



ideias de
negócios

Como montar um serviço de representação comercial



EMPREENDEDORISMO

Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

José Roberto Tadros

Diretor Presidente

Carlos Carmo Andrade Melles

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Eduardo Diogo

Unidade de Gestão de Soluções

Diego Demetrio

Coordenação

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Luciana Macedo de Almeida

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

www.staffart.com.br

Sumário

1.	1
2. Mercado	2
3.	3
4.	4
5. Estrutura	5
6. Pessoal	6
7. Equipamentos	7
8.	8
9.	9
10.	9
11.	10
12. Investimento	11
13.	11
14. Custos	13
15.	15
16.	16
17.	17
18. Eventos	20
19.	21
20.	21
21.	22
22.	22
23.	23
24.	24
25.	25
26.	26

Sumário

27.	27
28.	28

1.

O representante comercial atua no processo de distribuição em diversos negócios, facilita o relacionamento entre o produtor e fornecedor do produto e o cliente.

Representação comercial é um negócio que está relacionado à intermediação, facilitando o relacionamento entre o produtor ou fornecedor do produto e/ou serviço e o cliente. O representante comercial atua no processo de distribuição dos mais diversos segmentos de negócios, sempre com o objetivo de oferecer produtos de forma qualificada e eficiente.

Dentre as atribuições de uma representação comercial podemos citar:

- • Administrar a carteira de clientes;
- • Prospectar novos clientes;
- • Elaborar propostas personalizadas;
- • Informar sobre novos produtos, serviços ou fornecedores;
- • Fazer demonstrações em eventos e feiras;
- • Sondar as necessidades e expectativas do público alvo;
- • Apresentar de modo eficaz as soluções que a empresa oferece;
- • Efetivar vendas e comunicar os fornecedores;
- • Enviar relatórios sobre as tendências do mercado;
- • Avaliar e mensurar a satisfação do cliente
- • Realizar cobranças para as empresas representadas

As empresas de representação comercial, geralmente atuam em segmentos específicos do mercado, para atender empresas de atacado, de varejo e distribuidores, fazendo a intermediação entre as indústrias e o comércio.

Os representantes comerciais não possuem vínculo empregatício, a relação ocorre via contrato de prestação de serviços, onde a forma de remuneração é comissão de vendas, bônus e prêmios por metas alcançadas e em alguns casos ajuda de custo e salário.

A representação comercial é uma atividade dinâmica, que exige habilidade em comunicação, vendas, identificação de possíveis clientes e relacionamento entre empresas. Otimismo, proatividade e senso de oportunidade são os requisitos mais procurados num bom representante.

O empreendedor que deseja iniciar uma representação comercial, precisa estar ciente que este modelo de negócio exige o domínio de técnicas de vendas, conhecimento técnico dos produtos e/ou serviços que serão representados e que a determinação e comprometimento são determinantes para o sucesso da empresa.

2. Mercado

Os setores comerciais de atacado e de distribuição passam por constantes variações, diretamente dependentes da situação econômica do país, dos Estados e dos municípios. Nesse contexto, o exercício das atividades profissionais de representação comercial torna-se imprescindível para o desenvolvimento sustentável destas atividades econômicas. Vamos conhecer alguns fatores que influenciam este mercado:

- • **Expectativa:** A representação comercial representa a melhor opção para as empresas de atacado e varejo, que desejam distribuir seus novos produtos ou serviços aos consumidores ou que desejam abrir novos mercados de consumo em regiões mais distantes ou em crescimento no Brasil, segundo pesquisa da **Venda Mais em 2016**.
- • **Cenário:** A representação comercial é um dos setores mais importantes na economia, principalmente em virtude do desenvolvimento econômico e das variações constantes na economia, dentro de um sistema que tende a ser cada vez mais globalizado. Os profissionais que atuam neste segmento, parecem ser imunes as oscilações do mercado, mesmo em tempos de crise a demanda por representantes comerciais é alta. O Brasil possui mais de 600.000 empresas de representação, sendo que grande parte dos representantes autônomos são informais. A informalidade limita a atuação do representante e abre oportunidades para empresas formalizadas que conseguem melhores contratos e investem em estrutura para atender as empresas representadas. Dados do comércio varejista podem ser consultados no **PAC IBGE 2018**.
- • **Maturidade do setor:** O setor evoluiu e junto com ele as competências e habilidade do representante comercial. A maturidade do setor exige profissionais com conhecimentos mais amplos sobre gestão comercial e um olhar mais preciso na definição das estratégias de vendas. Mais do que enfatizar o produto ou serviço, o representante comercial age com total foco no cliente. Para ele o importante é entender quais são suas necessidades, dúvidas e inseguranças, para então orientá-lo para a melhor decisão.
- • **Comportamento do Consumidor:** A internet mudou completamente o comportamento do consumidor atual. Em 2018, de acordo com a **39ª edição do Webshoppers**, desenvolvido pela **Ebit Nielsen**, o e-commerce brasileiro apresentou crescimento nominal de 12% no volume de pedidos e ganhou 10 milhões de consumidores que fizeram, pela primeira vez, uma compra online. O representante comercial deve analisar e compreender o fato de que o consumidor final possui um novo perfil, mantém novos focos, apresenta novas metas e, por fim, é mais impaciente com relação à qualidade dos produtos.
- • **Tendências de consumo:** Para 2020, a **WGSN Mindset**, antecipa a

tendência de um “**Consumidor Ultradinâmico**”, que traz seis macro tendências que identificam o que está por trás desta mudança no comportamento do consumidor, relacionada com: compras realizadas por dispositivos móveis; conexões humanas; confiança nas marcas; preocupações climáticas; envelhecimento populacional; e economia do compartilhamento. Os novos consumidores estudam as marcas, sabem do seu impacto na sociedade e principalmente se os produtos e serviços estão alinhados com suas reais necessidades.

- **Nicho de mercado:** Com a expansão das comunicações e da forma de acesso, as empresas procuram ampliar seu raio geográfico de vendas, buscando estabelecer canais de distribuição para os seus produtos nas mais diversas regiões do país. Nesse sentido o representante comercial é um instrumento eficiente para penetração em mercados mais distanciados dos grandes centros.

3.

A localização de uma **representação comercial**, pode parecer que não é importante, mas na fase inicial de um empreendimento exigirá que você tome decisões que impactarão significativamente no sucesso do negócio.

A decisão de onde será montado a empresa de representação comercial, quando precedida de muita análise e planejamento, tem grandes chances de aumentar as oportunidades de negócios.

