



Loja de açaí



Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor-Presidente

Luiz Eduardo Pereira Barreto Filho

Diretor Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio Silva dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial

Mirela Malvestiti

Coordenação

Nídia Santana Caldas

Equipe Técnica

Carolina Salles de Oliveira

Autor

Lauri Tadeu Corrêa Martins

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

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

Apresentação do Negócio

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

O negócio de loja de açaí está relacionado à alimentação saudável, qualidade de vida das pessoas e praticidade da alimentação rápida.

O açaí é uma frutinha roxa, semelhante à jabuticaba, retirada em cachos da palmeira conhecida como açazeira. É natural do Norte do Brasil, com grande incidência no estado do Pará, recebendo o nome científico de “Euterpe Oleracea Mart”, pertencente à família “Arecaceae”. É uma fonte rica em minerais como: ferro, cálcio, fósforo e algumas vitaminas.

O extrato do açaí também é utilizado na área de cosméticos e de estética, em razão da riqueza de vitaminas que são antioxidantes naturais promovendo uma ação bio-protetora sobre a pele e prevenindo o envelhecimento cutâneo.

O açaí é um alimento muito importante na mesa dos habitantes da região norte do país e o seu consumo data dos tempos pré-colombianos. Foi introduzido no mercado nacional durante os anos oitenta, do século passado.

O uso e consumo de derivados da fruta originária da região

norte do Brasil virou mania entre malhadores porque vale por uma refeição. Rica em minerais e vitaminas, é também muito calórica e deve ser evitada pelos sedentários. É um ótimo repositivo de perdas energéticas, por isso é mais indicado para consumo depois de atividades físicas.

Antes de decidir aproveitar os valores nutritivos desta fruta escura de sabor terroso, é bom saber que Açaí é calórico, logo engorda. Pessoas sedentárias, que não praticam atividades físicas com regularidade, correm o risco de ampliar a silhueta. E mesmo os desportistas precisam tomar certos cuidados.

O açaí pode ser consumido na forma de bebidas, doces, geléias e sorvetes. A forma tradicional na região amazônica é tomar o açaí gelado com farinha de mandioca ou tapioca, entretanto, há quem prefira fazer um pirão com farinha e comer com peixe assado ou camarão, e até mesmo, os que preferem o suco com açúcar. Nas demais regiões do país o açaí é preparado a partir da polpa da fruta congelada, batida no liquidificador com xarope de guaraná, formando uma pasta parecida com sorvete, podendo adicionar frutas e cereais, sendo conhecido popularmente como açaí na tigela.

O Açaí na tigela é uma tradição que começou na praia, indo depois para as academias e para as ruas. Começou com esportistas e acabou sendo consumida por pessoas preocupadas com a saúde, que procuram alimentação natural, saudável e energética.

A exploração do açaí é de fundamental importância para as economias dos estados do Pará, Maranhão, Amapá, Acre e Rondônia, especialmente para o primeiro e o terceiro, pois responde pela sustentação econômica das populações ribeirinhas. A importância socioeconômica do açazeiro decorre,

portanto, do seu enorme potencial de aproveitamento integral de matéria-prima. O principal aproveitamento é a extração do açaí, mas as sementes (caroços) do açaizeiro são aproveitadas no artesanato e como adubo orgânico. Por sua alta lucratividade, quiosque ou carrinho de açaí vêm tornando-se tendência dentro e fora de centros comerciais.

A comercialização da polpa do açaí vem crescendo na Região Amazônica, no mercado nacional e até mesmo no internacional, onde o produto passou a ocupar lugar de destaque entre os consumidores de polpas de frutas.

Um projeto que está ajudando a formar uma classe média rural, no interior do Pará, é um dos exemplos mais marcantes de como os produtos provenientes de atividades sustentáveis estão conquistando parcelas cada vez maiores de consumidores em todo o mundo. Com apenas três anos de existência, a Cooperativa Agroindustrial de Trabalhadores e Produtores Rurais de Igarapé-Miri (Coopfrut), teve que ampliar a capacidade de produção de sua fábrica para atender a crescente demanda pelo açaí.

O chamado Projeto Açaí tem o objetivo de garantir mercado para os produtores rurais, criando a consciência do aproveitamento dos recursos naturais dentro do conceito de desenvolvimento sustentável, de acordo com Ailton Lima, do Poemar, uma sociedade civil que viabiliza as ações do Poema - Programa Pobreza e Meio Ambiente, da Universidade Federal do Pará.

