

LOJA DE PRODUTOS NATURAIS E SUPLEMENTOS ALIMENTARES

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia: terciário

Ramo de Atividade: comércio

Tipo de Negócio: loja de produtos naturais e suplementos alimentares

Produtos Ofertados/Produzidos: alimentos orgânicos, cereais, chás, ervas encapsuladas, cosméticos naturais, produtos fitoterápicos, óleos essenciais, anabolizantes naturais, barras nutricionais, energéticos e repositores, vitaminas e minerais, dentre outros.

Investimento inicial: R\$ 65 mil

Área: 50 m²

APRESENTAÇÃO

A preocupação com a saúde, o bem-estar e o culto ao corpo têm levado um número cada vez maior de pessoas a tentar reeducar os hábitos alimentares. Modismos à parte, a tendência é de que aumente na mesma proporção a procura por alimentos orgânicos, aqueles produzidos sem agrotóxicos, e as comidas com baixo teor de gordura e sem açúcar. Some-se a isso, ainda, o grande interesse do público pelos cosméticos à base de plantas medicinais e pelos assuntos esotéricos. Eis aí uma combinação de fatores que pode render bons lucros e que justifica a implantação de uma Loja de Produtos Naturais.

Interessadas em saúde, mais e mais pessoas procuram produtos orgânicos, elevando as vendas do segmento em 20% ao ano.

O alimento orgânico surgiu, dentre outras funções, da necessidade de se fornecer alimentos isentos de contaminação química e de transformações biológicas artificialmente provocadas, que alterassem seu sabor, cor e qualidades originais.

Além de atender a esse objetivo, que por si já justificariam a produção de alimentos orgânicos, há outro fator muito atrativo para agricultores, indústrias alimentícias, atacadistas e varejistas: a lucratividade.

MERCADO

Esse é um mercado em franca expansão. Dados indicam tratar-se de uma tendência que vem se fortalecendo em todos os países, inclusive no Brasil.

Um indicador é o crescimento anual da ordem de 20% nas vendas de produtos orgânicos detectado nos últimos anos pelo Instituto Biodinâmico (IBD), entidade privada voltada para o desenvolvimento desse segmento econômico.

Também é enorme o potencial do mercado de suplementos alimentares, considerando que apenas 8% dos frequentadores de academias de ginástica no país utilizam compostos vitamínicos como suplementos alimentares.

Apesar das estatísticas serem favoráveis, é necessário cautela, pois este é um segmento cujo desempenho depende das camadas de renda mais elevada e com cultura que valorize uma alimentação saudável, isenta de elementos químicos.

Para quem vai atuar nesse comércio, é aconselhável olhar atentamente para o que acontece na Europa e nos Estados Unidos, onde a atividade é marcada por clientes cada vez mais exigentes. Nessas regiões, a competitividade crescente impõe maior qualidade à oferta.

Apesar de ser apenas 400, o número estimado de lojas em todo o país, a disputa pelos clientes é igualmente acirrada. É que lojas assim atraem frequentadores bem

informados. E eles não hesitam em buscar novidades no concorrente. Contar com um fornecedor idôneo, de qualidade e que se preocupe em transmitir conhecimentos sobre os produtos é fundamental para que o negócio dê certo. Isso também ajudará a criar um atendimento diferenciado na loja. Como boa parte dos produtos vendidos na loja é perecível, recomenda-se ainda que dêem preferência aos fornecedores mais próximos.

LOCALIZAÇÃO

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 infra-estrutura adequada e condições que propiciem o seu desenvolvimento. É fundamental avaliar a facilidade do acesso a partir do perfil de sua clientela, uma vez que não adianta oferecer amplo estacionamento e estar longe de pontos de ônibus se este é o meio de transporte predominantemente utilizado por eles.

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 de produtos naturais.

Uma dica é escolher um ponto comercial perto de academias de ginástica. São nestes locais que se encontram os principais consumidores de suplementos alimentares.

Na Prefeitura de Vitória o PDU é fornecido a partir de consulta no site.

ESTRUTURA

Quem está no ramo garante que é possível iniciar uma loja de produtos naturais numa área de 50 m², que será distribuída entre o escritório, estoque e loja.