Confira algumas dicas para fazer a escolha correta.

1 - Empresa na própria residência.

Esta pode ser uma possibilidade para quem está iniciando, o que reduz sensivelmente os custos de instalação. Mesmo sendo na própria residência, é uma empresa e precisa atender as normas legais de abertura, veja mais detalhes no capítulo - **Exigências Legais e Específicas**

2 - Atendimento Virtual: Atualmente os modelos de comunicação, permitem que muitos escritórios de representação atendam no formato virtual, sem a necessidade do escritório físico.

3 - Coworking: Este modelo vem ganhando a preferência de vários representantes comerciais. São espaços compartilhados de trabalho no qual você pode alugar salas ou mesas para reuniões, ou escritórios virtuais.

4 - Espaço comercial físico: Para aqueles que desejam ter uma estrutura física, a localização do empreendimento deve atender algumas necessidades básicas:

- Facilidade de acesso para clientes e funcionários;

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

A escolha da localização requer um bom planejamento, evitar erros e altos gastos desnecessários é importante para quem está começando.

4.

Para abrir uma empresa de **Representação Comercial**, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido.

Leia mais sobre este assunto no capítulo - **Informações Fiscais e Tributárias**.

O contador, profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa e conhecedor da legislação tributária, poderá auxiliar o empreendedor neste processo.

Para abertura e registro de uma empresa de **Representação Comercial** é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- • Registro Empresarial na Junta Comercial;
- • Obtenção do CNPJ na Secretaria da Receita Federal;
- • Secretaria Estadual de Fazenda;
- • Registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- • Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
 - • Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
 - • Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o “Habite-se” pela prefeitura.
 - • Alvará de licença da Vigilância Sanitária
 - • Registro no Conselho Regional dos Representantes Comerciais - CORE

Informações Gerais:

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

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

A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças etc.

Nota!

O registro de qualquer Representante Comercial conforme imposição da Lei 4886/65, alterada pela Lei 8420/92 é obrigatório, sob pena de incorrer no exercício ilegal da função, devendo o Representante Comercial registrar-se no Conselho Regional de onde encontra-se domiciliado no caso de Pessoa Física ou onde encontra-se sediada a empresa no caso de Pessoa Jurídica. Necessário fazer contato com o Conselho Regional do seu Estado (CORE).

5. Estrutura

A estrutura de uma representação comercial dependerá das características do trabalho a ser realizado, considerando os produtos, as exigências das empresas representadas, a região de atuação, o perfil dos clientes e outros fatores considerados relevantes.

Se o empreendedor optar por ambientes compartilhados como coworking, pode escolher a melhor opção em sua região.

No caso de optar pelo escritório na própria residência, é importante analisar se possui estrutura para uma reunião, vídeo conferencia etc. Como sugestão o escritório pode ser na residência, mas as reuniões podem ser em coworking apropriados para reuniões empresariais.

O mais importante é que independente da escolha do empreendedor, o local precisa ser agradável, confortável e com muita praticidade para receber os clientes e ampliar as oportunidades de negócios.

Preparamos algumas dicas para ajudar na estrutura de um local apropriado para sua representação comercial:

- **Recepção:** Esta área é destinada à exposição dos produtos e recepção dos clientes ou empresas representadas. O espaço deve ser bem planejado e recomenda-

se evitar poluição visual, proporcionar boa iluminação e ventilação para que haja conforto tanto para as pessoas que trabalham na empresa quanto para clientes.

- • **Sala de trabalho:** área em que serão dispostos os computadores e mesas para o desenvolvimento dos serviços relacionados à representação propriamente dita, devendo ser montado ilhas de trabalho, facilitando assim o desenvolvimento da atividade principal da empresa.

- • **Sala de reunião:** espaço destinado à realização de reunião com os clientes, visando direcionar os trabalhos de representação a ser proposta junto ao cliente. Esse mesmo espaço deverá ser utilizado para as reuniões de alinhamento dos trabalhos com a equipe externa.

- • **Depósito:** Espaço destinado as mercadorias, que podem ser os mostruários ou produtos que serão retirados na empresa ou entregues aos clientes. O depósito precisa condicionar as mercadorias conforme especificações das empresas representadas.

Para a estrutura acima, estimamos uma área de 60 a 80m², mas é importante lembrar que a estrutura pode mudar radicalmente se a opção do empreendedor seguir para o modelo virtual e/ou estruturas de coworking. Consulte o capítulo **Equipamentos** para conhecer detalhadamente tudo o que é necessário para o bom funcionamento de uma **representação comercial**.

6. Pessoal

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento.

Na fase inicial pode contar com poucos profissionais e ao longo do tempo com a expansão do negócio e novas representações, pode-se contratar novos representantes e a equipe de apoio.

Independentemente do tamanho a empresa e de quantos profissionais irão trabalhar na representação comercial, é importante conhecer as características dos profissionais para este segmento:

1 – Representantes comerciais: O atendimento personalizado e qualificado é um item que merece a maior atenção do empresário. Esse tipo de negócio é construído em cima da reputação pessoal do representante comercial. A fidelização de clientes está diretamente relacionada com a credibilidade, confiança, ética, respeito e a capacidade de apresentar soluções para o sucesso do cliente.

Algumas características de um bom representante comercial:

- Facilidade de comunicação;
- Experiência com vendas e atendimento ao cliente;
- Dinamismo para tomar decisões rápidas;
- Determinação para superar metas;

- Postura de liderança para os representantes comerciais;
- Ser confiante, acreditar no negócio;
- Senso de organização;
- Persistência e comprometimento;
- Empatia para entender a necessidade dos clientes;
- Gostar de analisar tendências de mercado;
- Confiabilidade e carisma;
- Ter disposição e gostar de viagens.

2 – Administrador: Para empresas menores ou que estão começando, esta atividade pode ser desenvolvida pelo próprio empreendedor, desde que possua as características:

- Capacidade para lidar com imprevistos;
- Reconhecer e definir problemas,
- Atuar preventivamente;
- Ter raciocínio lógico, crítico e analítico;
- Ter conhecimento de gestão empresarial.
- Habilidade de relacionamentos;
- Habilidade para negociar
- Pró atividade para antecipar soluções
- Inteligência emocional para lidar com possíveis conflitos.
- Disciplina e autocontrole

3 - Atendente: Este profissional estará diretamente em contato com os clientes, e algumas características e habilidades são fundamentais:

- Cortesia e educação para com os clientes e colegas;
- Disciplina e organização;
- Conhecimento das mercadorias e serviços representados;
- Idoneidade;
- Boa apresentação pessoal;
- Domínio de técnicas de vendas e atendimento ao público.