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

Mercado

Estima-se que as atividades de extração, transporte, comercialização e industrialização de frutos e palmito de açazeiro são responsáveis pela geração de 25 mil empregos diretos e geram anualmente mais de R\$ 40 milhões em receitas, fundamentalmente para as economias nos estados de maior produção. A partir de 1992, quando foi atingido o ápice das exportações de palmito, a produção de frutos de açazeiro experimentou crescimentos anuais significativos, em função do aumento da competitividade da coleta de frutos, motivado por melhorias nos preços, e do aumento da fiscalização, evitando a destruição maior dos açazais. A produção de frutos de açazeiro no estado do Pará cresceu de 92.021 toneladas em 1997, para 122.322 toneladas em 2002, com um aumento de quase 33%. Em 2003, a produção foi de 160.000 toneladas.

Com a expansão do consumo do açaí, os ribeirinhos, nos últimos anos, têm diminuído a extração e venda de palmito para as indústrias processadoras e concentraram as suas atividades na coleta e venda de frutos, cuja valorização teve efeito econômico e ecológico positivo sobre a conservação de açazais.

A partir da década 1990, com o aumento da pressão internacional para a preservação da Amazônia, os produtos florestais não-madeireiros ganharam importância como alternativa para evitar desmatamentos e queimadas. Essa exposição da Amazônia, na mídia mundial, chamou a atenção para diversos frutos regionais, como o guaraná, cupuaçu, açaí, pupunha e o bacuri, entre os principais, que tiveram forte crescimento no mercado nacional e atraíram o interesse do mercado internacional.

O PRODEX – Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Extrativismo, contribuiu, nos últimos anos, para consolidar o manejo de açazais nativos como a principal atividade. Os grandes interesses pela cultura e por esses recursos, fizeram com que a área manejada e de cultivo passasse de 9.223 hectares, em 1996, para 18.816 hectares, em 2002, tanto para produção de frutos como para extração de palmito, atendendo mais de 5 mil produtores, dos quais 92,1% são do estado do Pará. O forte crescimento do mercado de fruto de açaí tem sido o indutor dessa expansão.

A concentração de açazeiro no estuário amazônico, com a área estimada em 1 milhão de hectares, torna a espécie um componente da floresta nativa, formando maciços de açazais naturais. Em decorrência da facilidade de extração de seus frutos, a espécie permite à indústria instalada na região o abastecimento seguro e fácil, com custo baixo da matéria-prima e do transporte. Ao mesmo tempo, possibilita o aproveitamento permanente das áreas de várzea e igapó, exploradas, anualmente, com o cultivo do arroz e cana-de-açúcar, evitando, dessa maneira, o abandono dessas áreas e a sua transformação em capoeira desprovida de espécies valorizadas, fato bastante comum na agricultura itinerante regional.

O mercado regional é muito forte, por ser importante na alimentação diária das populações locais, pelos seus altos valores nutricionais e de unânime preferência popular por seu singular paladar. Em Belém é estimada a existência de mais de 3 mil pontos de venda de açaí, comercializando diariamente 120 mil litros, atendendo, basicamente, as populações de baixa renda.

No Pará, o consumo vem aumentando no decorrer dos anos, como consequência do processo de congelamento utilizado pelo consumidor, que faz com que o produto seja consumido durante todo o ano.

A demanda pelo açaí fora da região norte também está em alta, com o produto tendo boas possibilidades de mercado, principalmente no Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Goiás e na Região Nordeste. No Rio de Janeiro, o açaí é oferecido nas praias e se tornou muito popular entre os adeptos da "cultura da saúde" e entre os frequentadores de academias. A estimativa é que no Rio de Janeiro sejam consumidas 500 toneladas/mês, em São Paulo 150 toneladas/mês e nos outros estados em torno de 200 toneladas/mês.

Esses dados permitem estimar um crescimento de consumo nas demais regiões brasileiras, onde o produto ainda não é muito difundido, mas tende a tornar-se popular, impulsionado pelas redes de franquias do setor.

Segundo informações do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados do Ministério do Trabalho o segmento de comércio varejista de alimentos, fumos e bebidas alcançou em novembro de 2010 um estoque de 557.962 empregos formais, representando uma evolução de 17,59%, relativo a janeiro de 2007.

Em meio a toda essa evolução do setor, conclui-se que os próximos anos serão de crescimento, ampliando cada vez mais as oportunidades para o empreendedor que desejar estabelecer-se com o negócio de loja de açaí.

Localização

A localização de uma loja de açaí é fator muito importante para o negócio e deve estar alinhada com a estratégia, de acordo com o perfil da clientela.