Você deverá considerar o layout interno (ambiente, decoração, facilidade de movimentação, luminosidade, entre outros) e o externo (vitruinas, fachada, letreiros, entrada e saída, estacionamento, entre outros) da sua empresa.

EQUIPAMENTOS

Os equipamentos implementados dependerão substancialmente a estrutura que vai ser montada. Vai variar de acordo com o processo e mecanismo de trabalho adotado. Um projeto básico certamente contará com:

- Prateleiras
- Expositores de vidro
- Móveis e Utensílios
- Emissora de cupom fiscal
- Telefone
- Fax
- Computador
- Impressora
- Máquina de suco (no caso de mini-lanchonete conjugada)
- Liquidificador (no caso de mini-lanchonete conjugada)
- Estufa (no caso de mini-lanchonete conjugada)

INVESTIMENTOS

O investimento inicial gira em torno de R\$ 65 mil, sendo a maior parte desse recurso investido em mercadorias e materiais como balcões e prateleiras.

O investimento abrange as instalações, estoque de produtos, despesas de abertura

da empresa e reserva de segurança.

Investindo em AUTOMAÇÃO

Uma tendência cada vez mais presente nas empresas que buscam o sucesso é automatizar as diversas atividades desenvolvidas. A automação melhora o dinamismo dos serviços oferecidos, reduzindo filas, tempo de espera, agilizando a emissão de notas fiscais, entre outros. Existem muitas opções que possibilitam essa facilidade: caixas eletrônicas isoladas ou integradas, impressoras para preenchimento automático de cheques, impressoras de notas fiscais nos caixas, código de barras nos produtos, banco de dados sobre cada produto ou serviço e cadastro de clientes.

Investigue de que forma a adoção de um equipamento dessa natureza pode ser capaz de incrementar seus lucros.

PESSOAL

Na hora de selecionar as pessoas que irão trabalhar na sua empresa, você deve levar em consideração as habilidades específicas exigidas para cada tipo de atividade que desenvolverão. É fundamental que empregue mão-de-obra qualificada, que na maioria dos casos não se encontra pronta no mercado, tendo assim, que formá-la usando as diversas opções de treinamento. Na área de vendas, saber ouvir, ter boa vontade, ser persistente e flexibilidade, são mais relevantes.

Mas existem características que são comuns a profissionais de todas as áreas: pessoas felizes com a vida, criativas, ágeis, prestativas e que tenham iniciativa. Essas características podem ser desenvolvidas através de treinamentos periódicos, lembrando que não só os funcionários e gerentes devem ser treinados, mas também, o dono do empreendimento deve sempre se atualizar para se manter competitivo no mercado.

PROCESSOS PRODUTIVOS

Uma loja de produtos naturais e suplementos alimentares vende desde alimentos orgânicos, cosméticos, suplementos alimentares a uma infinidade de produtos destinados à melhora da qualidade de vida dos clientes.

Nesse tipo de negócio, há formatos para todos os gostos. Muitos estabelecimentos estão estruturados apenas para vender produtos, o que inclui hortifrutigranjeiros, frutas secas, chás, sucos, grãos, massas integrais, matinais, artigos esotéricos, complementos alimentares para atletas e produtos para diabéticos, entre uma infinidade de outros. Vendem-se ainda acessórios de bazar, como travesseiros recheados com ervas, objetos para massagem, pequenas guloseimas e livros.

Em outros formatos, a principal fonte de receita são os produtos fitoterápicos. O maior atrativo para o comerciante, nesse caso, é a boa lucratividade. Quem planeja incluí-los em suas prateleiras deve, no entanto, estudar muito bem a legislação. Há muita polêmica, por exemplo, sobre a necessidade de se manter um farmacêutico na loja para esse tipo de venda.

Uma outra modalidade de negócio, nesse segmento, são os restaurantes incorporados às lojas. Só a oferta desse novo serviço pode aumentar o faturamento em 15%, afirmam empresários do ramo.

Além de conhecer a procedência das mercadorias, o iniciante precisa se precaver quanto à regularidade no abastecimento. Podem ocorrer interrupções, pois a maioria dos fornecedores produz em pequena escala. Às vezes, ao fazer uma grande venda para um supermercado, acabam ficando sem condições de abastecer os clientes menores. O risco é maior em relação às verduras e legumes orgânicos. Uma saída é procurar informação nas associações de produtores desse tipo de alimento. Elas existem em várias regiões do país.

