNAMENTAIS, foi elaborado como exemplo, um quadro contendo uma simulação deste estudo. Lembramos que os dados inseridos no mesmo são meramente ilustrativos.

### CUSTOS MENSAIS

Salários e encargos - 4.000,00

Tributos, impostos, contribuições e taxas - 2.000,00

Aluguel, segurança - 2.000,00

Água, luz, telefone e acesso a Internet - 1.000,00

Merc. p/ higiene e limpeza da empresa e funcionários - 200,00

Recursos para manutenções corretivas - 400,00

Assessoria contábil - 500,00

Propaganda e publicidade da empresa - 500,00

TOTAL - 10.600,00

## 15.

O relacionamento entre o cliente e a loja de peixes ornamentais é um importante fator de agregação de valor. O cliente necessita de consultoria quanto às características de cada peixe, os cuidados necessários para a sua manutenção, alimentação e sobrevivência. Oferecer cursos, manuais, folhetos e consultoria personalizada é fator de fidelidade do cliente por maior período de tempo. A diversificação também se dá pela oferta de outros serviços como: manutenção de aquários a domicílio, projetos e montagens de aquários, construção e manutenção de lagos, hospital de peixes, hotel de peixes, etc. Novidades são itens muito interessantes para chamar a atenção do cliente, tais como: peixes raros, importados e curiosos, equipamentos que melhoram o sistema de filtragem, aquários com formatos diferenciados e design moderno, suprimentos para manutenção da qualidade da água, alimentos super Premium, etc; A grande variação nos itens do estoque com o objetivo de atender às mais diversas expectativas do cliente são fatores que proporcionam a procura constante de clientes novos e antigos. A linha de produtos deverá ser planejada de acordo com as características da clientela e os seus hábitos de consumo. É importante pesquisar junto aos concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas com o objetivo de proporcionar ao cliente um produto diferenciado. Além disso, conversar com os clientes atuais para identificar suas expectativas é muito importante para o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os atuais clientes, além de cativar novos.

## 16.

Os meios para divulgação de uma loja de peixes ornamentais variam de acordo com o porte e o público-alvo escolhido. Para um empreendimento de pequeno porte, pode ser usada a distribuição de pequenos informativos junto aos clientes que procuram a loja. Outras alternativas são os anúncios em jornais de bairro e propaganda em rádio. Uma forma de divulgação é procurar colégios frequentados por alunos de bom nível salarial e participar de eventos distribuindo gratuitamente um peixe para cada aluno que esteja acompanhado dos seus pais, juntamente com um folheto da loja com informações básicas sobre aquarismo. É um investimento baixo e o retorno geralmente é bom. A divulgação através de site na internet deve ser considerada, pois o acesso de pessoas à rede cresce permanentemente e em larga escala. Na medida do interesse e das possibilidades, poderão ser utilizados anúncios em jornais de grande circulação, revistas e outdoor. Se for de interesse do empreendedor, um profissional de marketing e comunicação poderá ser contratado para desenvolver campanha específica. Outra opção de divulgação que está sendo muito usada é a internet. O empreendedor deve procurar um profissional ou uma empresa especializada para desenvolver um site de sua empresa. Após a criação da mesma, buscar a divulgação da mesma nos sites de busca.

## 17.

O segmento de LOJA DE PEIXES ORNAMENTAIS, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 4789-0/04 como atividade de comércio varejista de animais de estimação vivos para criação doméstica, 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 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 (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>):

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).

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

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

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá

optar pelo regime denominado de MEI (Microempreendedor Individual) . Para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/resolucao/2011/CGSN/Resol94.htm>). Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

I) Sem empregado

- 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária do empreendedor;
- R\$ 1,00 mensais de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias;

II) Com um empregado: (o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um salário mínimo ou piso da categoria)

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

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

Havendo receita excedente ao limite permitido superior a 20% o MEI terá seu empreendimento incluído no sistema SIMPLES NACIONAL.

