



ideias de
negócios

Como montar uma loja de produtos agropecuários



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

Paulo Cesar Rezende Carvalho Alvim

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

www.staffart.com.br

Sumário

1.	1
2. Mercado	2
3.	4
4.	6
5. Estrutura	7
6. Pessoal	9
7. Equipamentos	12
8.	12
9.	14
10.	16
11.	19
12. Investimento	20
13.	23
14. Custos	24
15.	26
16.	28
17.	30
18. Eventos	32
19.	33
20.	34
21.	35
22.	36
23.	37
24.	39
25.	40
26.	41

Sumário

27.	43
28.	44

1.

Dispõe de equipamentos, ferramentas e acessórios utilizados por produtores rurais e pecuaristas, bem como artigos para cuidados de animais domésticos.

O agronegócio é sem dúvida um dos setores mais importantes para a economia do Brasil. O clima diversificado, a grande quantidade de água doce disponível e a qualidade do solo contribuem para o promissor cenário da agropecuária, que abrange não apenas o plantio e a criação em pastos. A comercialização de produtos do segmento acompanha a expansão e se configura como uma boa oportunidade de negócio rentável.

Os dados positivos do agronegócio despertam o interesse em muitos empreendedores, que desejam atuar com loja de produtos agropecuários.

As lojas agropecuárias são muito tradicionais no mercado brasileiro, pois o objetivo principal dessas lojas é atender aquelas pessoas que irão cultivar produtos no campo, que necessitam de equipamentos para trabalhar e precisam suprir uma determinada necessidade na zona rural.

Mesmo sendo um setor de alta representatividade, montar uma loja de produtos agropecuários requer vários cuidados, como qualquer outro negócio.

Antes de qualquer decisão o empreendedor deverá estudar o mercado para saber se existem mesmo pessoas interessadas nessa área, pois de nada adianta montar uma loja agropecuária em uma região onde não existe atividade relacionada ao setor.

As lojas agropecuárias encontram espaço para crescimento, seja na área rural ou nas grandes cidades. Por ser um setor que abrange muitas subáreas, a lista de artigos que podem ser comercializados é bem grande, tais como:

- Fertilizantes, adubos e produtos para plantio
- Defensivos agrícolas;
- Medicamentos para animais de pequeno e médio porte
- Rações e alimentos para animais
- Medicamentos veterinários e produtos sanitários
- Mudas e sementes
- Material de irrigação

- Material de plasticultura
- Acessórios de montaria
- Peças e equipamentos para meios de transporte utilizados no agronegócio
- Produtos para prevenção e controle de pragas
- Produtos para a limpeza de animais

Para as lojas que estão inseridas na zona urbana, uma possibilidade é também trabalhar com a venda de produtos que geralmente são comercializados em pet shops. O mercado de animais domésticos mostra grande ascensão no país. Por isso, alimentos, brinquedos e acessórios para gatos, cachorros e aves que costumam viver em residências são muito procurados, mesmo em lojas agropecuárias.

O empreendedor que deseja atuar com loja de produtos agropecuários, precisa estar atendo ao ciclo de vendas de produtos. A sazonalidade pode ser um fator de risco para este tipo de negócio. A diversificação de produtos pode ajudar a manter o equilíbrio das vendas em todos os períodos do ano.

O empreendedor que atua na cadeia de agronegócios, precisa entender os três termos utilizado pelo segmento:

1

Antes da porteira

Este termo faz referência a tudo que é necessário à produção agrícola, mas não está na fazenda. É aquilo que o produtor rural precisa comprar para produzir: todos os insumos (máquinas, defensivos químicos, fertilizantes, sementes, frota, etc.)

2

Dentro da porteira

Este termo é tudo o que se refere à produção – plantio, manejo, colheita, beneficiamento, manutenção de máquinas, armazenamento dos insumos, descarte de embalagens de agrotóxicos e mão de obra.