Quem pretende incluir produtos desse gênero no seu mix deve saber ainda que eles têm de ser certificados, de modo a comprovar que não contêm resíduos químicos.

Verduras e legumes são apenas alguns dos orgânicos que uma loja especializada pode oferecer. Dennis Ditchfield, presidente do Instituto Biodinâmico (IBD), uma das entidades certificadoras no país, lembra que em 1991 existia apenas um café orgânico certificado no Brasil. E, ainda assim, por exigência dos importadores da Europa. Hoje, só o IBD já certificou pelo menos outros 30 produtos.

Em qualquer desses formatos, podem-se comercializar suplementos alimentares. Seu uso vem sendo extensamente utilizado com o objetivo de corrigir as falhas na alimentação já que são uma maneira prática, simples e eficiente de dar ao organismo todas as vitaminas, macro e micronutrientes que ele precisa para se manter forte e saudável.

O grande procura pelos suplementos alimentares vêm de atletas e pessoas que praticam qualquer atividade física regularmente, já que esse tipo de atividade estimula o organismo a consumir ainda mais os nutrientes e vitaminas que ingerimos.

Mas atenção: os suplementos alimentares devem ter registro no Ministério da Saúde. No Brasil é proibida a venda de suplementos alimentares sem o respectivo registro.

Abaixo, alguns suplementos alimentares e suas funções:

- Ácido Linoléico Conjugado - CLA

O ácido linoléico conjugado, (Conjugated Linoleic Acid - CLA) é um derivado da gordura encontrada principalmente em ovos, laticínios, carnes e aves.

O CLA têm sido bastante utilizado como suplemento por atletas devido ao seu suposto efeito em aumentar a utilização de gordura pelo organismo e, desta forma, promover o emagrecimento e aumento de massa magra.

- Albumina

É a proteína mais abundante em ovos. Presente também, no músculo e no sangue. Comercialmente extraída da clara do ovo, a albumina é uma proteína de alto valor biológico (que fornece todos os aminoácidos essenciais), sendo muito importante para atletas que desejam realizar um dieta hiperprotéica.

- Arginina, Lisina e Ornitina

São três aminoácidos encontrados em diversos alimentos.

Ainda não há um consenso sobre a relevância de ingerir esses três aminoácidos sobre o organismo humano. Especula-se, ainda sem comprovação, que a associação desses três aminoácidos estimula a liberação de GH (hormônio do crescimento)

- BCAA - Leucina, Valina e Isoleucina

São aminoácidos abundantes em carnes e que têm a característica de serem essenciais ao organismo, ou seja, o corpo não os produz. Seu uso reduz as chances do triptofano plasmático chegar à barreira hemato-encefálica reduzindo a produção de serotonina no cérebro, de modo que os sintomas de fadiga relacionada ao exercício seriam reduzidos. Porém, o seu uso também pode estar associado à melhora dos processos anabólicos e anti-catabólicos.

- Creatina

Substância composta de 2 aminoácidos (glicina e arginina) que é produzida em nossas células. Ela possui uma característica especial: é a principal molécula de ressíntese de ATP nos primeiros 10 segundos de atividades máximas, o que significa que quando sua concentração é aumentada pela suplementação, a ressíntese de ATP é mais eficiente e a recuperação mais rápida.

- b-HMb

É um derivado do aminoácido Leucina. Tem recebido o mérito de ser um importante anti-catabólico, aumentando força e massa muscular com sua suplementação, mas as vias para tal ainda não estão claramente elucidadas.

- Carnitina

É uma substância composta por aminoácidos presente em todas as mitocôndrias do corpo. Esse composto de aminoácidos tem recebido atenção por ser um dos responsáveis pela oxidação lipídica, de modo que tem sido vendido como um fat burner.

- Glutamina

Encontrado em carnes, é um aminoácido não-essencial, mas que desempenha diversas funções. Além de ser um aminoácido de importante função como nutriente (energético) às células imunológicas, a glutamina apresenta importante função anabólica promovendo o crescimento muscular.

COMEÇANDO

Uma vez colocado em funcionamento o novo negócio, estabelece-se um novo desafio: a sua gestão competitiva, capaz de oferecer ao mercado os melhores produtos e serviços e assegurar o retorno do capital investido. Gerenciar o negócio significa colocar à prova o talento, o conhecimento e a experiência do empreendedor.