A capacitação dos profissionais de uma **representação comercial** é essencial para manter ou adquirir as competências necessárias para um excelente atendimento aos clientes e representatividade das empresas.

Recomenda-se a adoção de uma técnica de retenção de pessoal, desta forma a empresa diminuirá os níveis de rotatividade e obterá vantagens como a criação de vínculo entre as empresas representadas, clientes e fornecedores.

7. Equipamentos

== "Nota:"

Nota:[editar | editar código-fonte]

As representações comerciais que oferecem veículos aos representantes, precisam estar atentos os equipamentos de monitoramento, cuidados com manutenção e segurança.

Existem casos em que as empresas representadas oferecem os veículos e exigem uma série de regras para condução e manutenção.

8.

Uma empresa de **representação comercial** é uma prestação de serviços, não envolvendo a manufatura ou comércio de bens, pensando desta forma, podemos até achar que não é necessário conhecer sobre gestão de estoque.

Isso é um engano!

Atualmente as empresas de representação precisam oferecer serviços diferenciados aos seus clientes e nada mais justo que acompanhar e conhecer as técnicas de gestão de estoque, isso pode ser um grande diferencial para seu cliente e uma demonstração de profissionalismo para as empresas que representa.

Toda e qualquer empresa, precisa de uma gestão de estoque eficiente, para a qualidade dos produtos e serviços oferecidos e também ajudará na formação do capital de giro. O equilíbrio entre compra, armazenamento e consumo é medido com três importantes indicadores:

1 - Giro de estoque: Esse indicador compreende a rotatividade de cada produto e a renovação do estoque em certo período. Em outras palavras, o indicador mede a agilidade da liquidez de determinado item. Podemos dizer que aquela mercadoria que sai com muita frequência e tem muitos pedidos conta com um alto giro.

O acompanhamento periódico deste indicador permite:

- • Conhecer quais produtos estão parados, os que possuem maior movimentação e o estoque mínimo ideal para cada item.
- • Calcular corretamente a necessidade de capital de giro para manter mercadorias e matéria prima
- • Reduzir gastos desnecessários com produtos de baixo giro
- • Conhecer os itens com maior liquidez e montar estratégias de promocionais
- • Prever o comportamento dos consumidores em datas comemorativas e manter a mercadorias ou matéria prima ideal para estas datas
- • Manutenção do estoque de segurança para reduzir os riscos com imprevistos.

2 - Cobertura dos estoques: Este índice é utilizado para medir o tempo que o estoque, em determinado período, consegue cobrir as demandas futuras, sem haver a

necessidade de suprimento, ou seja, o tempo que o produto leva para sair do estoque.

3 - Nível de serviço ao cliente: Este indicador auxilia na organização e manutenção de itens que serão vendidos ou ofertados aos clientes, com este indicador é possível saber quais produtos ou serviços deixaram de ser vendidos aos clientes por não estarem a disposição da empresa.

Agora que você conhece sobre gestão de estoque, use estas informações a seu favor no momento de oferecer diferenciais aos seus clientes e demonstrar a qualidade de seus serviços as empresas que representa.

9.

== "Nota:"

Nota:[editar | editar código-fonte]

É importante entender algumas etapas ou processos podem ser definidos e obrigatórios pela empresa representada, afinal, você é o representante de um produto ou serviço oferecido por uma outra empresa.

10.

Para uma empresa de **representação comercial**, quem manda é o cliente e as empresas representadas e sabemos que a cada dia a informatização traz novidades para o nosso trabalho, então, para atender com mais brevidade, segurança e assertividade é fundamental a automação dos processos.

O mercado dispõe de excelentes sistemas de gestão, desde os gratuitos até os mais complexos que controlam quase tudo como:

- • Cadastro de clientes;
- • Análise de perfil do cliente;
- • Cadastro e canal de comunicação com representantes;
- • Pedidos em tempo real com as empresas representadas;
- • Indicadores de efetividade das propostas;
- • Relatórios de análise do mix de produtos;
- • Cálculo das comissões;
- • Relatório planejamento x metas

Para a **representação comercial** todas as informações relacionadas as vendas são de fundamental importância para efetivação de novas estratégias e tornar cada vez mais eficaz as negociações, veja:

- • Aumenta a eficiência da organização e processos produtivos, desde o planejamento até a emissão de relatórios analíticos das vendas realizadas;
 - • Amplia o nível de serviços dos representantes, pois algumas análises serão feitas rapidamente para direcionamento das ações.
 - • Os representantes terão a sua disposição todo o histórico das vendas, com isso conseguem estabelecer melhores conexões com os clientes.
 - • Alguns softwares permitem ao representante acompanhar em tempo real os processos de logística e tomar decisões diante de imprevistos.
- O empreendedor que deseja atuar na **representação comercial**, deverá analisar qual é a melhor opção para seu negócio. Um bom planejamento pode evitar gastos desnecessários ou soluções que não atendem a contento o negócio.

11.

Os canais de distribuição têm como principal objetivo garantir a disponibilidade do produto para os clientes, são divididos em dois grupos, sendo:

- **Canal Direto** – Neste canal de distribuição, a empresa é a única responsável pela entrega do produto para o consumidor. Não existe qualquer intermediário.
- **Canal Indireto** – Neste canal, os intermediários se encarregam desta entrega. Em geral, o intermediário tende a ser o varejista, atacadista e os distribuidores.
- **Canal Híbrido:** Um canal de distribuição híbrido é aquele em que a empresa utiliza intermediários, mas assume parte do processo de contato com seus clientes. Geralmente as empresas de representação comercial não estão envolvidas nos canais de distribuição, que são realizados pelas empresas representadas.

O representante comercial é um dos canais de distribuição das empresas representadas, ou seja, faz parte do processo produtivo das empresas que presta serviço.

Mesmo não fazendo parte diretamente da distribuição é fundamental conhecer todos os processos de distribuição, este conhecimento permite ajudar ou resolver problemas, como:

- • - Melhor rota a ser utilizada pela empresa de transporte;
- • - Dias e horários inviáveis para entrega;
- • - Custo de ajudantes ou equipe de apoio;
- • - Características do estabelecimento do cliente.

A representação comercial pode ser um grande aliado das empresas representadas, indicando as melhores soluções e processos rápidos para a distribuição dos produtos ou serviços.