3

Depois da porteira

Termo usa para referenciar à armazenagem e distribuição, incluindo a logística. Montar e gerir uma loja de produtos agropecuários é a oportunidade de participar de um setor que responde por um em cada três reais gerados no país e que representa hoje a principal locomotiva da economia brasileira.

2. Mercado

Conhecer o mercado é um dos fatores determinantes para o sucesso do empreendedor que deseja atuar no **comercio de produtos agropecuários**.

Todas as decisões, estratégias, gerenciamento de vendas e até mesmo ações de marketing estão diretamente ligas ao conhecimento do mercado de atuação. Portanto, quanto mais conhecer o mercado, a expectativa do consumidor, a qualidade dos serviços e produtos, melhor será o desempenho do negócio.

· **Cenário**

Segundo o Censo Agropecuário do IBGE de 2018, as áreas de unidades rurais aumentaram em 5,8% em 10 anos. O Brasil tem mais de 5 milhões de estabelecimentos rurais de acordo com o censo.

Segundo a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) de 2018, o segmento de insumos do agronegócio apresentou alta de 1,33% em dezembro, acumulando expressivo crescimento de 12,40% em 2018. Verificou-se desempenhos positivos tanto para os insumos agrícolas (de 1,56% em dezembro e de 16,36% no ano) como no ramo pecuário (de 0,89% no mês e de 4,99% em 2018). Considerando-se informações disponíveis até dezembro/18, o ano de 2018 fechou com altas no faturamento de todas as atividades do segmento: de 27,04% para indústrias de fertilizantes, de 7,30% nas de defensivos, de 8,53% nas de máquinas agrícolas, de 6,06% para rações e de 1,66% em medicamentos para animais.

· **Expectativas**

No ano de 2019, o agronegócio brasileiro iniciou com perspectivas otimistas, projetando um crescimento de 2% do PIB em relação a 2018. Para os próximos anos a expectativa é de manutenção do crescimento do agronegócio no Brasil, sendo que o Brasil ainda possui 40% de terra agricultável não explorada, conforme dados do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e da Confederação Nacional da Agricultura (CNA)

Distribuição do mercado de agronegócios.

Segundo pesquisas da ANDAV em 2019, os distribuidores de insumos acreditam no crescimento do segmento e afirmam expandir os negócios nos próximos anos.

· **Distribuição do agronegócio no Brasil**

Com território de 851,487 milhões de hectares (ha), o Brasil tem um total de 5.073.324 estabelecimentos agropecuários, que ocupam uma área total de 351,289 milhões de ha, ou seja, cerca de 41% da área total do país.

Participação no mercado

O setor de agronegócios representa mais de 30% do PIB, sendo que os negócios pré-porteira representam cerca de 6% do total produzido pelo setor.

Embora exista certa competição nas regiões produtoras tradicionais, a constante abertura de novas fronteiras agrícolas no país faz da comercialização de insumos agrícolas no Brasil uma atividade próspera.

Perfil do consumidor

Mesmo o grande produtor que pode comprar direto dos fabricantes, por diversas razões, sejam elas relacionadas à distância, escala de compra ou urgência no consumo, a grande maioria busca uma loja varejista para adquirir peças, acessórios e manutenção para suas máquinas, e até equipamentos novos de pequeno porte (debulhadores, secadores, descascadores, trituradores, peneiras, separadores etc.), de sementes, fertilizantes e defensivos agrícolas (inseticidas, fungicidas, herbicidas, acaricidas e outros), rações, além de outros produtos de apoio à atividade agropecuária.

Nicho de mercado

Com o crescimento dos municípios, chácaras e expansão das fronteiras agrícolas, um nicho que esta se tornando um boa oportunidade de negócio, são as lojas de bairro. São lojas sediadas nos bairros distantes da área central, voltadas ao atendimento prioritário de pequenos produtores rurais, sítiantes e ruralistas de finais de semana. Estas lojas podem oferecer produtos relacionados aos cuidados com pets, animais domésticos, montaria, manutenção de piscinas e jardins, dentre outros produtos, além dos relacionados à agricultura, principalmente produção de alimentos, frutas, e flores.