Um dos requisitos para os empreendedores do ramo é ter afinidade com o setor, que gostem da vida saudável e que tenham aptidão para administrar o negócio.

Administrar é o processo de organizar o que foi planejado, assegurando a liderança e o controle na execução do trabalho de todos que fazem parte direta ou indiretamente da empresa. É usar os recursos administrativos disponíveis com vistas a alcançar os objetivos estabelecidos. E é aqui que entra a importância da busca contínua de informações. Estas podem ser adquiridas através da leitura, vídeos técnicos e administrativos, em feiras, palestras, treinamentos, e outros eventos. O próprio SEBRAE oferece muitos cursos de aperfeiçoamento: Administração Básica para Pequenas Empresas, Técnicas para Negociações, Lucratividade – Crescer, Sobreviver ou Morrer, Análise e Planejamento Financeiro, Controles Financeiros, Desenvolvimento das Habilidades Gerenciais, Gestão de Pessoas, entre outros.

CLIENTES

Para ganhar projeção no mercado você deve lançar um olhar crítico sobre seu futuro negócio, analisá-lo do ponto de vista do consumidor e a partir daí definir a clientela que pretende conquistar. Você pode começar identificando segmentos específicos e levantar informações como renda, idade, classe social, nível de instrução, etc., para traçar o perfil dos futuros consumidores do produto que sua empresa venderá.

A definição do público-alvo irá definir o tipo de posicionamento do negócio, ou seja, para quem eu vou vender meus produtos/serviços, para empresas, pessoas físicas,

quais as classes sociais, idade desses clientes, e outros aspectos demográficos. Definindo essas informações o empresário passa a desenvolver sua estrutura, tanto na forma de produzir, comprar, como na forma de oferecer esses produtos/serviços ao consumidor. Isso tudo refletirá nos custos e receitas do empreendimento. Sendo assim, é importante adequar os custos/despesas ao tipo de serviço/produto que se deseja oferecer para um determinado público (cliente).

Você deve, ainda, definir se vai atuar no mercado consumidor direto ou no mercado indireto e manter sempre atualizado um cadastro de clientes.

DIVULGAÇÃO

O ditado popular diz que “a propaganda é a alma do negócio”, mas a gente pode continuar dizendo que os “músculos” também são importantes. Assim, entendemos que dotar os clientes internos (funcionários, os “músculos” do negócio) de informações sobre os produtos oferecidos é a chave para vendê-los ao cliente externo.

Voltando à “alma do negócio”, concluimos que para atingir o consumidor e garantir as vendas, você deve planejar o seu marketing. E como fazer isso? A primeira sugestão é fazer uma análise da sua realidade: identifique quais são os custos de seus serviços, adapte-os e busque a otimização de sua alocação. Mantenha seus consumidores motivados, partindo para uma revisão da sua estrutura de comercialização, avaliando paralelamente, se essa estrutura atinge seu mercado-alvo com sucesso. Lembre-se que o marketing deve ser contínuo e sistêmico.

Considere ainda, que num plano de marketing é importante o conhecimento de elementos como preço, produto (serviço), ponto (localização) e promoção. Avaliar as preferências e necessidades de seus clientes em relação às funções, finanças, facilidade, “feeling” (sensibilidade) e futuro.

DIVERSIFICAÇÃO

Atento às novas tendências, o empresário deve apostar nas vendas on-line.

Uma idéia é organizar palestras e cursos sobre temas ligados à saúde e ao bem-estar e ter carro personalizado para entregas.

LEMBRETES

Numa economia que tende à instabilidade, saber definir o preço certo dos seus produtos é uma das ferramentas mais importantes da sua empresa. Harmonizar o desejo do consumidor e a expectativa de ganho do proprietário é o grande desafio. Enquanto o consumidor sempre deseja pagar menos e ter mercadorias de qualidade, o sonho do empresário é obter o melhor retorno, com o menor custo. Uma sugestão é buscar inspiração para essa “arte” em cursos que orientem o empreendedor a equacionar essa questão, como por exemplo, aqueles que ensinam a formação de preços.