Conforme artigo do Sebrae sobre canais de distribuição, para a escolha ideal dos canais de distribuição é importante analisar alguns aspectos:

- Avaliar mercados reais e potenciais;
 - Determinar as características, os comportamentos e as necessidades dos clientes, assim como a quantidade, a dispersão geográfica e a frequência de compra;
 - Determinar as características essenciais dos produtos quanto à perecibilidade, dimensões e grau de padronização;
 - Definir as características dos intermediários quanto ao tipo de transporte, ao sistema de equipamentos e armazenagem utilizado, à tecnologia da informação, entre outros;
 - Avaliar as características ambientais relativas às condições locais, à umidade e à temperatura;
 - Avaliar as empresas envolvidas quanto à solidez financeira, aos produtos, aos níveis de serviço, ao marketing e à marca, entre outras características importantes.
- Atualmente os canais de distribuição contam com a ajuda dos multicanais de comunicação (wase, WhatsApp, facebook etc) para potencializar, agilizar e dar segurança a distribuição de seus produtos e serviços. Isso não é diferente em uma **representação comercial**.

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

12. Investimento

== "Nota:"

Nota:[editar | editar código-fonte]

Não estão considerados gastos relativos à aquisição de veículo para visita aos clientes, pois ele poderá ser alugado e até mesmo o espaço físico para a prestação dos serviços por ser possível a utilização do espaço da própria residência.

A organização e o planejamento são essenciais para a **Representação comercial**, portanto recomendamos que o empreendedor planeje seus gastos, crie um plano de negócio e faça a gestão do seu negócio de forma profissional.

13.

Toda **representação comercial** pressupõe a organização de uma estrutura de recursos humanos, rede de contatos e também planejamento para execução dos

serviços.

Sendo, portanto, uma atividade que trabalha com conhecimento, capacidade de persuasão, tem igualmente como qualquer outra atividade ou empresa a necessidade de saber administrar e controlar seu Capital de Giro.

O capital de giro é o valor para custeio das atividades de representação comercial, tais como as despesas operacionais rotineiras.

É o capital de giro que assegura que haja condições de comprar insumos para a execução dos serviços, pagar os gastos com deslocamento, além do pagamento de impostos, salários e outras despesas operacionais.

Na atividade de **representação comercial** ele é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos para pagamento de fornecedores (PMF) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Sendo assim, quanto maior o prazo concedido aos clientes, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto é necessário saber o limite de prazo a ser concedido e praticado ao cliente, melhorando desta maneira a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

Se o prazo médio a ser praticado com os fornecedores, salários, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios concedidos ao cliente para pagamento da representação comercial, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa.

Daí a necessidade de documentar os processos financeiros, renegociar dívidas, caso as tenham, ter controle do fluxo de caixa e prezar sempre pela redução de custos.

Nesse tipo de negócio, a necessidade de capital de giro pode representar cerca de 20% a 30% do investimento inicial. Este valor é só uma estimativa e poderá variar significativamente dependendo das particularidades do empreendimento definidos no Plano de Negócios.

Planeje de forma equilibrada o Capital de Giro atentando-se a alguns pontos básicos:

1. **Atenção as despesas e custos:** Um ponto de muita importância é trabalhar constantemente pela redução das despesas e custos do negócio. Para isso, é importante que se desenvolva uma análise profunda dessas contas para entender onde os cortes podem ser realizados sem impacto na qualidade dos serviços.

2. **Tenha disciplina na gestão financeira do negócio.** Sabemos que gerir a parte financeira da empresa é um trabalho um tanto quanto burocrático e maçante. Mas não tem jeito, é importante ser chato e manter a disciplina no negócio, daí a necessidade de anotar e controlar cada centavo que entra e sai da empresa;

3. **Negocie os prazos de pagamento com seus fornecedores.** É sempre bom lembrar que o prazo de pagamento a fornecedores está diretamente associado à

necessidade de capital de giro, pois quanto antes se paga, mais rapidamente o dinheiro sai do caixa. Assim, conseguir maior folga com os fornecedores sempre é vantagem. Pagar rápido só é vantagem quando se tem um bom desconto;

4. **Reveja as formas de recebimento.** Em contrapartida, negociar com os seus clientes também é boa forma de melhorar o caixa, pois possibilita à empresa receber com maior agilidade.

Uma das causas mais comuns da falta de capital de giro é um grande descasamento entre a hora de receber e o momento de pagar. Sabemos que seus concorrentes talvez tenham condições de pagamento facilitadas. Para compensar, uma das saídas possa ser apostar nos diferenciais.

Invista em controles financeiros, tenha disciplina, acompanhe o fluxo de caixa, analise relatórios financeiros.

Saiba quanto, e onde você gasta cada centavo, é aconselhável reservar um percentual do investimento total para composição de seu Capital de Giro.

14. Custos

Uma **representação comercial** lida com diferentes empresas todos os dias, o tempo todo. E isso quer dizer que se trata de um modelo de negócio que depende unicamente da aceitação de outras empresas (seu público) para conseguir lucrar no final do mês.

O planejamento financeiro, é uma exigência para que uma empresa de representação comercial possa continuar funcionando com tranquilidade e segurança, possibilitando ao empresário – representante comercial – condições de administrar seu empreendimento e fazer as previsões necessárias, seja para gerar novos negócios, seja para reduzir custos.

Para uma empresa de **representação comercial** destacamos 3 grupos de famílias de custos, são eles, **os custos variáveis, custos fixos e despesas comerciais**.

Explorando cada um deles, de uma forma mais simples, podemos dizer que:

1 – Custos variáveis: São gastos que ocorrerão em função da prestação dos serviços aos clientes, tais como:

- • Deslocamentos;
- • Insumos nas prestações destes serviços;
- • Materiais aplicados nos serviços.

2 – Custos Fixos: Já os “Custos Fixos” são todos os gastos que a empresa de terá em sua operação, não relacionados diretamente a nenhum serviço.

Alertamos que a medida que os negócios cresçam um novo planejamento se faz necessário e em consequência a estrutura e os custos aqui apresentados, devem ser repensados e estruturados conforme o seu Plano de Negócios.

Os valores apresentados a seguir são meramente referenciais, para fins de estimativa dos custos fixos, variando de empresa para empresa, localização regional e outras variáveis.

A atividade de **representação comercial** pode ser executada pelo próprio dono, portanto sua estrutura de custos no início de sua atividade é modesta. Para nosso exemplo nos baseamos na estrutura de um **MEI – Microempreendedor Individual**, que pode contratar até 1 funcionário registrado.

