

LOJA DE FRIOS E LATICÍNIOS

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia: terciário
Ramo de Atividade: comércio
Tipo de Negócio: loja de frios e laticínios
Investimento inicial: 30mil reais
Área: 40m²

APRESENTAÇÃO

A loja de frios e laticínios comercializa basicamente iguarias da gastronomia fina, tais como: massas, conservas, compotas, molhos, patês, alimentos semi-prontos, queijos, presuntos, carnes processadas.

O delicado perfume do azeite extra-virgem combina com o sabor luxuriante das carnes e patês e com os mais deliciosos queijos. Uma loja de frios pode ser facilmente comparada a uma delicatessen, que tem o requinte como sua marca principal.

A loja é composta de produtos que estão associados mais ao prazer do que às necessidades humanas. São alimentos de alta qualidade e paladar sofisticado

MERCADO

O consumidor do produto em questão é o cliente de classe média e média alta, que opta por um alimento mais saboroso, de fácil preparo e versátil, podendo compor desde dietas alimentares até pratos mais elaborados.

A concorrência é grande e acirrada, principalmente por parte dos supermercados, para enfrentar tal concorrência a diversificação na oferta dos produtos e serviços se faz fundamental. Mas lembre-se: o concorrente tem muito a ajudar. Visite-os e verifique tudo: qualidade, quais são os produtos que oferecem, preços, horário de funcionamento, número de empregados, tipo de instalação e principalmente o grau de satisfação dos clientes.

O mercado fornecedor deve ser contatado antes de abrir a loja. Geralmente as fábricas de embutidos e os laticínios, mantêm representantes em praticamente todas as cidades de médio e grande porte do país. O melhor para os proprietários das lojas de frios, é adquirir alimentos junto a esses representantes, que normalmente concedem algum desconto para os clientes assíduos.

LOCALIZAÇÃO

Deve-se evitar a constituição do negócio nas proximidades de grandes supermercados, pois os mesmos, por possuírem estrutura de comercialização ampla, representam uma concorrência muito forte para o empreendedor que estiver começando a conquistar sua clientela.

A escolha do local e do espaço físico necessário para instalar seu negócio é uma decisão muito importante para o sucesso do empreendimento. O local deve oferecer uma infra-estrutura necessária para sua instalação e ainda propiciar o seu crescimento, ter acesso fácil para os clientes e ser um ponto de vendas atrativo.

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. A consulta de local junto à Prefeitura é o primeiro passo para avaliar a implantação de sua loja. Na Prefeitura de Vitória o PDU é fornecido a partir de consulta no site.

ESTRUTURA

É importante criar um ambiente que seja funcional, ou seja, deve-se contar com áreas distintas para vendas e estoques. Um espaço de 40m² é suficiente para a loja.

EQUIPAMENTOS

Os equipamentos básicos são:

- Balcões para atendimento;
- Freezer's, balcões frigoríficos, cortadores de frios, balanças eletrônicas, geladeiras;
- Móveis e equipamentos para escritório (computadores, telefone, fax, mesas, cadeiras, etc.), etc.

INVESTIMENTOS

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento e do quantitativo de que dispõe o investidor. Considerando uma loja de pequeno porte, montada numa área de 40m², será necessário um investimento de R\$30mil aproximadamente.

Obs.: os valores apresentados são indicativos e servem de base para o empresário decidir se vale ou não a pena aprofundar a análise de investimento.

Investindo em INFORMATIZAÇÃO

Uma empresa informatizada tem grandes chances de sair na frente do concorrente. Além de facilitar os processos, garantem a segurança na tomada de decisões, melhora a produtividade e diminui os gastos.

Escolha um projeto abrangente que atenda toda a empresa, desde o gerenciamento de conteúdo para websites, até os controles administrativos (financeiro, estoque, caixa, cadastro de clientes, etc.), passando pela automação inclusive: caixas eletrônicas, impressoras para preenchimento automático de cheques, código de barras nos produtos, etc.

Existem no mercado atualmente, três grandes grupos de softwares: SGE Sistema de Gestão Empresarial; SGC Sistema de Gerenciamento de Clientes e Básicos. Eles podem ser encontrados nas empresas especializadas ou na Internet, através dos sistemas disponibilizados nas Provedoras de Serviços de Software (ASP - application service provider).

PESSOAL

A loja pode iniciar as atividades com três empregados. É necessário que tanto o proprietário como os funcionários sejam bem informados com relação ao ramo para poderem conquistar cada vez mais a clientela e torná-la fiel.

PROCESSOS PRODUTIVOS

No início, a empresa pode trabalhar com uma linha básica de queijos (prato, muzzarella, fresco, parmesão) e de frios (presunto, apresetado, patês, salaminho, salame, mortadela, salsicha). Depois, o empresário pode agregar outras linhas de produtos, principalmente, em cidades de pouca densidade populacional, com o objetivo de atingir um público mais variado.

A medida que a clientela aumenta, o empresário perceberá a necessidade de diversificar a oferta de mercadorias, incluindo congelados, doces, bebidas e enlatados.

A instalação de um pequeno comércio de frios e laticínios apresenta vantagens e riscos.

As vantagens são: prazo de retorno rápido (entre seis meses a um ano), necessidade de uma pequena área para a instalação da loja e facilidade para diversificar a linha dos produtos, com oferta de conservas e bebidas.

Os riscos são: sazonalidade dos derivados de leite, conservação de produtos perecíveis, concorrência com supermercados e dificuldade de negociação com fornecedores.

DIVULGAÇÃO

O ditado popular diz que a propaganda é a alma do negócio, devemos nos preocupar em comunicar sobre nossos serviços tanto com os clientes externos quanto com os internos que no caso são seus próprios funcionários.

Você precisa atingir os consumidores e garantir as vendas, para isso deverá planejar o seu marketing, obtendo uma noção realista dos custos de seus serviços, adaptando e otimizando os recursos para melhor posicionar os seus serviços, motivando os consumidores e estruturando sua comercialização de modo a atingir seu mercado-alvo com sucesso. O marketing deve ser contínuo e sistemático.

Num plano de marketing é importante o conhecimento de elementos como preço, produto (serviço), ponto (localização) e promoção. Avaliar os desejos e necessidades de seus clientes ou usuários em relação a funções, finanças, facilidade, feeling e futuro.

DIVERSIFICAÇÃO

O sucesso deste tipo de empresa está ligado, sem dúvida, ao bom atendimento, à variedade de itens, à qualidade aliada ao preço razoável e à localização.

Alguns fatores que devem ser levados em consideração por parte do empreendedor, para manter o empreendimento:

- A manutenção de um sistema adequado de compras e estocagem será a garantia da sustentação deste negócio em função de "pericubilidade" de muitos itens;
- Ter um horário de funcionamento personalizado pode ser o diferenciador definitivo que direcionará o cliente na hora de decidir pela compra.

NOTÍCIAS

Fique sempre atento aos noticiários, programas de televisão, revistas específicas, jornais (cadernos especiais), etc., pois estes são meios de manter-se atualizado quanto às novidades da sua área de atuação.

CURSOS E TREINAMENTOS

Boas Práticas de Higiene e Manipulação de Alimentos

Carga horária: 12 horas

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2077, Bento Ferreira

Vitória/ES

CEP: 29052-121

Tel.: 3325-8222 - 3325-8311

<http://www.es.senac.br>

EVENTOS

ACAPS - Convenção Capixaba de Supermercados

Periodicidade: anual

Local: Pavilhão de Carapina – Serra/ES

Organização: ACAPS – Associação Capixaba de Supermercados

Tel.: 3324-3599

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

FISPAL Food Service

Feira Internacional de Produtos e Serviços para Alimentação

Periodicidade: anual

Local: Anhembi – São Paulo/SP

Informações: tel.: (011) 5694-2666
E-mail: telemarketing@fispal.com
Organização: FISPAL - Agência Internacional Privada de Desenvolvimento do Mercado de Alimentos.
Rua Ministro Nelson Hungria, 239 - cj. 04
Real Parque - São Paulo/SP
CEP: 05690-050
Tel.: (011) 3759-7090
Fax (011) 3759-7185
E-mail: falecom@fispal.com

FISPAL NORDESTE

Informações: tel.: (011) 5694-2666
E-mail: telemarketing@fispal.com
Organização: FISPAL - Agência Internacional Privada de Desenvolvimento do Mercado de Alimentos.
Rua Ministro Nelson Hungria, 239 - cj. 04
Real Parque - São Paulo/SP
CEP: 05690-050
Tel.: (011) 3759-7090
Fax (011) 3759-7185
E-mail: falecom@fispal.com

FIPAN

Organização: Seven Promoções e Propaganda
Rua Frei Caneca, 91 - 9º andar
São Paulo/SP
CEP: 01307-001
Tel.: (11) 3159-4223
E-mail: seven@sevenbr.com.br
<http://www.fipan.com.br>

LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

É interessante fazer uma consulta à "CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA", que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES.

Essa atividade exige o conhecimento de algumas leis:

- Lei nº. 6.080/2003 – Código de Posturas e Atividades Urbanas do Município de Vitória.
- Lei nº. 8.078/1990 - Código de Defesa do Consumidor.
- Boas Práticas (BP) - são procedimentos que devem ser adotados por serviços de alimentação, a fim de garantir a qualidade higiênico-sanitária e a conformidade destes produtos com a legislação vigente.
- RDC 216/04 tem como objetivos: proteger a saúde da população, aperfeiçoar as ações de controle sanitário e proporcionar a melhoria das condições higiênico-sanitárias dos alimentos preparados.
- Resolução de Diretoria Colegiada - RDC Nº. 216/2004 - dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação.
- Lei Municipal nº. 4742/98. Dispõe sobre horário de funcionamento dos estabelecimentos prestadores de serviços, comerciais e industriais no município de Vitória.
- Decreto-Lei nº. 986/69. Institui Normas Básicas sobre Alimentos.