Cuidado com a estocagem e o prazo de validade dos alimentos orgânicos! Esse conselho vale também para cereais e grãos. A comercialização desses produtos, principalmente a granel, geram altos lucros (de até 80%, segundo empresários do ramo), só que boa parte dessa rentabilidade pode desaparecer em razão da deterioração e do desperdício que o manuseio dos produtos causava. Além disso, é preciso deslocar um funcionário para a pesagem e redobrar os cuidados com a higiene. Sem falar que qualquer problema com o produto exposto a granel é de responsabilidade da loja, ao contrário de um artigo que já vem embalado do fabricante.

NOTÍCIAS

Suplemento alimentar enriquece a dieta dos idosos

Após os 60 anos o corpo perde várias substâncias que agora podem ser repostas por um suplemento alimentar desenvolvido por pesquisadores brasileiros.

Chocolate, baunilha, morango... Sabores especiais para melhorar a saúde de quem já passou dos 60 anos! O suplemento alimentar, desenvolvido pela Universidade Federal de Viçosa, em Minas Gerais, pode ser usado na massa de pães e bolos. Ou simplesmente misturado com água ou leite.

O sabor é semelhante a de outros suplementos com soja na composição. O produto tem ainda proteína animal, fibras, vitaminas, minerais, baixo teor de gordura e sódio. Entre os minerais, o cálcio se destaca. "Nossa preocupação maior era com a saúde óssea, já que a população idosa tem geralmente problemas dessa natureza. Então por isso, o suplemento tem uma concentração grande de cálcio", diz Neuza Costa, nutricionista.

O produto tem outros minerais que também são bons para os ossos: o zinco e o magnésio. Já o ferro ajuda a prevenir anemia. Outro componente importante no suplemento é a imulina, que aumenta absorção dos minerais e ajuda o sistema imunológico. As vitaminas A, C e E combatem o envelhecimento e doenças crônicas como diabetes e hipertensão.

A quantidade recomendada do produto é de 30 gramas por dia, que equivalem a três colheres de sopa. "Essa dose vai fornecer 30% das necessidades diárias de todas as vitaminas e minerais. Essa dose fornece 80 quilocalorias, ou seja, não é um alimento de alta densidade energética", declara Emanuel Faria, engenheiro de alimentos.

O suplemento foi testado com sucesso em camundongos. Eles absorveram bem os nutrientes e ficaram saudáveis. Agora, o teste será feito em um grupo com idade entre 65 e 75 anos. O objetivo é verificar as propriedades funcionais como o controle da hipertensão, glicose e colesterol.

Mas segundo a nutricionista Neuza Costa o suplemento já pode ser consumido por seres humanos. "São todos ingredientes conhecidos, consumidos regularmente. Então, mesmo sem ter essa pesquisa concluída, a gente já pode afirmar que é um produto de alta qualidade. O que a gente não pode ainda é acrescentar no rótulo os efeitos funcionais. Pra isso, a gente precisa da pesquisa clínica com os humanos", declara Neuza Costa, nutricionista.

Uma indústria de alimentos de Viçosa já entrou com pedido de registro do produto. Mas atenção, antes de fazer uso de qualquer tipo de suplemento deve ser acompanhado por um médico.

Fonte: Jornal Hoje (<http://www.portalms.com.br/noticias/Suplemento-alimentar-enriquece-a-dieta-dos-idosos/Brasil/Saude/959554550.html>)

CURSOS E TREINAMENTOS

O SEBRAE/ES disponibiliza para o empresário uma carteira com mais de 30 títulos de cursos e palestras abordando os mais variados temas e objetivos. A Educação Empresarial do SEBRAE é um instrumento para que os obstáculos encontrados sejam superados com maior facilidade ampliando, conseqüentemente, o horizonte de conhecimentos necessários nessa função.

Cursos: Técnicas de Vendas; Marketing: Uma Estratégia de Vendas; Gerência de Equipes de Vendas; Gerência de Rotinas e Procedimentos em Vendas; Atendimento ao Cliente; Como Vender mais e Melhor; Iniciando um Pequeno Grande Negócio;

Empretec; Administração Básica para Pequenas Empresas; entre outros.

Palestras Gerenciais : Atendimento a Clientes; Comece Certo – Planejamento e Análise; Determinação do Capital de Giro; Gerenciando o Fluxo de Caixa com Eficiência; Promoção de vendas; Entendendo Custos, Despesas e Preço de Venda; A Empresa e os Novos Tempos; Qualidade no relacionamento ao cliente; Como Conquistar e Manter Clientes.

A programação anual pode ser consultada no site: www.sebraees.com.br no link Cursos e Palestras.

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935, Ed. Sebrae – Centro, Vitória/ES

CEP: 29010-003

Canal de Relacionamento: 0800 570 0800

Herbarium - Curso de Introdução à Fitoterapia e Fitomedicina

Serviço de atendimento ao consumidor - 0800 723 8383

Distribuidor no ES: Fitorio Distribuidora de Prod. Nat. Ltda.

Contato: Sr. Walter (Vendedor)

E-mail:fitorio@openlink.com.br

Telefone: (27) 9927 2890

<http://www.herbarium.net/>

EVENTOS

O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações para obter informações sobre os eventos que ocorrerão dentro da sua área (tipo, data, local de realização). Os eventos como feiras, roda de negócios, congressos, etc., são muito importantes para o empresário ficar por dentro das tendências de mercado, conhecer novos produtos e tecnologias, realizar parcerias e fazer bons negócios.

Onde pesquisar: União Brasileira de Feiras e Eventos - <http://www.ubrafe.com.br>

BioBrazil Fair – 5ª Feira Internacional de Produtos Orgânicos e Agroecologia

São Paulo – SP

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

Natural Tech 2009 – Feira Internacional de Alimentação Saudável, Produtos Naturais e Saúde

Local de Realização: Pavilhão da Bienal do Ibirapuera – São Paulo – SP

Informações: www.naturaltech.com.br

LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

Cabe sugerir consulta à “**CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA**”, que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES ou pelo site: http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha_Fornecedor_Capixaba.pdf

Essa atividade exige o conhecimento de algumas leis:

- Lei Federal nº 8.078/1990 – Código de Defesa do Consumidor . Alterada pela Lei nº 8.656/1993, Lei nº 8.703/1993, Lei nº 8.884/1994, Lei nº 9.008/1995, Lei nº 9.298/1996, Lei nº 9.870/1999, Lei nº 11.785/2008, Lei nº 11.800/2008 e 11.989/2009.

- Lei Municipal nº. 6.080/2003 – Código de Posturas e Atividades Urbanas do Município de Vitória. Altera os artigos nºs 20,27,43 e 67 da Lei nº 5.954/03 - Regulamentada pelo Decreto nº 11.975/04. Ref.Proc. 5766168/03. Lei nº 6412-05-acrescenta inciso IX ao § 2º.Alterada pelas Leis nºs 6679/06 e 6680/06. Acrescentado inciso IX ao § 2º do Art. 99, pela Lei nº 7.063/07. Regulamentado inciso III do Art. 194, pelo Decreto nº 13.853/08. Acrescentado artigos pela Lei nº 7598/08. Acrescentado § 3º no Art. 43, pela Lei nº 7.768/09 - § 3º. Na fixação de nomes de bens públicos municipais deverá ser reservado um percentual de 50% (cinquenta por cento), no mínimo, para o gênero feminino.”(NR)

A Resolução - RDC nº 17, de 24 de fevereiro de 2000: dispõe sobre o registro de medicamentos fitoterápicos.

Instrução Normativa nº 007, de 17 de maio de 1999, do Ministério da Agricultura: no Brasil, a agricultura orgânica tem normas de produção, tipificação, processamento, envase, distribuição e identificação estabelecidas por esta Instrução. O instrumento também estabeleceu o selo de certificação de produtos orgânicos de origem animal ou vegetal e as qualificações mínimas exigidas de cada uma das 15 entidades certificadoras já autorizadas a funcionar no Brasil. O selo é a garantia de que o consumidor está tendo acesso a alimentos, industrializados ou não, produzidos com técnicas que respeitam os princípios orgânicos.

Mais informações sobre certificados e sobre produtos orgânicos, no site www.planetaorganico.com.br.

Abaixo, algumas destas entidades certificadoras:

AAO - Associação dos Produtores Orgânicos: fundada em 1989, a AAO reúne, hoje, mais de 1800 associados entre agricultores, agrônomos, profissionais liberais e consumidores. Seu principal objetivo é a busca de medidas que estimulem a produção de alimentos saudáveis com técnicas que não agredam o meio ambiente e a inclusão desse produtor no mercado.