Uma boa localização é aquela que favorece o acesso das pessoas, com o menor grau possível de dificuldade. Uma loja de açaí deverá estar instalada próximo ao local de residência do público-alvo, ou em locais de grande frequência de público como em Shopping ou outros locais de grande fluxo de pessoas, que favoreça o estacionamento de veículos e possua boas condições ambientais para uma permanência agradável da clientela.

Como este mercado é considerado rentável tanto no verão quanto no inverno, montar uma loja de açaí atualmente está se tornando uma tendência dentro e fora de centros comerciais.

A seguir, são apresentados alguns aspectos que devem ser avaliados num processo de seleção do local de instalação da loja de açaí:

- Avaliar a movimentação de público jovem na região ou local;
- Observar se o local caracteriza-se como pólo gerador de público;
- Segurança do local;
- Espaço amplo que permita a colocação de mesas e cadeiras;
- Área para estacionamento;
- Legislação local. 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 da loja de açaí;

- Verificar a existência de infra-estrutura geral: água, esgoto, energia elétrica, telefone, canais de banda larga, transporte público, segurança e outros benefícios.

A localização é um componente fundamental do composto mercadológico e pode definir o sucesso ou fracasso do empreendimento, razão pela qual, merece atenção especial na sua definição.

Exigências legais específicas

É necessário contratar um contador profissional para legalizar a empresa nos seguintes órgãos:

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

As empresas que manipulam alimentos e bebidas devem adotar a regulamentação da ANVISA conhecida como Legislação de Boas Práticas para Serviços de Alimentação que foi regulamentado pela Resolução RDC 216 de setembro de 2004 e abrange os procedimentos que devem ser adotados nos serviços de alimentação a fim de garantir as condições higiênico-sanitárias do alimento preparado. Informações mais detalhadas, incluindo a Cartilha sobre Boas Práticas para Serviço de Alimentação estão disponíveis no endereço abaixo.

<http://www.anvisa.gov.br/alimentos/bps.htm>

O SEBRAE local poderá ser consultado para orientação.

Estrutura

A estrutura de uma loja de açaí é bastante simples, composta basicamente por uma área de atendimento, guarda de estoque, área de produção, além de um pequeno escritório para administração.

A área de atendimento é vital para o sucesso do empreendimento, por isso deve merecer um cuidado maior do empreendedor. A característica do local a ser instalada a loja define o tipo de construção. Se for loja de rua deve contar com acesso fácil e amplo. O local de pedido deve permitir o atendimento rápido das pessoas, sem filas ou outros dificultadores. O espaço para as mesas deve ter amplitude suficiente para a quantidade de público estimada, com alguma possibilidade de ampliação futura. O local deve ser protegido de intempéries, mas deve ser arejado e claro. Se for ambiente interno deve-se atentar para as cores, que não devem ser muito carregadas e preferencialmente, devem contar com decoração temática, relacionada à natureza.

A área de produção deve ser limpa e organizada, condizente com um negócio relacionado com a saúde e bem-estar das pessoas.

Os estoques podem ficar em área anexa ao espaço destinado à produção, porém, sem risco de contaminação.

O escritório da administração pode ser pequeno, bastando um espaço suficiente para a realização das atividades básicas de

relacionamento com fornecedores, registros e controles sobre o negócio.

Uma pequena loja de açaí necessita de uma área mínima de 30 m². Quando estiver situada em centro comercial ou shopping, as mesas e cadeiras ficam localizadas no espaço do condomínio, porém, quando for loja de rua haverá necessidade de ambiente para mesas e cadeiras da própria loja.

Pessoal

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento, para uma loja de açaí de pequeno porte pode-se começar com dois atendentes e um auxiliar para a limpeza.

Os colaboradores devem ter as seguintes competências, que devem ser focadas durante o processo de seleção e contratação:

- **Atendentes:** Esse profissional além de conhecer as características de cada produto, seus fatores nutricionais, forma de preparo, manejo, cuidados com higiene e limpeza, deve ter facilidade de comunicação, boa postura pessoal, ser capaz de dispensar atendimento de excelência ao cliente e gerar confiança para estabelecer o processo de venda.
- **Auxiliares de limpeza:** Devem saber manusear equipamentos, além de demonstrarem interesse e comprometimento com a qualidade dos serviços prestados, higiene e limpeza.

A apresentação pessoal dos empregados da loja também é fator vital nesse negócio, portanto, é necessário fornecer

fardamento e dar atenção especial à limpeza, asseio e higiene das pessoas e instalações.

