

WAGNER LUIZ MARQUES

VAREJO

2013

____DR. WAGNER LUIZ MARQUES____

VAREJO

WAGNER LUIZ MARQUES

2ª EDIÇÃO

WAGNER LUIZ MARQUES

Rua Fernão Dias, 1994 – Cianorte – Paraná

Telefone- 0(**)44-3629-5578

Celular- 0(**)44-9977-6604

wlmcne@bol.com.br

wlmcne@hotmail.com

wagnercnel@gmail.com

<http://wagner.marques.zip.net>

VAREJO

2ª edição

Impresso no Brasil / Printed in Brazil

Todos os direitos Reservados.

Proibido a reprodução total ou parcial por
quaisquer meios sem expressa autorização escrita
do autor.

FICHA CATALOGRÁFICA

Fundação Biblioteca Nacional. Certificado de
Registro de Averbação.

**INTEGRA PARTE DOS LIVROS:
CONTABILIDADE GERENCIAL A
NECESSIDADE DAS EMPRESAS!
E
DIÁRIO DE UM EMPREENDEDOR
A REAL INFORMAÇÃO PARA OS GESTORES
DE SUCESSO**

Nº do Registro: 454.039

Livro: 853

Folha: 199

MARQUES, Wagner Luiz.
Gráfica Gráfica Vera Cruz. Cianorte – Paraná
e <http://books.google.com.br>.

Clube de Autores

2013

APRESENTAÇÃO

Este trabalho foi criado para fácil o entendimento de empreendedorismo em todos os níveis: leigos, estudantes e empresários.

O desenvolvimento deste fragmento de livro pertencente ao livro **CONTABILIDADE GERENCIAL A NECESSIDADE DAS EMPRESAS! E DIÁRIO DE UM EMPREENDEDOR A REAL INFORMAÇÃO PARA OS GESTORES DE SUCESSO**, serve como base para conhecer o que é ser empreendedor e sua evolução, assim como, tornar possível conhecer a estrutura de análise tanto na parte de administração como na busca do entendimento ao capital de giro e as devidas tomadas de decisões.

Falar em empreendedorismo, talvez seja fácil entendimento, principalmente quando identifica simplesmente a criação de uma empresa, mas o empreendedorismo não é simplesmente a realização de um sonho mas, a manutenção deste sonho. Para isso pretendemos mostrar o diário real de um empreendedor, falar minuciosamente sobre aquilo que o empresário deve conhecer para poder se manter no mercado, estabilizado e confiante, para tomar adequadamente as decisões necessárias.

Para entendermos o que é diário devemos conceituar segundo o dicionário Aurélio como sendo “A relação do que se faz ou sucede em cada

dia, ou sendo o registro minuciosamente de todos os acontecimentos”. Este livro mostrará o que um empreendedor necessita fazer para que possa conduzir adequadamente a sua empresa em um mercado competitivo e com muitas adversidades.

1-BUSCA DA QUALIDADE NO MERCADO DE CONSUMO - SISTEMA NO VAREJO

CONCEITOS

1.1- VAREJO

Varejo, venda em pequenas quantidades.

1.2- MERCADO DE CONSUMO

Trata-se de operações essencialmente comerciais, lugar onde se oferecem produtos para vender, e juntamente pessoas buscando algo para gastar, consumir, necessitando ou não.

1.3-QUALIDADE

Excelência de algo, virtude, superioridade no que faz, algo que distingue do outro.

Todos estes conceitos identificam a busca do melhor, a busca da superação, e no mercado de consumo é o que mais necessita a qualidade do todo.

2-IDENTIFICAÇÃO DO VAREJO NO MERCADO DE CONSUMO:

Com estes conceitos demonstram que a busca da qualidade necessita de um trabalho cuidadoso e bem definido, pois venda é negociar o produto que a empresa possui, e este deve conter qualidade no produto, qualidade no atendimento, preço competitivo e a satisfação do cliente em adquirir em pequena quantidade.

Assim o rodízio do produto deve ser maior, conquistar mais clientes, para conseguir um faturamento adequado, manter a empresa em condições satisfatórias e se estabilizar no mercado econômico.

Quando tratá-se de qualidade, reúne diversos fatores, e estes fatores devem seguir um preceito adequado e cuidadoso, porque busca a melhoria total da relação empresa, fornecedor, produto, preço e cliente.

Para poder entender os passos e chegar na qualidade do mercado de consumo, deve-se entender os cinco fatores que fazem parte da melhoria do todo e alcançar o prazer máximo de executar vendas ao varejo no mercado consumidor.

No primeiro momento identificar à empresa, aquela que pratica a venda no varejo para atender o mercado consumidor, aquela que esta ligada diretamente aos retalhos dos produtos, ou seja, a negociação da miudeza, a negociação de um produto ou pouco mais da mesma espécie.

No segundo momento relatar o fornecedor, aquele que pode colaborar com a empresa na forma de negociar o produto, possibilitar um trabalho de parcerias, fornecer qualidade do produto, preço competitivo, e prazo da entrega no período pré-determinado.

No terceiro momento falar do produto, aquele que deve estar a todo momento nas prateleiras, na ordem, na limpeza, na

validade, na qualidade e sobre tudo ter para oferecer ao consumidor final.

No quarto momento identificar o preço do produto, quanto custa para vender, o ponto chave para cativar o cliente, para competir no mercado e saber se esta conseguindo bons lucros ou prejuízos.

No quinto e ultimo momento retratar o cliente interno e externo. O cliente interno, o funcionário, aquele que tem missões para cumprir dentro da empresa a qualidade do atender, aquele que identifica a imagem da empresa, ou seja, é o porta voz do todo, é o que faz o marketing, em si aquele que faz a empresa ser o que é.

Também o cliente externo, consumidor final o cliente que vai a busca do produto em pequena quantidade, aquele que necessita do produto no varejo, aquele que faz sobreviver as empresas e os produtos no mercado para serem comercializados.

3-EMPRESA

Dentre as criações do homem, a invenção mais complexa e maravilhosa é, sem qualquer dúvida, a empresa. Cada empresa constitui uma criação particular, uma invenção específica, pois cada empresa tem as suas próprias características, seus recursos, seus objetivos etc. A empresa é uma organização social que utiliza recursos a fim de atingir determinados objetivos. É uma organização social por ser uma associação de pessoas que trabalham em conjunto para exploração de algum negócio.

As empresas bem sucedidas tendem a sobreviver e a crescer. O crescimento provoca aumento de tamanho e, conseqüentemente de complexibilidade. As empresas precisam ser administradas para serem bem sucedidas. E à medida que ela cresce a sua administração se torna ainda mais complicada, pois a concorrência desta empresa será mais acirrada e necessita implantar qualidade nos serviços executados. A administração das empresas é uma preocupação recente na história da humanidade, pois apenas recentemente é que as empresas atingiram um tamanho razoável que exige uma administração mais complexa.

A administração é tornar organizada, todas as funções necessárias dentro de uma empresa para alcançar o desejado de todos que é aumento da qualidade do produto quanto no atendimento, como também no aumento da clientela, e obviamente aumento dos lucros e diminuição dos custos de produção e comercialização.

3.1-OBJETIVO DA ADMINISTRAÇÃO NAS EMPRESAS

A administração tem dois objetivos principais: eficiência e eficácia às empresas. A eficiência se refere aos meios: os métodos, processos, regras e regulamentos sobre como as coisas devem ser feitas na empresa, a fim de que os recursos sejam adequadamente utilizados. A eficácia se refere aos fins: