

Delicatessen



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	1
Localização.....	3
Exigências Legais e Específicas.....	4
Estrutura.....	6
Pessoal.....	6
Equipamentos.....	7
Matéria Prima/Mercadoria.....	7
Organização do Processo Produtivo.....	8
Automação.....	9
Capital de Giro.....	10
Custos.....	11
Diversificação/Agregação de Valor.....	13
Divulgação.....	13
Informações Fiscais e Tributárias.....	14
Eventos.....	15
Normas Técnicas.....	16
Glossário.....	22
Dicas de Negócio.....	23
Características Específicas do Empreendedor.....	23
Fonte de Recurso.....	24
Planejamento Financeiro.....	25
Produtos e Serviços - Sebrae.....	26
Bibliografia.....	27
Investimentos e faturamento.....	28
Canais de Distribuição e	30
Entidades relacionados ao	30

1. Apresentação de Negócio

Fonte: Pinterest - <https://br.pinterest.com/pin/381046818466249145/>

Uma loja de Delicatessen, é conhecida informalmente como delis, sendo um tipo de loja, normalmente pequena que comercializa guloseimas alimentícias, geralmente aquelas de origem francesa, mas sem deixar de agregar os produtos nacionais. Mas também são lojas requintadas que oferecem alimentos e bebidas de alta qualidade, de paladar exótico e sofisticado, que serve lanches diferenciado ou ainda local que comercializa petiscos, iguarias ou mercadorias requintadas. O diferencial dessas lojas é o de oferecer produtos frescos, como pães e salgadinhos finos, frios variados, sanduíches finos e confeccionados na hora, docinhos especiais e finos, chocolates em diversas formas e finíssimos, diversos tipos de vinhos italianos, franceses, portugueses, chilenos, australianos, dentre outros de sabores exuberantes, além de oferecer diversos tipos de queijos e presuntos.

Para finalizar a apresentação de uma Delicatessen, pode-se fazer uma tradução literal, livre, como delicadeza, por ser um espaço requintado e que comercializa produtos que estão associados mais ao prazer do que às necessidades humanas, pois vendem alimentos e bebidas de alta qualidade, de paladar exótico e sofisticados.

Este documento não substitui o plano de negócio. Para elaboração deste plano consulte o SEBRAE mais próximo.

2. Mercado

O segmento de lojas de Delicatessen é um empreendimento de grande tradição nos países da Europa e dos Estados Unidos, no Brasil esse tipo de empreendimento tem apresentado um crescimento bastante expressivo, principalmente em bairros de classe média e alta.

Diante do crescimento que tem sido apresentado para esse segmento comercial existe um bom espaço para quem queira entrar nesse mercado, mas desde que seja em alto nível, e com direcionamento para o público das classes B e A preferencialmente.

Visando atingir um diferencial competitivo e não ser apenas mais um no mercado, buscando cativar e fidelizar sua clientela, será fundamental estar amparado e apoiado por um chef de primeira linha, para comandar sua área de produção alimentícia; pois, somente assim será possível destacar-se nesse mercado altamente exigente, devendo manter em sua linha de produtos itens que se diferenciem dos demais comerciantes de delicatessen, nem que seja apenas no sabor.

Como a tendência é trabalhar com um público de maior poder aquisitivo, deve-se primar também pelo atendimento e estar em um espaço agradável e aconchegante."

Levantamento do SEBRAE aponta que no Brasil existem cerca de 63,2 mil empresas voltadas para o segmento de panificação. Outro balanço, apresentado em 2018 pela Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP), afirma que 70% dos estabelecimentos diminuíram o volume de produção do pão francês e, por isso, 68% deles aumentaram o preço médio desse item — dados que comprovam a procura da população por produtos diferenciados.

Fonte: Sebrae – 2018

Mercado Consumidor

A boa experiência de consumo!

Para se manter competitivo no mercado de panificação será necessário que os estabelecimentos forneçam um espaço adequado aos clientes. O ambiente deve ser bem iluminado, arejado e com boas condições de acomodação para desfrutar de uma boa refeição.

Também é importante que o local possua uma boa disposição dos produtos, com sinalização e informações adequadas, para que o cliente possa encontrá-los de forma fácil, rápida e intuitiva.