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

Investir constantemente no aperfeiçoamento dos colaboradores através de cursos, palestras, workshops que são oferecidos no mercado, ou em atividades de desenvolvimento realizadas na própria empresa, deve ser preocupação permanente do empreendedor.

O empresário deverá participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor.

Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores no Comércio, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, conseqüências desagradáveis.

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

Equipamentos

São necessários os seguintes móveis e equipamentos:

Mobiliário para a área administrativa

- Cadeiras 4 – R\$ 400,00;
- Estante/armário 1 – R\$ 350,00;
- Impressora 1 – R\$ 300,00;

- Mesas 1 – R\$ 350,00;
 - Microcomputador completo 1 – R\$ 1.600,00;
 - Telefone 2 – R\$ 100,00;
- Total mobiliário: R\$ 3.100,00.

Equipamentos e tecnologia para a loja

- Computadores 2 – R\$ 2.000,00;
 - Impressora de cupom fiscal 2 – R\$ 1.580,00;
 - Gaveteiro para guardar numerário 2 – R\$ 460,00;
 - Balcão de atendimento 1 – R\$ 7.200,00;
 - Cadeiras 2 – R\$ 200,00;
 - Máquina de açaí expresso 1 - R\$ 7.500,00;
 - Balança eletrônica 1 – R\$ 600,00;
 - Balcão frigorífico 1 – R\$ 1.800,00;
 - Bancada de inox 1 – R\$ 1.300,00;
 - Estantes 3 – R\$ 3.000,00;
 - Fardamento 6 – R\$ 900,00;
 - Freezer 3 – R\$ 5.200,00;
 - Ilha para congelados 1 – R\$ 3.490,00;
 - Mesa de apoio 1 – R\$ 100,00;
 - Utensílios para corte, limpeza e acondicionamento – R\$ 500,00;
 - Veículo utilitário usado – a critério do empreendedor 1 – R\$ 24.000,00.
- Total dos equipamentos: R\$ 53.730,00.

Matéria Prima / Mercadoria

Organização do processo produtivo

Os processos produtivos de uma loja de açaí são constituídos de:

Atendimento ao cliente – ocorre na loja de açaí, geralmente, no balcão instalado com computadores e impressoras de cupom fiscal, além de máquinas para cobrança através de cartão de crédito e débito. Como esse tipo de loja enquadra-se na categoria de produção rápida, o cliente aguarda o atendimento expresso e dirige-se às mesas para consumir o produto. O atendimento poderá ocorrer, também, nas mesas, mas esse tipo de atendimento tornará o processo mais oneroso para o empresário, uma vez que requer garçons externos ao balcão. O modelo ideal é o atendimento aos pedidos nos caixas, com o pagamento e fornecimento no balcão, sendo que em alguns casos essa modalidade poderá requerer a instalação de máquinas controladoras de senhas.

Produção – ocorre em bancadas, na retaguarda dos balcões, podendo ser protegido por paredes ou não, dependendo de decisão do empreendedor. As pessoas dedicadas a essas funções deverão possuir conhecimento e experiência na área. Os produtos oferecidos devem ser produzidos dentro de padrões rígidos de higiene e limpeza. Devem ser elaborados através de receitas testadas e aprovadas, seguindo padrão de qualidade, no mínimo, igual ao da concorrência, mas o ideal é que o empresário alcance níveis superiores, surpreendendo a clientela e gerando satisfação capaz de trazer o cliente de volta à loja, por muitas vezes.

Alguns kits deverão estar previamente preparados para agilizar o atendimento.

Estabelecer um bom cardápio para a loja de açaí é uma atividade fundamental para a consolidação do empreendimento. Para isso é importante padronizar um cardápio, escolher as combinações de outros adicionais, como:

granola, sucrilhos, leite em pó, leite condensado, paçoca, farinha lactea, granulado, gotas de chocolate, iogurte natural, chocolate em pó, entre outros. Pode-se incluir também picadinhos das seguintes frutas: morango, banana, pêsego e abacaxi.

Compra de produtos – é responsável pela pesquisa de fornecedores que comercializam por atacado os itens que serão colocados à venda. É fundamental realizar periodicamente pesquisa de interesses do cliente para disponibilizar os produtos mais procurados pela clientela. De acordo com algumas pesquisas, o açaí sofre restrições, por conta da alta perecibilidade do seu vinho, que não resiste por tempo superior a 72 horas, mesmo em ambiente refrigerado. Mesmo sendo uma fruta tropical, o açaí torna-se escasso no mercado durante a entressafra.