Custos Fixos

Salários *

R\$ 1.000,00

Aluguel, taxa de condomínio, IPTU **

R\$ 900,00

Luz, telefone e acesso à internet

R\$ 400,00

Produtos para higiene e limpeza

R\$ 50,00

Despesas com material de escritório

R\$ 100,00

Contador

R\$ 900,00

Propaganda e publicidade da empresa

R\$ 500,00

Total

R\$ 3.850,00

* Contratação de uma Auxiliar Administrativa. Incluir todos os encargos sobre os salários nessa conta.

** Chamamos a atenção para a possibilidade de redução significativa destes gastos em especial para uma representação comercial que está iniciando, que é montá-lo em espaços denominados “coworkings”

Coworkings - São espaços compartilhados de trabalho no qual você pode alugar um posto fixo de trabalho (salas ou mesas), salas de reunião ou até mesmo escritórios virtuais, hospedando apenas o seu CNPJ. Economiza-se com energia elétrica, gastos com telefonia, internet, além de ter toda uma estrutura para atendimento a seus clientes.

3 – Despesas Comerciais: As “Despesas Comerciais” são os gastos que variam conforme o volume de vendas e o volume de clientes.

Como exemplos destacamos:

- • Impostos diretos sobre as vendas (dependerá diretamente do regime tributário escolhido, consulte um contador);
 - • Comissões de vendas (caso a empresa adote esta política, definir seu percentual);
 - • Taxas cobradas pelos meios de pagamento (cartões crédito/débito, boleto bancário) caso sejam estas a forma de recebimentos.
- Finalizando, organizar finanças é uma habilidade que qualquer pessoa pode – e deve – desenvolver. Ter o controle financeiro na ponta do lápis é um diferencial para tornar sua prática profissional a mais lucrativa possível.

15.

O empreendedor de uma **representação comercial**, precisa estar atento às oportunidades, especialmente aquelas que podem diversificar o seu negócio e aumentar o valor médio gasto pelos clientes em seu estabelecimento.

Ao agregar valor que por definição é incluir inovações e diferenciais, a **representação comercial** aumentará as chances de o cliente escolher seus produtos e serviços em relação a outros concorrentes.

Veja algumas dicas para agregar valor e diversificar sua **representação comercial**:

- • **Investir em pesquisas:** Para agregar valor é fundamental investir tempo e recursos em pesquisas. O processo de pesquisa economiza grandes esforços futuros em negociações que não teriam chance alguma de dar certo.
- • **Saber ouvir para entender o cliente:** Entender as necessidades do cliente é fundamental para que uma **representação comercial** consiga realizar excelentes negociações. Saber ouvir é entender quais são os pontos ocultos de interesse do cliente, quais são seus valores e o que motiva a compra.
- • **Objetividade e transparência:** Os valores e objetivos precisam estar totalmente transparentes no processo de negociação. O cliente precisa ter segurança e entender quais são as motivações do **representante comercial** ao oferecer seus produtos ou serviços.
- • **Paciência e moderação:** No passado o mais importante era finalizar a negociação o mais rápido possível, isso mudou, hoje o cliente tem a informação a seu favor e forçar uma venda pode corromper o relacionamento com o cliente. Para agregar valor é importante ser paciente, conhecer e moderar os processos de venda para chegar ao final sem dúvidas que comprometam novas negociações.
- • **De representante para consultor:** No modelo atual, o representante comercial tem o foco na experiência do cliente. Para alcançar o papel de consultor o representante precisa conhecer bem os seus produtos, saber todos os seus

diferenciais, como está o mercado, quais são as tendências e mais do que isso, ele precisa conhecer as expectativas do cliente com relação ao seu produto ou serviço.

- Com estas dicas a representação comercial agregará valor aos processos de vendas, mas é importante **diversificar**, veja estas dicas:
 - **Invista em estrutura:** Uma empresa de representação, precisa oferecer aos seus representantes suporte técnico, equipe de apoio administrativo e tecnológico para que eles estejam motivados a enfrentar os desafios e trazer excelentes resultados.
 - **Faça da tecnologia um aliado:** Foi o tempo que tudo era controlado em uma planilha. Hoje a tecnologia tem um papel fundamental para a gestão da representação comercial e também para efetivação de vendas.
 - **Invista em multicanais de vendas:** A representação comercial precisa atender o cliente por multicanais de comunicação, como telefone, WhatsApp, e-mail, Facebook, Instagram etc.
 - **Seja um treinador e estrategista em vendas:** Treine sua equipe, apresente estratégias, forme um time especializado em ganhar credibilidade junto aos clientes. Não espere a empresa representada oferecer treinamento, antecipe resultados.
 - **Defina sua lista de representadas:** Ampliar as empresas representadas e um excelente negócio, pois você conquista novas áreas para crescer, aumenta sua oferta de produtos ou serviços e pode conquistar novos clientes. Mas cuidado com a ganancia de atender muitas representadas, seja seletivo e fique atendo a sua estrutura. No intuito de atender todas, pode ficar sem nenhuma. Estas são algumas ações que podem ajudar a agregar valor e diversificar sua **representação comercial**, mas é importante ressaltar que assim como qualquer outro negócio é essencial estar atentos as novidades do mercado, ouvir seus clientes, buscar diferencia e sempre oferecer o que há de melhor no segmento.

16.

Os meios para divulgação de uma **representação comercial** variam de acordo com o porte e o público-alvo escolhido. Negócios dessa natureza requerem contato pessoal e ainda são valorizados os atributos atitudinais e comportamentais dos representantes. Nos primeiros meses de existência da empresa é fundamental o contato pessoal. Com o crescimento da confiança por parte dos clientes os pedidos podem ser realizados por multicanais de comunicação.

Algumas dicas importantes maximizar as ações de divulgação:

- **Apresentação profissional:** Desenvolva um conteúdo explicativo sobre o que você tem a oferecer e quem é voce. Defina os principais serviços que oferta de forma clara, aponte clientes atendidos e exponha seus valores e objetivos.
- **Redes sociais:** Os perfis sociais, atualmente são os melhores meios de divulgação de serviços e profissionais. Explore ao máximo todos os canais de

distribuição nas redes sociais – Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter e outros que promovem a visibilidade profissional e de serviços.

- **Site Empresarial:** O site é seu espaço individual para mostrar quem é você, suas representadas e seus diferenciais. Um site bem montado, com aspectos profissionais, pode engajar melhor seus potenciais clientes e passar confiabilidade. Seu site deve estar associado a todas as suas redes sociais.

- **Network:** A melhor forma de aumentar sua rede é participar de feiras, palestras e encontros profissionais, mas lembre-se, o foco aqui é criar um vínculo profissional e nunca esqueça do seu cartão de visita.

- Invista tempo para conhecer todas as alternativas de divulgação. Os clientes e novas empresas e fornecedores, não irão até sua representação sem um esforço de divulgação. Atualmente existem inúmeras estratégias de divulgação gratuitas outras que podem ser feitas com baixo investimento. E lembre-se que não existe uma regra: o que funciona para um nicho de negócio, pode não funcionar para outro. Por isso, é importante planejar as ações e conhecer cada vez mais o público que se deseja atingir.

17.

As informações fiscais e tributárias serão diferenciadas em decorrência da opção do regime tributário escolhido pelo empreendedor.

Exemplo 1: Representação Comercial optante do SIMPLES Nacional

O segmento de REPRESENTAÇÃO COMERCIAL, assim entendido pela **CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 4619-2/00**

Como atividade de exploração de representantes comerciais e agentes do comércio de mercadorias em geral, isto é, sem predominância de mercadorias ou grupo de mercadorias específicas, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela **Lei Complementar nº 123/2006**, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa e R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no

Portal do SIMPLES Nacional:

<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>

- **IRPJ** (imposto de renda da pessoa jurídica);
- **CSLL** (contribuição social sobre o lucro);

- **PIS** (programa de integração social);
- **COFINS** (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- **ISSQN** (imposto sobre prestação de serviços de qualquer natureza)
- **INSS** (contribuição para a Seguridade Social relativa à parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006 e alterações, este ramo de atividade é tributado pelo anexo V do SIMPLES Nacional e as alíquotas variam de 15,5% a 30,5%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. O anexo V está sujeita à avaliação da aplicação do fator R, com alíquotas menores, trazendo uma economia tributária para a empresa. Consulte a orientação de um contador sobre a sistemática do fator R. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Exemplo 2: Loja de Animais - Pet Shop NÃO optante do SIMPLES Nacional

Alguns empreendedores podem não optar pelo Simples Nacional, ou o tipo de atividade não é permitido, veja o anexo do Comitê Gestor do Simples Nacional - Resolução CGSN nº 119, de 19 de dezembro de 2014

Para estes casos há os regimes de tributação abaixo:

1 - Lucro Presumido: É a apuração do tributo sobre o lucro que se presume através da receita bruta de vendas de mercadorias e/ou prestação de serviços. Trata-se de uma forma de tributação simplificada utilizada para determinar a base de cálculo dos tributos sobre o lucro das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração pelo Lucro Real. Nesse regime, a apuração dos tributos é feita trimestralmente.

A base de cálculo para determinação do valor presumido varia de acordo com a atividade da empresa. Sobre o resultado da equação: Receita Bruta x 32%, aplica-se as alíquotas de:

IRPJ - 15%.

Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, no mês, ou R\$ 60 mil, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;

CSLL - 9%.

Não há adicional de imposto.

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

PIS - 0,65%

sobre a receita bruta total;

COFINS – 3%

sobre a receita bruta total.

2 - Lucro Real: É o cálculo do tributo sobre o lucro líquido e a empresa realmente obteve no período de apuração, ajustado pelas adições, exclusões ou compensações estabelecidas em nossa legislação tributária. Este sistema é o mais complexo, mas

poderá ser mais vantajoso em comparação com lucro presumido e por isso, deverá ser bem avaliado por um contador. As alíquotas para este tipo de tributação são:

IRPJ - 15%.

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

CSLL - 9%.

determinada nas mesmas condições do IRPJ;

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

PIS - 1,65%

sobre a receita bruta total, compensável;

COFINS - 7,65%

sobre a receita bruta total, compensável.

Incidem também sobre a receita bruta o imposto municipal:

ISSQN - Em regra geral, as alíquotas variam conforme cada município, entre 2% e 5%.

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

INSS - Valor devido pela Empresa - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;

INSS - Autônomos - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11% da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos, observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social -

GPS).

RAT – Risco de Ambiente do Trabalho – de 1% a 3% sobre a folha de pagamento de salários dependendo do grau de risco da atividade econômica, recolhida junto com a guia de INSS.

INSS Terceiros – Contribuições Sociais recolhidas junto com a guia de INSS, calculada sobre a folha de pagamento com alíquota entre 0,8% a 7,7% dependendo da atividade econômica, destinadas aos serviços sociais e de formação profissional tais como: SESI, SESC, SENAI, SEBRAE, Incra, dentre outros.

FGTS – Fundo de Garantia por tempo de serviço, incide sobre o valor da folha de salários a alíquota de 8%.

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

seu caso.

18. Eventos

O empreendedor que deseja atuar com **representação comercial**, deve estar sempre em contato com as entidades e associações para obter informações sobre os eventos relacionados segmento.

Os eventos como feiras, rodada de negócios, congressos, etc., são muito importantes para que o empresário se mantenha atualizado sobre as tendências de mercado, tendo a oportunidade de conhecer novos produtos e tecnologias, novos fornecedores e realizar parcerias, ou seja, ter novas oportunidades para fazer bons negócios.

- • **Expo Brasil Feiras**
<http://www.expobrasilfeiras.com.br/home.asp>
- • **Feiras do Brasil**
<http://www.feirasdobrasil.com.br/revista.asp?area=noticias&codigo=62124+>
- • **Feiras de negócios**
<http://feirasenegocios.com.br/eventos/>
- • **Agrishow**
<https://www.agrishow.com.br/pt/Home.html>
- • **Feiplastic**
<https://www.feiplastic.com.br/pt-br.html>
- • **Expovendamaís**
<https://www.expovendamaís.com.br/>
- • **Feira do Mercado Promocional - Brazil Promotion**
<https://www.brazilpromotion.com.br/>
- • **Confere - Eventos**
<http://www.confere.org.br/eventos.html>

- • **Feira do Empreendedor Sebrae**

A feira será uma excelente oportunidade para fechar novos negócios e estar totalmente atualizado com o que há de mais novo no mundo empresarial.

<https://feiradoempreendedor.sebraesp.com.br/>

Selecionamos alguns dos eventos importantes para o segmento de representação comercial, é fundamental que o empreendedor, procure eventos, feiras e palestras que agreguem valor ao seu negócio e aos profissionais envolvidos.

19.

As **representações comerciais** precisam buscar em seu estado e município os sindicatos do setor que estão representando.

Conhecer as principais entidades do setor é fundamental para buscar informações, manter-se atualizado e ter o amparo necessário em situações mais complexas.

- • **Representantes Brasil**

<http://www.representantes.org.br/?oportunidades&cpt=11&list>

- • **Conselho Federal dos Representantes Comerciais - CONFERE**

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

- • **PROCON -Coordenadoria de Proteção e Defesa do Consumidor**

<http://www.procon.sp.gov.br/texto.asp?id=1146>

20.

Não existem normas técnicas específicas que regulamentem este segmento empresarial. As normas técnicas são documentos de uso voluntário, utilizados como importantes referências para o mercado. As normas técnicas podem estabelecer requisitos de qualidade, de desempenho, de segurança (seja no fornecimento de algo, no seu uso ou mesmo na sua destinação final), mas também podem estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar classificações ou terminologias e glossários, definir a maneira de medir ou determinar as características, como os métodos de ensaio.

As normas técnicas são publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT. O empreendedor deverá verificar as normas técnicas da ABNT relacionadas com os produtos que farão parte do seu catálogo.

A norma técnica NBR ISO 10002 – Gestão da Qualidade – Satisfação do Cliente. – Diretrizes para o tratamento de reclamações nas organizações - é aplicável às empresas de representação comercial.

21.

O segmento de **representação comercial**, evoluiu e conhecer os principais termos e ou neologismos criados para o negócio é importante para manter-se atualizado.

Nos links abaixo o empreendedor conhecerá as principais referências do setor:

- • **Termos de vendas que você precisa conhecer!**
<https://www.dnadevendas.com.br/blog/termos-de-vendas-atualizados/>
- • **Os 55 termos de vendas mais importantes para profissionais da área comercial**
<https://www.agendor.com.br/blog/termos-de-vendas/>
- • **Glossário de termos técnicos para marketing e vendas**
<https://www.exactsales.com.br/academia-exact-blog/termos-tecnicos-vendas-e-marketing>
- • **62 termos de vendas que todo profissional da área precisa conhecer**
<https://meetime.com.br/blog/vendas/termos-de-vendas/>

22.

O candidato a empresário no segmento **representação comercial**, deve entrar nesse negócio consciente de que enfrentará uma concorrência expressiva e por isso mesmo terá que se dedicar bastante, principalmente, no início das atividades do novo empreendimento, tanto na parte comercial, quanto na parte operacional e de gestão administrativo e financeira da empresa.

Faça um planejamento para o negócio visando o desenvolvimento e crescimento deste, para isso destacamos os seguintes pontos a serem trabalhados:

1 – Invista na qualidade do atendimento ao cliente – O foco no cliente é o principal diferencial das representações de sucesso.

2 - Procure fidelizar o cliente com ações de pós-venda – A remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos produtos ofertados, contato telefônico para lembrar os eventos e as atividades que podem trazer benefícios aos clientes.

3 – Invista em suporte ao cliente – Quanto o representante esta no campo, alguém precisa atender o cliente, responder duvidas, fazer pedidos etc. Investir em suporte é garantir a fidelização do cliente e principalmente aumentar as vendas.

4 – Aumente a frequência de contatos virtuais – Com o aumento de clientes fica impossível visitar todos com a mesma frequência, a única saída é montar uma estratégia de contatos virtuais. O importante é mostrar ao cliente que esta na ativa e que presencialmente ou a distância esta a disposição para atende-lo.

5 – Aposte em uma estratégia de marketing - Inclua análise diagnóstico, análise SWOT, definição de objetivos, opções estratégicas, marketing-mix e plano financeiro.

6 – Diversifique e agregue valor – Apresente ao seu cliente vantagens e benefícios que o produto ou serviço pode proporcionar. Diversifique seu mix e área de atuação com novas representações.

Mesmo que a opção seja uma pequena **representação comercial**, é fundamental colocar em pratica todos os itens destacados, isso permitirá maior velocidade nas decisões, reduzirá as possibilidades de erro e com certeza aumentará as chances de sucesso.

23.

O empreendedor que deseja montar uma **representação comercial**, precisa possuir características relacionadas às funções que serão exigidas no dia a dia do negócio.

1 – Características que diferenciam um representante comercial:

- • Ter equilíbrio pessoal diante de situações inesperadas;
- • Experiência ou conhecimento em técnicas de vendas;
- • Ser ético e agir com base e valores pessoais;
- • Ter empatia e identificar-se com o cliente;

- • Capacidade de liderar equipes;
- • Capacidade de planejar e gerir atividades técnicas;
- • Conhecimento e habilidades administrativas;
- • Conhecimento em técnicas comerciais e de marketing;
- • Capacidade de estabelecer vínculos com os clientes;
- • Conciliador entre apresentação técnica e utilização prática.

2 – Para uma boa negociação é essencial que o representante possua as seguintes características:

- • Ter carisma pessoal;
- • Comunicar-se de forma clara e objetiva;
- • Preocupar-se com questões que envolvem o bem-estar do cliente;
- • Ser cordial em todos os momentos da negociação;
- • Comportamento de parceria entre cliente e representada.

3 - Para uma boa administração são competências fundamentais:

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

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

24.

- AS TENDÊNCIAS para o mercado de consumo em 2020 – prepare-se para o consumidor ultradinâmico. **Startupi**, 2019. Disponível em: <<https://startupi.com.br/2019/03/as-tendencias-para-o-mercado-de-consumo-em-2020-prepare-se-para-o-consumidor-ultradinamico/>>. Acesso em: 30 de setembro de 2019.
- BRUSTOLIN, Vanessa Etapas do processo de vendas para Representantes: Tudo que você precisa saber. **Pedidopro**, 2017 Disponível em: <http://blog.pedidopro.com.br/processo-de-vendas-para-representantes/>>. Acesso em: 30 de setembro de 2019.
- CAETANO, Marcelo 7 aspectos fundamentais de uma representação comercial de sucesso. **marcelocaetano**, 2019. Disponível em: <https://www.marcelocaetano.com/7-aspectos-fundamentais-de-uma-representacao-comercial-de-sucesso/?gclid=Cj0KCQjwoKzsBRC5ARIsAITcwXFuV7gGIUbmKpCSdcN2vPyZEOiU5vzP-jmsesPhwvzIs1sE7xlhOG4aAn9oEALw_wcB>. Acesso em: 30 de setembro de

Accecontabilidade, 2017. Disponível em:

<<https://accecontabilidade.com.br/mentalidade-emprededora-positiva-para-representantes-comerciais/>>. Acesso em: 30 de setembro de 2019.