O importante é ter em mente que este é um setor que vive da venda tanto de equipamentos, ferramentas e acessórios, como também de miudezas, funcionando como uma verdadeira “loja de conveniências para o proprietário rural”.

3.

A localização da **loja de produtos agropecuários**, é um dos pontos mais importantes. Ela influencia diretamente nos resultados e é por isso que a decisão exige muito planejamento. Pesquisas do SEBRAE, demonstram que 8% das empresas brasileiras fecham nos primeiros 4 anos de funcionamento, devido à má escolha do local de instalação.

A localização ideal é aquela que favorece o acesso dos clientes, com o menor grau possível de dificuldade. Priorizar locais perto de regiões rurais, onde exista grande concentração de sítios e chácaras, também pode ser uma boa opção.

Confira algumas dicas para fazer a melhor escolha para montar sua **loja de produtos agropecuários**:

· **Ponto comercial central**

Para quem deseja optar pelos centros comerciais é importante estar atento as áreas que mais favorecem este segmento de negócio. A visibilidade nos grandes centros é um ponto importante para converter público passante em consumidores potenciais.

· **Loja de produtos agropecuários no bairro**

Com o crescimento das cidades, os bairros estão ficando cada vez mais independentes e com características próprias. Esta tendência pode ser uma opção interessante para montar uma loja de bairro. Mesmo sendo em bairros mais distantes é fundamental escolher o melhor local do bairro, com boa visibilidade, com alto fluxo de potenciais consumidores e de fácil acesso.

Seja uma loja de bairro ou em área central, a localização do empreendimento deve atender algumas necessidades básicas:

- Facilidade de acesso para clientes e funcionários
- Facilidade de estacionamento
- Grande fluxo de veículos
- Proximidade de estações e pontos de transporte coletivo
- Infraestrutura de serviços (restaurantes, farmácias, bancos)
- Segurança da região
- Infraestrutura de serviços públicos (Bombeiros, Polícia, Hospital, Correio)
- Verificar se o local não está sujeito a inundações ou próximo a áreas de risco
- Disponibilidade dos serviços de água, luz, telefone e internet
- Serviços de recolhimento de lixo
- Preço de aluguel
- Qualidade dos imóveis disponíveis
- Influência da concorrência na região

Cuidados!

Confira orientações para você não se arrepende 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;
- Analise a legislação do município antes de qualquer decisão.

A localização tem um papel importante para os negócios, então, antes de qualquer decisão é fundamental analisar todos os aspectos para evitar erros ou gastos desnecessários. Para conhecer mais detalhes sobre a localização, acesse **Como escolher a melhor localização para o seu negócio**

4.

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 no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- - Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o “Habite-se” pela prefeitura.
- - Alvará de licença da Vigilância Sanitária

Informações Gerais:

Para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento.

É necessário observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo **Código de Defesa do Consumidor (CDC)**

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, com isto, todo o fluxo será 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 está 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

Em uma loja de **produtos agropecuários**, assim como em todos os negócios de vendas, um dos grandes diferenciais é o atendimento ao clientes e isso é resultado de uma equipe treinada e qualificada.

A equipe de uma pequena **loja de produtos agropecuários**, 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 pode 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
- Evidenciar ética profissional
- 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.

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.

Para o empreendedor de uma **loja de produtos agropecuários**, é muito importante a gestão de estoques. O objetivo da gestão de estoque é encontrar o ponto de equilíbrio entre a oferta e a demanda, de forma que não haja a incidência de custos adicionais que impactem no lucro da empresa.

Para tanto é preciso que o empresário exerça um contínuo acompanhamento dos estoques para mantê-los no nível ótimo de estocagem. Esse controle pode ser realizado por meio de alguns indicadores de desempenho, dentre eles:

Giro dos estoques

Giro dos estoques: é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado por meio das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado.

Nota:

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

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 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 de entrega dos produtos na sede da empresa.

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. Aquelas com menor saída podem ficar guardadas nas áreas superiores das prateleiras. Outra forma de estocar as peças é proceder à separação dos produtos por marcas e fornecedores.