O empreendedor deve adquirir produtos de boa qualidade e para isso é necessário prestar atenção nas seguintes questões:

- O rótulo principal da polpa de açaí deve conter, de forma legível e visível, em dimensão gráfica não inferior àquela da denominação do produto, a classificação abaixo:

- a) Açaí grosso ou especial (tipo A) – é a polpa adicionada de água e filtrada, apresentando acima de 14% de sólidos solúveis totais e uma aparência muito densa.
 - b) Açaí médio ou regular (tipo B) – é a polpa adicionada de água e filtrada, apresentando entre 11% e 14% de sólidos totais e uma aparência densa.
 - c) Açaí fino ou popular (tipo C) – é a polpa adicionada de água e filtrada, apresentando de 8% a 11% de sólidos totais e uma aparência pouco densa.
- O prazo de validade do produto congelado é de 12 meses, contado a partir da data de produção.

Administração – destina-se às atividades de relacionamento com fornecedores, controle de contas a pagar, atividades de recursos humanos, controle financeiro e de contas bancárias, acompanhamento do desempenho do negócio e outras que o empreendedor julgar necessárias para o bom andamento do empreendimento.

Estoque – Será necessário manter um nível de estoque para garantir o fornecimento de produtos na loja. O empreendedor deverá tomar cuidado para não manter níveis exagerados de estoque.

O açaí é um produto suscetível a temperatura ambiente, o que representa o maior problema à comercialização. Nas indústrias de sorvetes da região norte é comum submeter o açaí concentrado à temperatura de 40°C negativos, preservando grande parte de suas propriedades.

Automação

Há no mercado uma boa oferta de sistemas para gerenciamento de pequenos negócios. Para uma produtividade adequada, devem ser adquiridos sistemas que integrem as compras, as vendas e o financeiro. Os softwares possibilitam o cadastro de clientes e fornecedores, histórico de serviços prestados a cada cliente, controle de estoque de material, equipamentos, serviço de mala-direta para clientes e potenciais clientes, cadastro de móveis e equipamentos, gerenciamento de serviços dos empregados, controle de comissionamento, controle de contas a pagar e a receber, fornecedores, folha de pagamento, fluxo de caixa, fechamento de caixa etc.

Devem-se procurar softwares de custo acessível e compatível

com uma pequena empresa. Pesquisas nos principais sites de busca indicarão uma grande variedade de softwares destinados à gestão integrada dos diversos setores de uma MPE. O empresário poderá optar por download de sistemas sem custo, com custo mensal, com valor fixo, podendo incluir custo de assistência técnica e customização. Para a busca basta pesquisar “Sistemas de Gestão Empresarial” e avaliar as alternativas apresentadas.

Sugestão de Fonte:

www.sebrae.com.br

www.administradores.com.br

Canais de distribuição

O principal canal de distribuição é a própria loja de açaí. A característica de produto servido gelado dificulta a entrega em domicílio.

Investimentos

Investimento compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento de sua auto-sustentação. Pode ser caracterizado como:

- investimento fixo – compreende o capital empregado na compra de imóveis, equipamentos, móveis, utensílios, instalações, reformas etc.;
- investimentos pré-operacionais – são todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisas de mercado, registro da empresa, projeto de decoração, honorários profissionais e outros;
- capital de giro – é o capital necessário para suportar todos os gastos e despesas iniciais, geradas pela atividade produtiva da

empresa. Destina-se a viabilizar as compras iniciais, pagamento de salários nos primeiros meses de funcionamento, impostos, taxas, honorários de contador, despesas de manutenção e outros.

Para uma atividade de loja de açaí de pequeno porte o empreendedor deverá dispor de aproximadamente R\$ 100.330,00 para fazer frente aos seguintes itens de investimento:

- Mobiliário para a área administrativa – R\$ 3.100,00;
- Reforma e/ou adaptação de instalações – R\$ 20.000,00;
- Equipamentos e tecnologia – R\$ 53.730,00;
- Despesas de registro da empresa, honorários profissionais, taxas etc. - R\$ 3.500,00;
- Capital de giro para suportar o negócio nos primeiros meses de atividade – R\$ 20.000,00.

Capital de giro

Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas e insumos consumidos no processo de estoque e comercialização.

O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, produção e venda de produtos ou serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra

pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

Abaixo estão descritos os principais custos fixos mensais típicos de uma loja de açaí.