- MUDANÇA no papel do Representante Comercial. **Digitalbird**, 2019. Disponível em: <<http://www.digitalbird.com.br/mudanca-no-papel-do-representante-comercial/>>.

Acesso em: 30 de setembro de 2019.

- PAULILLO, Júlio. Representante comercial 2.0: Qual é o papel do novo vendedor.

Transformacaodigital, 2019. Disponível em:

<<https://transformacaodigital.com/representante-comercial-20-o-papel-do-novo-vendedor/>>. Acesso em: 30 de setembro de 2019.

- PRIMEIROS resultados da pesquisa que vai mapear o mercado de representação comercial no Brasil. **Vendamais**, 2016. Disponível em:

<<https://www.vendamais.com.br/resultados-pesquisa-representacao-comercial/>>.

Acesso em: 30 de setembro de 2019.

- QUANTO ganha um Representante Comercial?. **Guiadacarreira**, [s.d]. Disponível em: <<https://www.guiadacarreira.com.br/salarios/quanto-ganha-um-representante-comercial/>>. Acesso em: 30 de setembro de 2019.

- REPRESENTAÇÃO Comercial: Como representar as melhores empresas do mercado? **Accecontabilidade**, 2017. Disponível em:

<<https://accecontabilidade.com.br/como-representar-as-melhores-empresas-do-mercado/>>. Acesso em: 30 de setembro de 2019.

- SEIS dicas para evoluir na carreira de representante comercial. **Meuspedidos**, 2014. Disponível em: <<http://blog.meuspedidos.com.br/6-dicas-para-evoluir-na-carreira-de-representante-comercial/>+<<http://blog.meuspedidos.com.br/6-dicas-para-evoluir-na-carreira-de-representante-comercial/>>. Acesso em: 30 de setembro de 2019.

- SILVA, Douglas. Representante comercial: qual é o seu papel? **Agendor**, [s.d]. Disponível em: <<https://www.agendor.com.br/blog/representante-comercial-o-que-faz/>>. Acesso em: 30 de setembro de 2019.

25.

O empreendedor pode buscar junto às agências de fomento linhas de crédito que possam ser utilizadas para ajudá-lo no início do negócio. Algumas instituições financeiras também possuem linhas de crédito voltadas para o pequeno negócio e que são lastreadas pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), em que o Sebrae pode ser avalista complementar de financiamentos para pequenos negócios, desde que atendidas alguns requisitos preliminares. Maiores informações podem ser obtidas na página do Sebrae na web.

Consulte também:

- • **Proger Urbano Capital de Giro**
- • **Cartão BNDES**
- • **Microcrédito Produtivo Orientado Caixa**

26.

Ao empreendedor não basta vocação e força de vontade para que o negócio seja um sucesso. Independentemente do segmento ou tamanho da empresa, necessário que haja um controle financeiro adequado que permita a mitigação de riscos de insolvência em razão do descasamento contínuo de entradas e saídas de recursos. Abaixo, estão listadas algumas sugestões que auxiliarão na gestão financeira do negócio:

- • **Fluxo De Caixa:** Em uma **representação comercial**, é fundamental controlar as despesas da empresa, isso é realizado por meio do acompanhamento contínuo da entrada e da saída de dinheiro através do fluxo de caixa. Esse controle permite ao empreendedor visão ampla da situação financeira do negócio, facilitando a contabilização dos ganhos e gestão da movimentação financeira.
- • **Capital de Giro:** O período entre a prestação de serviço e o recebimento, pode ser longo e a necessidade de recursos será suprida pelo capital de giro. No entanto, ter esse recurso disponível não é suficiente porquanto ser premissa sua boa gestão, ou seja, somente deverá ser utilizado para honrar compromissos imediatos ou lidar com problemas de última hora.
- • **Princípio da Entidade:** O patrimônio da empresa não se mistura com o de seu proprietário. Portanto, jamais se deve confundir a conta pessoal com a conta empresarial, isso seria uma falha de gestão gravíssima que pode levar o negócio à bancarrota. Ao não separar as duas contas, a lucratividade do negócio tende a não ser atingida, sendo ainda mais difícil reinvestir os recursos, gerados pela própria operação. É o caminho certo para o fracasso empresarial.
- • **Despesas:** Assim como a maioria dos negócios, as **representações comerciais** possuem despesas fixas e variáveis que deverão ser horadas para evitar problemas futuros. Embora pequenas, o seu controle é essencial para que não reduzam a lucratividade do negócio.
- • **Reservas/Provisões:** No caso das **representações comerciais** a necessidade de provisões para troca de equipamentos eletrônicos ou aquisição de sistema modernos é uma necessidade deste modelo de negócio. Este recurso funcionará como um fundo de reserva.
- • **Empréstimos:** Poderão ocorrer situações em que o empresário necessitará de recursos para alavancar os negócios. No entanto, não deverá optar pela primeira proposta, mas estar atento ao que o mercado oferece, pesquisando todas as opções disponíveis. Deve ter cuidado especialmente com as condições de pagamento, juros e taxas de administração. A palavra-chave é renegociação, de forma a evitar maior incidência de juros.
- • **Objetivos:** Definidos os objetivos, deve-se elaborar e implementar os planos de ação, visando amenizar erros ou definir ajustes que facilitem a consecução dos objetivos financeiros estabelecidos.
- • **Utilização de Softwares:** As novas tecnologias são de grande valia para a realização das atividades de gerenciamento, pois possibilitam um controle rápido e eficaz. O empreendedor poderá consultar no mercado as mais variadas ferramentas e escolher a que mais adequada for a suas necessidades.

27.

O empreendedor que deseja atuar no segmento de **representação comercial**, pode aproveitar todas as ferramentas de gestão e conhecimento criadas para ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível em seu estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800.

Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

- **Cursos online e gratuitos**

- 1 - **Para desenvolver o comportamento empreendedor**

- **Empretec** - Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado.

- 2 - **Para quem quer começar o próprio negócio**

As soluções abaixo são úteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa. Ou pessoas que tem experiência em trabalhar por conta própria e querem se formalizar

- **Plano de Negócios** - O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da empresa.

- 3 - **Para quem quer inovar**

- **Ferramenta Canvas online e gratuita** - A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado.

- **Sebraetec** - O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação. **ALI** - O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte.

28.

- • Conselho Federal dos Representantes Comerciais - CONFERE
- • PROCON -Coordenadoria de Proteção e Defesa do Consumidor