- **Controle posições vazias e peças obsoletas**

Vale destacar que o gerenciamento dos espaços vazios é um processo contínuo, tendo em vista que são áreas perdidas, razão pela qual as áreas em questão devem ser utilizadas para a estocagem de produtos mais novos ou de maior utilização. 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 para prazo de validade e garantia, razão pela qual deve-se sempre cuidar para que os prazos de vencimento não sejam extrapolados, redundando em prejuízos ao empresário.

· **Realização periódica de inventários**

A realização de inventários periódicos é imprescindível para que o empresário tenha o controle dos estoques, de forma que saiba que produto deverá ser repostado 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 produtos agropecuários**. Assim, o empreendedor deve conhecer o perfil de sua clientela de forma a escolher artigos com alto giro de estoque e que não tragam custos adicionais de estocagem.

9.

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.

O processo produtivo é contínuo, e não se encerra com a venda ao consumidor. O pós-vendas fornece informações para o planejamento de compras e informações para a 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. Nessa etapa tudo o que será feito merece a atenção, tentar reduzir ao máximo os riscos, as incertezas e possíveis problemas futuros.

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 Mercadorias
- Catalogação e Armazenamento

Prospecção de clientes

Analisar os cenários, estudar o perfil do público alvo, conhecer a sua localização, seus hábitos e principalmente descobrir o que influencia na decisão de compra de seus produtos ou serviços

Fase 2 – Atividade fim

Abordagem/Atendimento

Nesta etapa é fundamental criar vínculo, para que as conversas futuras sejam produtivas. Os vendedores deverão estar em locais estratégicos, preferencialmente com um uniforme da loja e com crachá de identificação

Entender as necessidades do cliente

Chegou o momento de ser mais técnico e extrair de forma profissional as informações que irão direcionar as etapas seguintes do processo de vendas. Mais importante que somente conhecer as necessidades é fundamental avaliar os benefícios que seus produtos ou serviços irão proporcionar ao cliente

Apresentar os benefícios e vantagens

Esta etapa faz parte do novo modelo de trabalho, onde o vendedor passa a fazer o papel de um consultor, apresentando os benefícios e vantagens ao cliente. Nesta etapa ganha-se o perde a venda

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, entregas e todo o processo necessário para que o produto ou serviço chegue ao cliente com a qualidade desejada

Conclusão/Fechamento

Ao cumprir todas as etapas anteriores o fechamento é uma consequência, mas se ainda existe 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

Fase 3 – Pós venda

Fidelização do cliente

O fechamento da venda não sinaliza o final do interesse da loja pelo cliente. Pelo contrário, o contato da loja após o fechamento da venda é valorizado pelo cliente, que pode passar valiosas informações sobre sua experiência.

O fechamento da venda não sinaliza o final do interesse da loja pelo cliente. Pelo

contrário, o contato da loja após o fechamento da venda é valorizado pelo cliente, que pode passar valiosas informações sobre sua experiência.

O varejista deve estar sempre atento a continuar prestando bons serviços em situações de pós-venda. Os compradores atuais podem multiplicar os negócios com a loja pela indicação de novos clientes, ou mesmo pela realização de novas compras.

Nota:

Além dos processos organizacionais de vendas, uma **loja agrícola**, também possui os processos de administração, finanças e gestão de recursos humanos, o que compreende dentre outras atividades:

- Controle sobre as receitas e recebimentos
- Controle de caixa (incluindo controle de cheque pré-datado)
- Controle de conta bancária / extratos e saldos conciliados com o banco)
- Controle de contas a receber e cobrança
- Controle das contas a pagar 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 estas etapas, buscando sempre novas informações, colocando a satisfação do cliente como foco, as oportunidades de negócios serão exitosas e conseguirá ótimas experiências em sua **loja de produtos agropecuários**.

10.