1. aluguel – R\$ 1.000,00 – se for em centro comercial esse valor aumenta;
2. água, luz, telefone, internet – R\$ 1.200,00;
3. salários, comissões e encargos – R\$ 4.200,00;
4. taxas, contribuições e despesas afins – R\$ 420,00;
5. transporte – R\$ 630,00;
6. refeições – R\$ 840,00;
7. seguros – R\$ 320,00;
8. assessoria contábil – R\$ 600,00;
9. segurança – R\$ 400,00;
10. limpeza, higiene e manutenção – R\$ 420,00;
11. combustível e manutenção de veículo – R\$ 1.520,00.

Fonte:

Cartilha da Convenção Coletiva de Trabalho 2010-2011.
Federação dos Empregados no Comércio do Estado de São Paulo.

Diversificação / Agregação de valor

O empreendedor deve ter em mente que agregar valor significa ampliar a satisfação do cliente, seja por serviços auxiliares que facilitam a vida das pessoas, ou pela qualidade do atendimento, demonstrando valorização a cada indivíduo, pelo respeito, atenção, interesse, compromisso e responsabilidade que cada profissional dispensa no desempenho das suas atividades.

Uma das formas de diversificação é através da oferta de outros produtos agregados à loja de açaí, tais como:

- azeites especiais;
- azeitonas;
- especiarias diversas;
- sanduiches naturais;
- sucos naturais;
- temperos e etc.

É importante pesquisar junto aos concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas com o objetivo de proporcionar ao cliente um produto diferenciado. Além disso, conversar com os clientes atuais para identificar suas expectativas é muito importante para o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os atuais clientes, além de cativar novos.

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

Ouvir os clientes e detectar suas aspirações e expectativas é muito importante para orientar a oferta de novos serviços. Atendimentos personalizados, em horários especiais ou em locais alternativos, que facilitem a vida do cliente e ofereçam comodidade podem agregar valor e fazer diferença, ampliando as possibilidades de captar novos clientes e manter os atuais.

Divulgação

Os meios para divulgação de loja de açaí variam de acordo com o porte e o público-alvo escolhido. Para um empreendimento de pequeno porte, pode ser usada a distribuição de pequenos informativos junto aos clientes que procuram à empresa, divulgando as propriedades nutritivas dos itens produzidos. Outras alternativas são os anúncios em jornais de bairro, revistas locais e propaganda em rádio.

A divulgação através de site na internet deve ser considerada, pois o acesso de pessoas à rede cresce permanentemente e em larga escala.

Na medida do interesse e das possibilidades, poderão ser utilizados anúncios em jornais de grande circulação, revistas e outdoor. Se for de interesse do empreendedor, um profissional de marketing e comunicação poderá ser contratado para desenvolver campanha específica.

Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de LOJA DE AÇAÍ, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 5611-2/03 como a atividade de serviço de alimentação para consumo no local, com venda ou não de bebidas, em estabelecimentos que não oferecem serviço completo, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa, R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e

respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

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

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

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

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

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), o empreendedor, desde que não possua e

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

I) Sem empregado

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

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

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

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

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

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

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

Eventos

Feira Internacional de Produtos e Serviços para
Gastronomia, Hotelaria e Turismo – Fistur

Evento anual

Local: São Paulo-SP

www.fistur.com.br

Feira Internacional de Produtos e Serviços para Alimentação
Fora do Lar – Fispal Food Service

Evento anual

Local: São Paulo-SP

www.fispalfoodservice.com.br

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

Evento anual

Local: São Paulo-SP

www.naturaltech.com.br

Feira de Equipamentos, Produtos e Serviços para Alimentação
Fora do Lar – Equipar

Evento anual

Local: Juiz de Fora-MG

www.abraseljf.com.br

Feira Internacional da Vida Saudável – Expolife

Evento anual

Local: São Paulo-SP



www.cipanet.com.br

Congresso Internacional de Food Service

Evento anual

Local: São Paulo-SP

www.abia.org.br

Entidades em Geral

Relação de entidades para eventuais consultas

Associação Brasileira da Indústria da Alimentação - ABIA

Av. Brigadeiro Faria Lima, 1478, 11º andar – São Paulo-SP

CEP 01451-001

(11) 3030-1353

www.abia.org.br

Instituto de Tecnologia de Alimentos – ITAL

Av. Brasil, 2880, Jardim Brasil – Campinas-SP

Caixa Postal 139

CEP 13073-001

(19) 3743-1700

www.ital.sp.gov.br

Ministério da Saúde

www.saude.gov.br

Agencia Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA

www.anvisa.gov.br

Procurar na localidade

Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - Abrasel

www.abrasel.com.br

Alguns Fornecedores / Fabricantes

Matriz do Açaí Com. e Exp. de Produtos Agroflorestais
Freguesia do Ó – São Paulo
(11) 3932.9087
www.matrizdoacai.com.br

Raízes Forte
Rua Diogo de Castilho, 82 – São Paulo-SP
(11) 8779.6061
www.raizesforte.com.br

Guadaim Máquinas e Equipamentos
Av. Serra da Esperança, 930, sala 01 – Londrina-PR
(43) 3024-1494
www.guadaim.com.br

Impulso Equipamentos para Gastronomia
Joinville - SC
(47) 3433-9420
www.impulsoequipamentos.com.br

Eletromóveis Martinello
Avenida Goiás, 1682-S, Bairro Alvorada - Lucas do Rio Verde -
MT
(65) 3549-1331
www.martinello.com.br

Office Móveis
Rua Jacques Felix, 319, Centro – Taubaté-SP
CEP 12020-060
(12) 3621-3604
www.officemoveis.com.br

Obs.: Pesquisa na internet indicará outros fornecedores de equipamentos e produtos para loja de açaí, que poderão estar localizados mais próximos ao local de instalação do negócio.

Normas Técnicas

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, pode 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 ABNT (Associação Brasileira de Normas técnicas).

As normas técnicas NBR ISO 22000 - Sistemas de gestão da segurança de alimentos - Requisitos para qualquer organização na cadeia produtiva de alimentos e ABNT NBR 15635:2008 - Serviços de alimentação - Requisitos de boas práticas higiênico-sanitárias e controles operacionais essenciais são aplicáveis ao negócio.

Glossário

Açaí: Fruto do açaizeiro, palmeira nativa da Amazônia, da qual também se extrai o palmito. Seu suco é grosso e cremoso, de cor arroxeada, quase preta. É ainda consumido na sobremesa, adoçado com açúcar e misturado com farinha de tapioca. Com ele também pode ser feito um delicioso sorvete ou refresco. Seu sabor é muito característico. (Nome científico:

Euterpe Oleracea Mart).

Açaizal Nativo: Conjunto de plantas desta palmeira que vegetam em seu habitat natural formando adensamentos populacionais de várias densidades.

Acondicionamento: Embalagem em recipientes adequados para a preservação das boas qualidades dos frutos ou sementes.

Aerênquima: Parênquima (tecido vegetal constituído por células de membranas finas e não-lignificadas, que têm função de armazenar produtos de reserva para a planta), com grandes espaços intercelulares aeríferos. Possuem aerênquima bem visível muitas plantas aquáticas submersas ou as palustres que desenvolvem alguns de seus órgãos em meio pobre em oxigênio.

Antocianinas: Pigmentos naturais de natureza glicosídica, pertencentes à família dos flavonóides, são as responsáveis pela cor do açaí. Nos animais têm a função antioxidante e asseguram melhor circulação sanguínea e protegem o organismo contra o acúmulo de placas de gorduras, que podem levar a arteriosclerose nos humanos.

Batelada: Quantidade de matéria-prima utilizada num ciclo de processamento.

Bolores: Denominação vulgar aos fungos que proliferam sobre a matéria úmida susceptível à fermentação.

Branqueamento: Tratamento térmico aplicado em frutas e hortaliças, com objetivo de retirar ar dos tecidos, inativar enzimas, facilitar a limpeza e, no caso de frutos do açaizeiro, o despulpamento.

Desidratado por atomização: Desidratação em equipamento conhecido como "spray dryer".

Despulpamento: Remoção da polpa ou mesocarpo do fruto do açaizeiro.

Endocarpo: Parte interna do fruto que, no caso do fruto do açaizeiro, corresponde à semente.

Epicarpo: Parte externa dos frutos que corresponde, no caso de frutos do açaizeiro, à casca.

Fitossanitário: Corresponde ao aspecto sanitário de um vegetal relativo à ocorrência de insetos-pragas e doenças.

Fitoterápicos: Produtos extraídos de plantas que se prestam para o tratamento de doenças dos animais e do homem.

Leveduras: São fungos responsáveis pela fermentação, como a que ocorre nos frutos do açaizeiro.

Mesocarpo ou polpa: Parte interna comestível do fruto do açaizeiro, situada entre o epicarpo e o endocarpo.

Mix: Formulações em que o açaí é comercializado em mistura com xarope de guaraná, banana e outras frutas frescas, secas ou cristalizadas.

Percibilidade: Está associada à fermentação do açaí, seja em prateleira ou sob refrigeração.

Polifenoloxidase: Enzima que pode estar associada à degradação ou fermentação do açaí.

Propriedades organolépticas: Referem-se aos alimentos que estão em condições adequadas para serem ingeridos.

Qualidade sensorial: Conjunto de características relativas ao uso dos órgãos dos sentidos que diferencia um produto. Importante na determinação do grau de aceitação do produto pelo consumidor.

Refino: Submeter o produto obtido pelo processamento a tratamentos que melhorem a sua qualidade microbiológica (ex. pasteurização).

Tecido endospermático: Tecido que forma o endosperma ou albume, que envolve o embrião de algumas sementes.

Termoresistentes: Refere-se às enzimas que são capazes de sobreviver a tratamentos térmicos elevados, com perdas de suas atividades, mas sem inativação total. Têm como característica a capacidade de regeneração ao encontrar as condições térmicas favoráveis ao seu crescimento.

Valor calórico: Corresponde ao valor total de energia (kcal)

fornecido pelos macronutrientes (carboidratos, lipídios e proteínas) que constituem o alimento.

Dicas do Negócio

- É importante, para se tornar mais competitivo, dimensionar o conjunto de serviços que serão agregados; avaliar o custo-benefício desses serviços é vital para a sobrevivência do negócio, porque pode representar um elevado custo sem geração do mesmo volume de receitas.
- Investir na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais com respeito a estacionamento.
- Procurar fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como: remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos produtos ofertados.
- A presença do proprietário em tempo integral é fundamental para o sucesso do empreendimento.
- O empreendedor deve ser criativo e ousado validando conceitos de comunicação inovadores, de forma que consiga manter o empreendimento em evidência no mercado e diante dos consumidores atuais e potenciais.
- Manter-se atento para os altos riscos da perecibilidade dos produtos ofertados, o que pode gerar problemas à saúde dos clientes e prejuízos ao empresário.

Características específicas do empreendedor

É aconselhável uma auto-análise para verificar qual a situação do futuro empreendedor frente a esse conjunto de características e identificar oportunidades de desenvolvimento. A seguir, algumas características desejáveis ao empresário

desse ramo.

- Ter paixão pela atividade e conhecer bem o ramo de negócio;
- Pesquisar e observar permanentemente o mercado onde está instalado, promovendo ajustes e adaptações no negócio;
- Ter atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias;
- Acompanhar o desempenho dos concorrentes;
- Saber administrar todas as áreas internas da empresa;
- Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos;
- Ter visão clara de onde quer chegar;
- Planejar e acompanhar o desempenho da empresa;
- Ser persistente e não desistir dos seus objetivos;
- Manter o foco definido para a atividade empresarial;
- Ter coragem para assumir riscos calculados;
- Estar sempre disposto a inovar e promover mudanças;
- Ter grande capacidade para perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las;
- Ter habilidade para liderar a equipe de profissionais da loja de açaí.

Bibliografia Complementar

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

ANDRADE, Patrícia Carlos de. Oriente-se: guia de profissões e mercado de trabalho. Rio de Janeiro: Ed. Oriente-se, 2000.

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

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. Dominando os Desafios do

Empreendedor. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2004.

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

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

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

EDITORIA ABRIL. O Açaí na trilha do kiwi – Revista Veja. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/110407/p_102.shtml>. Acesso em 02 de março de 2011.

EMBRAPA. Sistema de Produção do Açaí. Disponível em: <<http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Acai/Sistema>>. Acesso em 01 de março de 2011.

FECOMERCIÁRIOS, Federação dos Trabalhadores no Comércio de São Paulo. Convenção Coletiva 2010-2011. Disponível em <http://www.fecesp.org.br/imagens/CCT_Sincopecas2010-2011.pdf>. Acesso em 18 de março de 2011.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

MIXER BRASIL. Como montar uma loja de Açaí. Disponível em: <<http://www.mixersbrasil.com.br/como-montar-uma-loja-de-sucesso-segm>>. Acesso em 01 de março de 2011.



PARENTE, Juracy. Varejo no Brasil. São Paulo: Ed Atlas, 2000.

PORTAL ADMINISTRADORES. Sugestão de sistemas de gestão empresarial. Disponível em <
<http://www.administradores.com.br/aperfeicoamento/software/>
>. Acesso em 09 de março de 2011.

RATTO, LUIZ. Comercio – Um Mundo de Negócios. Rio de Janeiro: Ed. SENAC Nacional, 2004.

SEBRAE. Pesquisa de softwares de gestão empresarial. Disponível em <
<http://www.busca.sebrae.com.br/search?btnG.x=0&btnG.y=0&btnG=Pesq>
>. Acesso em 09 de março de 2011 – sugestão de sistemas de gestão empresarial.

SILVA, José Pereira. Análise Financeira das Empresas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.