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

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

## 18. Eventos

Feira Internacional de Produtos e Serviços para a Linha Pet e Veterinária Evento anual. Local: Transamérica Expo Center – São Paulo-SP (11) 4613-2014

[www.petsa.com.br](http://www.petsa.com.br)

## 19.

Associação Brasileira de Criação dos Organismos Aquáticos – ABRACOA Av.  
Francisco Matarazzo, 455 – Parque de Água Branca – São Paulo-SP

(11) 3672-8274

[www.abracoa.kit.net](http://www.abracoa.kit.net)

Centro de Tecnologia em Aqüicultura e Meio Ambiente – CTA Rua Tereza Zanoni  
Caser, 385 – Pontal de Camburi - Vitória-ES CEP 29062-070

(27) 3345-4222

<http://www.cta-es.com.br/>

IBAMA – Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e Recursos Naturais

Av. SCEN trecho 2 - ed sede – Brasília -DF CEP 70818-900

(61) 3316-1212

[www.ibama.gov.br](http://www.ibama.gov.br)

Centro de Aqüicultura da Universidade Estadual Paulista – UNESP Via de Acesso Prof.  
Paulo Donato Castelane, s/n – Jaboticabal-SP Cep 14884-900

(16) 3203-2110

[www.caunesp.unesp.br](http://www.caunesp.unesp.br)

INSTITUTO DE PESCA Atendimento a usuários

Telefones: (011) 3871-7530 e 3871-7569;

E-mail: [antoniosimoies@sp.gov.br](mailto:antoniosimoies@sp.gov.br)

<http://www.pesca.sp.gov.br/default.php>

Procurar na localidade: Sindicato dos lojistas do comércio.

## 20.

Não existem normas técnicas aplicáveis a este segmento empresarial.

## 21.

Aquarismo ou aquariofilia: é a técnica de criar peixes, plantas e outros organismos aquáticos, geralmente em caixas de vidro, acrílico ou plástico, aquários, para fim decorativo ou de estudo, o que diferencia da piscicultura ou aqüicultura que tem a finalidade de produção

Pseudocromis - São peixes marinhos, também conhecidos como dottybacks, possuem um colorido brilhante e podem chegar até 7,5cm de comprimento. São muito resistentes e se adaptam bem à vida no aquário. Alimentam-se de plancton, pequenos crustáceos, vermes e aceitam bem rações industrializadas. Anabantídeos – Família de peixes teleosteos, labirintiformes

Ciclídeos – ou Cichlidae é uma família de peixes de água doce da ordem Perciformes que inclui cerca de 105 géneros e 1900 espécies. Os ciclídeos representam a maior família de peixes (em termos de número) e cerca de 5% dos vertebrados existentes na Terra.

Vivíparos – Segundo a enciclopédia eletrônica Wikipédia, em biologia, designam-se como vivíparos os animais cujo embrião se desenvolve dentro do corpo da mãe, numa placenta que lhe fornece nutrientes necessários ao seu desenvolvimento e retira os produtos de excreção. São vivíparos a maior parte dos mamíferos e alguns peixes, répteis, anfíbios e insetos.

## 22.

Ricardo Assunção, autor do Livro Aquarismo de Verdade (2001), Consultor de Apoio aos novos lojistas da Associação de Aquariofilia do Brasil (Rio de Janeiro/RJ), proprietário da Betta Aquarium - Aquarismo de Verdade (Barbacena/MG) e editor no Guia de Aquarismo no Projeto Sobre Sites, explica e dá dicas para iniciar a venda de peixes:

1-A primeira preocupação é montar uma bateria de aquários, que deve ser atraente e de fácil manuseio, pois será utilizada durante todo o dia;

2-Outro ponto fundamental é dar total atenção à qualidade dos peixes e produtos;

3-"Informação ao cliente é primordial. Deve-se ter sempre em mente que não se ganha dinheiro com a morte de peixes na casa do cliente pelo contrário, perde-se e muito.