Hoje 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 baixíssimo investimento 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 **loja 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
- Organização de compras e contas a pagar
- Redução de custos

Além desses controles fundamentais para gestão da **loja de produtos agropecuários**, a automação garante outras vantagens:

• **Em relação 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.

• **Quanto ao 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.

• **Em relação ao planejamento estratégico**

A capacidade de gerar relatórios, permitindo que se proceda à 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.

- **No que concerne ao 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.

- **Em relação à 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.

- **Quanto à segurança dos dados**

Os processos de uma empresa geram uma grande quantidade de dados. Não obstante a maior ou menor relevância das informações, essas 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
- Emissão de relatórios gerenciais confiáveis
- 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, conseguira aprimorar e acelerar todo o processo produtivo, trazendo benefícios ao cliente e a sua **loja de produtos agropecuários**.

11.

No caso de uma **loja de produtos agrícolas** os canais de distribuição têm como principal objetivo garantir a distribuição do produto para os clientes.

Os canais de distribuição, 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 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 desta 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, veja:

- 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.

Atualmente os canais de distribuição contam com a ajuda dos multicanais de comunicação (Wase, WhatsApp, facebook etc) para potencializar, agilizar e dar segurança a distribuição de seus produtos e serviços.

É importante que o empresário acompanhe todo o processo de entrega e cumpra os prazos divulgados. Pois entende-se que este processo seja importante para dar agilidade, segurança e credibilidade nas entregas das mercadorias no domicílio dos compradores.

12. Investimento

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. Mas no geral esta estrutura está dividida nos seguintes grupos:

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

A título de exemplo nos basearemos em uma **Loja de 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 novembro/2019.

Mobiliário – Loja e estoque

01

Balcão

R\$ 2.000,00

R\$ 2.000,00

01

Balcão Caixa

R\$ 400,00

R\$ 400,00

01

Cadeira caixa alta

R\$ 200,00

R\$ 200,00

03

Gôndolas de centro expositores

R\$ 1.400,00

R\$ 4.200,00

05

Prateleiras

R\$ 1.300,00

R\$ 6.500,00

01

Vitrine

R\$ 400,00

R\$ 400,00

02

Prateleira para estoque

R\$ 1.300,00

R\$ 2.600,00

02

Carro plataforma de carga – 300 kg

R\$ 370,00

R\$ 740,00

02

Balança plataforma digital 150 Kg

R\$ 300,00

R\$ 600,00

Mobiliário e Equipamento – Área Administrativa

01

Desktop / Notebook

R\$ 1.200,00

R\$ 1.200,00

01

Impressora Multifuncional

R\$ 1.100,00
R\$ 1.100,00
02
Mesas
R\$ 300,00
R\$ 600,00
06
Cadeiras para escritório
R\$ 200,00
R\$ 1.200,00
01
Arquivo madeira
R\$ 460,00
R\$ 460,00
02
Aparelhos telefônicos
R\$ 100,00
R\$ 200,00

Softwares (licenças)

R\$ 1.000,00
TOTAL DE INVESTIMENTO
R\$ 23.400,00
Nota:

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

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

13.

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

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

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

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

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

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

De uma forma simples é receber primeiro e pagar depois.

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

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

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

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

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

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

14. Custos

É chegada a hora de entendermos os custos envolvidos em uma **Loja de 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 a medida que os negócios cresçam um novo planejamento se faz necessário e em consequência a estrutura e os custos aqui apresentados, devem ser repensados e estruturados conforme o seu Plano de Negócios.

Apresentamos abaixo um exemplo de custos fixos 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\$ 4.500,00

Aluguel, segurança, IPTU

R\$ 1.200,00

Luz, telefone e acesso à internet

R\$ 800,00

Manutenção de software

R\$ 100,00

Produtos para higiene e limpeza da empresa e funcionários

R\$ 100,00

Contador

R\$ 900,00

Propaganda e publicidade da empresa

R\$ 200,00

Total

R\$ 7.800,00

* A quantidade de funcionários está relacionada ao tamanho da Loja. Para amenizar os custos iniciais com folha de pagamento, convém optar pela contratação de uma equipe enxuta. Para este exemplo a equipe é formada por 2 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 **Loja de Produtos agropecuários** e elaborar e seguir um bom planejamento.