<http://www.aao.org.br/pub/principal.html>

IBD - Instituto Biodinâmico: o IBD é o único certificador brasileiro reconhecido na Europa, Estados Unidos e Japão.

Rua Prudente de Moraes, 530 - CEP 18602-060 - Botucatu - SP - Brasil

Tel./Fax: (14) 3882-5066 - ibd@ibd.com.br

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

REGISTRO ESPECIAL

Para registrar sua empresa você precisa de um contador. Profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-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:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal;
- Registro na Secretaria de Estado da Fazenda;
- Registro na Prefeitura do Município;
- 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);
- Registro na Prefeitura para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social - INSS”;
- Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar a sua Loja para fazer a consulta de local e efetuar a inscrição municipal para obter o alvará de funcionamento.

LINKS DE INTERESSANTES

www.vegetarianismo.com.br

Site sobre alimentação vegetariana ; artigos , organizações nacionais e internacionais vegetarianas , receitas e links.

www.taps.org.br/

Temas Atuais na Promoção da Saúde (TAPS)

www.fcf.usp.br/tabela/

Tabela Brasileira de Composição Química do Alimentos elaborada pela USP.

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

AAO - Associação de Agricultura Orgânica

<http://www.eventos2009.net>

Identificação de eventos na área em questão.

ENTIDADES

Central Fácil – Central de Atendimento Empresarial

É um sistema de atendimento que prevê a simplificação, racionalização e padronização dos processos formais de abertura de empresas.

Avenida Nossa Senhora da Penha, 1433, Santa Luzia. Vitória/ES

CEP: 29045-401 - Tel.: (27) 2127- 3000

E-mail: facil@es.sebrae.com.br

Horário de funcionamento: segunda a sexta: 12h às 17h30min.

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

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.: (0xx27) 3132-5047 / 3132-5044 / 3132-5045
<http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

SECRETARIA DE ESTADO DA FAZENDA DO ESPÍRITO SANTO

Rua Duque de Caxias, no. 105
Centro – Vitória/ES
CEP: 29010-000
Tel.: (027) 3380-3771
FAX: (027) 3380-3772
E-mail: crrvitoria@sefa.es.gov.br
<http://www.sefaz.es.gov.br>

DFA/ES - Delegacia Federal de Agricultura ES (SIF/Ministério da Agricultura)

Av. Nossa Senhora dos Navegantes, 495, 8º. Andar, Centro Empresarial Enseada
Enseada do Suá – Vitória/ES
CEP: 29050-420
Tels.: (27) 3137-2703 e 3137-2700

FAES/SENAR-ES – Federação da Agricultura do ES.

Av. Nossa Senhora da Penha, 1495, 10º andar, Torre A, Ed. Corporate Center
Santa Lúcia – Vitória/ES
CEP: 29045-401
Tels.: (27) 3235-9015 / 3235-9031

INCAPER - Instituto Capixaba de Pesquisa Assistência Técnica e Extensão Rural

Rua Afonso Sarlo 160, Bento Ferreira
Vitória/ES
CEP: 29052-010
Tel.: (27) 3137-9888
www.incaper.es.gov.br

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

Embrapa Sede - Parque Estação Biológica - PqEB s/nº.
Brasília, DF – Brasil

CEP: 70770-901
Tel.: (061) 3448-4433
Fax: (061) 3347-1041
e-mail: sac@sede.embrapa.br
<http://www.embrapa.br>

AAO - Associação de Agricultura Orgânica

Av. Francisco Matarazzo, 455 - Parque da Água Branca - Prédio do Fazendeiro - 2º andar, sala 24. - Perdizes - São Paulo /SP.
CEP: 05001-900
Tel.: (11) 3875-2625 - 3872-1246
<http://www.aao.org.br/>

ABENAT - Associação Brasileira das empresas de Produtos naturais, Nutricionais e Afins

R José Abrantes 26. Santo Amaro - São Paulo/SP.
CEP: 04756-010
Tel.: (11) 5641-8002
abenatbrasil@ig.com.br

APAN - ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE AGRICULTURA NATURAL

Rua Tibiriçá, 755. Liberdade - SÃO PAULO/SP.
Tel.: (011) 5542-8402/5542-6034
apancertisicacao@bol.com.br
www.apan.org.br

MINISTÉRIO DA SAÚDE

<http://www.saude.gov.br>

FORNECEDORES E FABRICANTES

O SEBRAE/ES se isenta de responsabilidades quanto à forma da atuação das empresas no mercado.

Integralmédica S/A Agricultura e Pesquisa

Rod. Bento Rotger Domingues, 1007 - Embu-Guaçu/SP.
CEP: 06900-000
Tel.: (11) 4662 7300
Fax: (11) 4662 1430
<http://www.integralmedica.com.br/>

Natureza & Cia

SAAN - Quadra 02 - Lote 155 – Brasília/DF.
Tel.: (61) 3234 7900 – 3234 8100 – 3234 4200
<http://www.naturezaecia.com.br/receitas.htm>

J. Asmar & Cia.

Rua Senhor dos Passos, 233 – Centro - Rio de Janeiro/RJ
CEP: 20061-010
Tel.: (21) 2224 0278
<http://www.jasmar.com.br/contato.htm>

Brasmed Botânica E Farmacêutica Ltda

R. F 1 Niterói - Canoas/RS

CEP: 92010220

Tel.: (51) 464-5900

brasmed@ca.conex.com.br

www.brasmed.ind.br

Naturama On-Line

Rua Clemente Rôvere, 71 - Centro - Florianópolis - SC

Tel.: (48) 3223-3265

Fax (48) 3223-3419

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

Dermaroma Cosméticos e Medicamentos Naturais Ltda

Juiz de Fora - MG

Tel.: (32) 3231 1278

dermaroma@dermaroma.com.br

<http://www.dermaroma.com.br/Principal.htm>

Top Suplementos

Tel.: (21) 2284 2891

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

Mãe Terra

Tel.: (11) 5686 3406

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

Weleda do Brasil Laboratório e Farmácia Ltda.

Rua Brig. Henrique Fontenelle, 33 CEP 05125-000

São Paulo/SP.

Tel.: (11) 3648 8388

S.A.C. 0800 55 3266 - Central de atendimento e pedido 0800 77 22 777

E-mail: weleda@weleda.com.br

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

Aromalife - Aromaterapia & Banhos

R: Berta, 45 - Vila Mariana (Metrô Santa Cruz) São Paulo/SP .

Tel.: (11) 5082-2128

Fax: (11) 5573-1965

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

Horta & Arte

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

Ponto Verde

Rua do Estilo Barroco, 442 - Chácara Sto. Antônio. São Paulo/SP.

Tel.: (11) 5182-5161

<http://www.lojapontoverde.com.br/servicos.htm>

Herbarium

Serviço de atendimento ao consumidor - 0800 723 8383

Distribuidor no ES: Fitorio Distribuidora de Produtos Naturais Ltda.

E-mail: fitorio@openlink.com.br
Telefone: (27) 9927 2890
<http://www.herbarium.net/>

Oportunidades de negócios é um material meramente informativo acerca dos empreendimentos existentes no segmento correspondente ao seu título. Os dados apresentados são extraídos de publicações técnicas e, em linhas gerais, não têm a pretensão de ser um guia para a implementação dos respectivos negócios. É destinada apenas à apresentação de um panorama da atividade ao futuro empresário, que poderá enriquecer suas idéias com as informações apresentadas, mas carecerá de um estudo mais detalhado e específico para a implementação do seu empreendimento.

BIBLIOGRAFIA

NATURALMENTE Saudáve. **Revista Meu Próprio Negócio**, São Paulo, 01 maio 2005.

SEBRAE/SC. **Loja de produtos naturais**. Santa Catarina: Sebrae/SC, 2008. 60 p. (Os primeiros passos para o sucesso).

SUPLEMENTO alimentar enriquece a dieta dos idosos. **Jornal Hoje**. Disponível em: <<http://www.portalms.com.br/noticias/Suplemento-alimentar-enriquece-a-dieta-dos-idosos/Brasil/Saude/959554550.html>>. Acesso em: 20 ago. 2009.

ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO :

UAD – Unidade de Atendimento e Desenvolvimento - SEBRAE/ES
Data última atualização: Agosto de 2009.