4-É fundamental também vender peixes compatíveis;

5-Se o lojista não tem conhecimento sobre o assunto, o fracasso será certo, portanto o mesmo deve procurar estudar muito sobre o hobby aquarismo, por ele será a base de orientação de sua empresa para seus clientes, que serão os novos aquaristas.

## 23.

O empreendedor envolvido com atividades relacionadas a venda de peixes ornamentais precisa adequar-se a um perfil que o mantenha na vanguarda do setor. Deve possuir o gosto pela leitura, pesquisa sobre o negócio. Enfim o mesmo deve gostar e muito de aquarismo.

Além disso, existem outras características importantes que o empreendedor deve possuir, para enfrentar os desafios de um empreendimento:

Capacidade de assumir riscos (calculados) – Isto quer dizer, não ter medo de desafios, arriscar conscientemente. Calcular com detalhes (PLANO DE NEGÓCIOS) as chances de o empreendimento ser um sucesso.

Senso de oportunidade – Enxergar oportunidade, onde as outras pessoas só vêm ameaças. Aprender com os erros dos outros empresários, evitando assim perdas de tempo e dinheiro.

Conhecimento do ramo – conhecer muito bem o ramo que escolheu. Preferencialmente que trabalhe no mesmo ou tenha trabalhado. Caso não seja possível, faça muitas pesquisas, muitas visitas aos concorrentes. Não economize neste quesito, pois mais tarde você será recompensado.

Organização – Ser organizado, compreender que os resultados positivos virão em consequência da aplicação dos recursos disponíveis, conforme o planejamento do empreendimento. Não permitir desvios exagerados em relação ao planejado. Caso identifique falhas no percurso, buscar a correção com muita rapidez.

Iniciativa e disposição – Ser pró-ativo, buscar novidades para seu negócio, dar sempre o primeiro passo, não esperar pelos outros.

Pesquisar novos caminhos, estar sempre atento com as novidades do mercado, de uma forma geral.

Liderança – Ser uma pessoa que todos gostem de trabalhar com você, em função de

seu espírito de liderança; respeitando a cada um, trazendo todos os funcionários ao seu lado e nunca abaixo de você.

Faça um trabalho de equipe; delegue autoridade, mas acompanhe.

Defina metas e cobre com responsabilidade.

Otimista e auto motivado – Não importa o tamanho dos problemas que enfrentará no andamento de seu empreendimento. O que importa é que todos os dias, o empreendedor precisa buscar dentro de si o otimismo, a auto-motivação, pois agindo assim, sua equipe nunca esmorecerá e a vitória virá com certeza.

## 24.

AIUB, George Wilson et al. Plano de Negócios: serviços. 2. ed. Porto Alegre: Sebrae, 2000.

BARBOSA, Mônica de Barros; LIMA, Carlos Eduardo de. A Cartilha do Ponto Comercial: Como escolher o lugar certo para o sucesso do seu negócio. São Paulo: Clío Editora, 2004.

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. Dominando os Desafios do Empreendedor. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2004.

COSTA, Nelson Pereira. Marketing para Empreendedores: um guia para montar e manter um negócio. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

DAUD, Miguel; RABELLO, Walter. Marketing de Varejo: Como incrementar resultados com a prestação de Serviços. São Paulo: Artmed Editora, 2006.

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luisa. 14. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999. KOTLER, Philip. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

SEBRAE-DF. Loja de Aquários e Peixes Ornamentais – Série Ponto de Partida Para Início de Negócio. Belo Horizonte: SEBRAE-MG. SILVA, José Pereira. Análise Financeira das Empresas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

### ABRINDO UMA LOJA DE AQUÁRIOS E PEIXES ORNAMENTAIS

Artigo escrito por: Ricardo Assunção - ricardo@barbacena.com.br Disponível em: <http://www.portalnetuno.kit.net/sexoes/artigos/montandoloja.htwww.aquarismodeverdade.com.br> Acesso em: 29 out. 2010.