15.

O empreendedor que atua com **loja agrícola**, 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 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.

·

- **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.

• **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 qualquer negócio os empreendedores de **lojas de produtos agropecuários** precisam estar atentos as novidades do mercado, ouvir seus clientes e sempre oferecer o que há de melhor no segmento.

16.

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 pode ser realizada 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.

.

- **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 a internet e aos multicanais de comunicação. Invista em WhatsApp, Facebook e outras mídias para levar seus serviços até o cliente.

.

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 na redes sócias. 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.

As informações fiscais e tributárias serão diferenciadas em decorrência da 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 e a empresa realmente obteve no período de apuração, ajustado pelas adições, exclusões ou compensações estabelecidas em nossa legislação tributária. Este sistema é o mais complexo, mas poderá ser mais vantajoso em comparação com lucro presumido e por isso, deverá ser bem avaliado por um contador. As alíquotas para este tipo de tributação são:

IRPJ - 15%.

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

CSLL - 9%.

determinada nas mesmas condições do IRPJ;

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

PIS - 1,65%

sobre a receita bruta total, compensável;

COFINS - 7,65%

sobre a receita bruta total, compensável.

Incidem também sobre a receita bruta o imposto estadual:

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

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

- **INSS - Valor devido pela Empresa** - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;
- **INSS - Autônomos** - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11% da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos, observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS).
- **RAT** – Risco de Ambiente do Trabalho – de 1% a 3% sobre a folha de pagamento de salários dependendo do grau de risco da atividade econômica, recolhida junto com a guia de INSS.
- **INSS Terceiros** – Contribuições Sociais recolhidas junto com a guia de INSS, calculada sobre a folha de pagamento com alíquota entre 0,8% a 7,7% dependendo da atividade econômica, destinadas aos serviços sociais e de formação profissional tais como: SESI, SESC, SENAI, SEBRAE, Incra, dentre outros.
- **FGTS** – Fundo de Garantia por tempo de serviço, incide sobre o valor da folha de salários a alíquota de 8%.

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

18. Eventos

Antes de tudo, feiras e eventos são momentos dedicados ao encontro. Nesses locais, você tem a oportunidade de conhecer novos clientes, e tem a oportunidade de 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.

Selecionamos alguns dos eventos importantes deste 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.

Os principais eventos do setor são os seguintes:

- **Agrishow – Feira de tecnologia agrícola**

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

- **Tecnoshow – Feiras 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/>

A melhor opção para conhecer os eventos do setor é consultar com os fornecedores, distribuições e parceiros do negócio.

19.

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 visibilidade que o seu negócio precisa e saber como atender o seu potencial cliente.

Conhecer as principais entidades do setor é fundamental para se manter informado e atualizado e ter o amparo necessário nessas situações e nas mais complexas.

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.

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. Não obstante, podem estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar, classificações ou terminologias e glossários. Definir a maneira de medir ou determinar as características, como métodos de ensaio. 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 direta 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.

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.

O empreendedor de **loja produtos agropecuários** que investir em boa administração com técnicas inovadoras pode garantir grandes oportunidades de negócios. A dedicação ao negócio 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 o 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 presentes no mercado. Com vendedores com bastante conhecimento, eles se tornam autoridade no assunto, e vender mais na loja agropecuária fica muito mais fácil.

- **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, cumprimento de prazos e ações estratégicas para prospectar e fidelizar clientes

- **Investir no cross selling**

O objetivo é 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 esta em evidencia no segmento.

- **Inove com ações**

Sua **loja produtos agropecuários**, precisa estar na mente do consumidor não somente pelos produtos, mas também pelos serviços e ações que são desenvolvidas 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 pratica todos os itens destacados, isso permitirá maior velocidade nas decisões, reduzirá as possibilidades de erro e com certeza aumentará as chances de sucesso.

23.