REGISTRO ESPECIAL

Para registrar sua empresa você precisa de um contador. Profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxilia-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. Além disso, ele é conhecedor da legislação tributária à qual está

subordinada a nossa produção e comercialização. Mas, na hora de escolher tal prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais qualificados, que tenha boa reputação no mercado e melhor que seja indicado por alguém que já tenha estabelecido com ele uma relação de trabalho.

Para legalizar a empresa é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições:

- Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar a sua loja para fazer a consulta de local;
- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Fazenda;
- Registro na Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
- Registro no INSS;
- Registro no Sindicato 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".
- Adequar as instalações de acordo com o Código Sanitário (especificações legais sobre a condições físicas). Em âmbito federal a fiscalização cabe a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, estadual e municipal fica a cargo das Secretarias Estadual e Municipal de Saúde.

ENTIDADES

Sindicato da Ind. de Alimentos Congelados e Supercongelados de São Paulo

Av. Brigadeiro Faria Lima, 1478 - 2º andar - cj. 205

São Paulo/SP

CEP: 01451-001

Tel.: (011) 3816-3816

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

PROCON – VITÓRIA

Casa do Cidadão João Luiz Barone

Av. Maruípe, nº. 2544 - Itararé

Vitória/ES

CEP: 29.045-230

Tel.: (0xx27) 3382-5545

<http://www.vitoria.es.gov.br/procon/procon.htm>

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433

Praia do Canto - Vitória/ES

CEP: 29045-401

Tel.: (027) 3135-3167

<http://www.jucerja.rj.gov.br> - Site do Estado do Rio de Janeiro.

PREFEITURA DE VITÓRIA

SEDEC – DCOPP – Secretaria de Desenvolvimento Urbano

Rua Vitória Nunes da Mota, 220, CIAC, Ed. Ítalo Batan Regis

Enseada do Suá – Vitória/ES

CEP: 29010-331

Tel.: (0xx27) 3135-1097

<http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL

Rua Pietrângelo de Biase, nº. 56, Centro

Vitória/ES

Tel.: 3322-0711 e 146

SECRETARIA DE ESTADO DA FAZENDA DO ESPÍRITO SANTO

Rua Duque de Caxias, no. 105

Centro – Vitória/ES
CEP: 29010-000
Tels.: (027) 3380-3771
FAX: (027) 3380-3772
E-mail: crrvitoria@sefa.es.gov.br
<http://www.sefaz.es.gov.br>

PREFEITURA DE VITÓRIA

SEMUS - Sec. Municipal de Saúde – Vigilância Sanitária do Município de Vitória.
Av. Mal. Mascarenhas de Moraes, 1185
Forte São João – Vitória/ES
CEP: 29010-331
Tel.: (027) 3132-5047 / 3132-5044 / 3132-5045
<http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

FORNECEDORES E FABRICANTES

ACIMAO – Máquinas e Equipamentos

Av. Expedito Garcia, 21
Campo Grande - Cariacica/ES
CEP: 29146-201
Tel.: (027) 3346-5111
Av. Alexandre Buaiz, 321
Ilha do Príncipe - Vitória/ES
CEP: 29020-300
Tel.: (027) 3220-2844
E-mail: acimaq@acimaq.com.br
<http://www.acimaq.com.br>

Defrio Máquinas Comerciais Ltda

Av. Paraná, 1975
São Geraldo – Porto Alegre/RS
Tel.: (051) 3337-0733
E-mail: defrio@defrio.com.br
<http://www.defrio.com.br/>

Alfa Refrigeração

Av. Carlos Lindenberg, 6551 – Cobilândia
Vila Velha/ES
CEP: 29112-000
Tel.: (027) 3326-2118

Romagna – Máquina e Equipamentos

Rua Alvaro Pedro Miranda, lojas 4 / 8 – Campo Grande
Cariacica/ES
CEP: 29146-350
Tel.: (027) 3336-6367

Perdigão

Rod. BR 101 Norte, KM 265 - Laranjeiras
CEP: 29.160-970
Serra/ES
Tel.: (027) 3328-0411 / 3338-2296
<http://www.perdigao.com.br>

Sadia

Av. Civit II, s/n - Laranjeiras
Serra/ES

CEP: 29165-680
Tel.: (027) 3328-2333
<http://www.sadia.com.br>

BIBLIOGRAFIA

- SEBRAE/SP. Comércio de Frios e Laticínios. São Paulo: Sebrae/SP, 1997. 40p.
- ANGELES, Patsy Doris. Como montar uma casa de frios e laticínios?. São Paulo: Folha de São Paulo, 20/08/95.
- CASA de frios. Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios. São Paulo, n. 80, Set./95, p.53.
- Aiub, George Wilson. Plano de Negócios: Serviços./George Wilson Aiub, Nadir Andreolla, Rogério Della Fávera Allegretti. 2.ed – porto Alegre : SEBRAE, 2000
- Site:
<http://www.cozinhonet.com.br>
<http://www.perdigao.com.br>

ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO

UCE – Unidade de Capacitação Empresarial - SEBRAE/ES

Data de atualização: Agosto de 2006.