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 evidencia 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 com perfil das 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 exigidos algumas competências:

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

Um empreendedor "saberá aprender o que for necessário para a criação, desenvolvimento e realização de sua visão". (DOLABELA, 1999 p. 70). Considerando-se esta afirmativa, percebe-se em qualquer área que se deseje atuar é preciso estar disposto a aprender. Para aumentar as chances de sucesso é fundamental que o empreendedor desenvolva as competências e habilidades relacionadas ao negócio.

24.

- 10 PASSOS para abrir uma loja agropecuária. **Agrownegocios**, 2015. Disponível em: <<http://agrownegocios.com.br/blog/revendas/10-passos-para-abrir-uma-loja-agropecuaria>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2019..
- 10 PASSOS para abrir uma loja agropecuária. **Agrownegocios**, 2015. Disponível em: <<http://agrownegocios.com.br/blog/revendas/10-passos-para-abrir-uma-loja-agropecuaria>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2019.
- 5 DICAS para vender mais na loja agropecuária. **Falamart**, 2018. Disponível em: <<https://www.falamart.com.br/vender-mais-na-loja-agropecuaria/>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2019.
- 9 DICAS para aumentar a venda de produtos agrícolas em sua loja. **Belgobekaert**, 2018. Disponível em: <<https://blog.belgobekaert.com.br/agro/9-dicas-para-aumentar-a-venda-de-produtos-agricolas-em-sua-loja/>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2019.
- AJUSTE preços de produtos agrícolas na sua loja agropecuária sem perder clientes. **Agrownegocios**, 2015. Disponível em: <<http://agrownegocios.com.br/blog/revendas/ajuste-precos-de-produtos-agricolas>>

perder-clientes>. Acesso em: 11 de dezembro de 2019.

- CENSO Agropecuário: Brasil tem 5 milhões de estabelecimentos rurais. **Agenciabrasil**, 2019. Disponível em:<<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-10/censo-agropecuário-brasil-tem-5-milhoes-de-estabelecimentos-rurais>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2019.
- COMO montar uma agropecuária. **Egestor**, 2017. Disponível em:<<https://blog.egestor.com.br/como-montar-uma-agropecuaria/>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2019.
- COMO montar uma loja agropecuária. **Montarumnegocio**, 2016. Disponível em Disponível em:<<https://www.montarumnegocio.com/como-montar-uma-loja-agropecuaria/>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2019.
- MIORI, Paola. Perspectivas do agronegócio brasileiro em 2019. **Aegro**, 2019. Disponível em:<<https://blog.aegro.com.br/perspectivas-do-agronegocio-brasileiro-2019/>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2019.
- OPORTUNIDADE de negócios com produtos agropecuários. 2014. **Sebrae**, Disponível em:<<https://respostas.sebrae.com.br/oportunidade-de-negocios-com-produtos-agropecuarios/>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2019.
- PRODUTO Interno Bruto (PIB) do agronegócio termina estável em 2018. **Cnabrazil**, 2018. Disponível em:<<https://www.cnabrazil.org.br/boletins/pib-do-agronegocio-termina-2018-estavel>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2019.
- TOMADA de decisão certa: expectativas do mercado para a safra 2019/20. **Aegro**, 2019. Disponível em:<<https://blog.aegro.com.br/safra-2019-20/>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2019.
- VENDAS de insumos agropecuários crescem R\$ 6 bilhões no Brasil. 2019. **Revistagloborural**, Disponível em:<<https://revistagloborural.globo.com/Noticias/Economia/noticia/2019/08/vendas-de-insumos-agropecuarios-crescem-r-6-bilhoes-no-brasil.html>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2019.
- VINICIUS Gonçalves. Como Montar Uma Casa De Produtos Agropecuários. **Novonegocio**, 2013. Disponível em Disponível em:<<https://novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/como-montar-uma-casa-de-produtos-agropecuarios/>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2019.

25.

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>

26.

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.

27.

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>

28.

- **ABAG – Associação Brasileira do Agronegócio**

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

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

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