Destacamos a importância de estar sempre acompanhando o mercado por meio de palestras, cursos de panificação e realizando pesquisas com as pessoas que frequentam seu estabelecimento.

Fonte: Blog Gpaniz - <http://gpaniz.com.br/blog/2019/02/07/desafios-na-panificacao-para-2019/> - 2019

Mercado Concorrente

Para se destacar ante a concorrência, é necessário a diversificação de produtos. Dentre o setor de alimentos, o pão ainda é o mais procurado nas padarias, porém o conceito de saudabilidade dos dias atuais exige pães com menor quantidade de açúcar, sódio e gorduras saturadas. Pães e bolos integrais também devem entrar no cardápio.

Deve ser considerado também a venda dos produtos de forma fracionada, buscando atender as novas configurações familiares do Brasil, como as famílias menores e aqueles que moram sozinhos.

Segundo a ABIP (Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria), as vendas de produção própria representaram 64% do faturamento em 2017, enquanto itens de revenda foram responsáveis por 36%. De lá para cá estes dados só aumentaram e por isso, a produção própria, focada na diminuição dos alimentos industrializados, ganhou um espaço que vai continuar crescendo em 2019.

Fonte: Blog Gpaniz - <http://gpaniz.com.br/blog/2019/02/07/desafios-na-panificacao-para-2019/> - 2019

Mercado Fornecedor

A relação com o mercado fornecedor também deve se basear na sustentabilidade. Podem-se priorizar fornecedores locais como organizações regionais e cooperativas para que a economia da região seja beneficiada com as atividades da empresa, uma prática socialmente justa. Da mesma forma, a preocupação com o meio ambiente também deve ser levada em consideração a partir da escolha por empresas, cujas políticas e diretrizes sociais e ambientais estejam alinhadas com as suas, não sendo somente informações para autovalorização da marca. A questão da sustentabilidade econômica também deve ser

observada nas negociações com os fornecedores.

Fatores que devem ser analisados para a escolha de um fornecedor:

- Distância física;
- Referências;
- Custo do frete;
- Qualidade;
- Capacidade de fornecimento;
- Preço;
- Prazo;
- Forma de pagamento e de entrega.

Assim resumidamente podemos destacar as seguintes oportunidades e ameaças:

Oportunidades

- Mercado em crescimento contínuo;
- Investimento em diferenciação de produtos;
- Investimento em decoração e layout de loja;
- Diferenciação pelos serviços.

Ameaças

- Falta de capital de giro e para investimento;
- Consumo de pão estável;
- Pequeno tamanho das padarias com pequeno mix de produtos e serviços;
- Baixa produtividade (54% de ociosidade);
- Vendas praticadas pelos clandestinos ambulantes;
- Concorrência predatória e desigual.

3. Localização

A definição do local para instalação de uma Delicatessen é um importante elemento a ser considerado no conjunto do negócio, visando garantir uma maior possibilidade de sucesso

empreendimento.

A definição do local para a instalação da loja de Delicatessen está ligada a fatores extremamente importantes, tais como: proximidade com o público alvo, ou estar situada em um bairro nobre; ter possibilidade de adequação arquitetônica moderna; estacionamento próprio ou ter muito próximo a prestação de serviço de estacionamento terceirizado.

Pontos de atenção na escolha do imóvel onde a empresa será instalada:

A relação entre receitas e despesas estimadas precisa ser compatível com os objetivos definidos pelo empreendedor. É preciso estar atento ao custo do aluguel, prazo do contrato, reajustes e reformas a fazer.

Certifique-se de que o imóvel atende às necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, serviços de água, luz, esgoto, telefone, transporte etc.

Verifique se existem facilidades de acesso, estacionamento e outras comodidades que possam tornar mais conveniente e menos onerosa a adaptação do imóvel.

Cuidado com imóveis situados em locais sujeitos a inundação ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito.

Confira a planta do imóvel aprovada pela Prefeitura, e veja se não houve nenhuma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área, que deverá estar devidamente regularizada.

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU), que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. A consulta de local junto à Prefeitura deve atentar para:

- Se o imóvel está regularizado, ou seja, se possui HABITE-SE;
- Se as atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento do Município, pois alguns tipos de negócios não são permitidos em qualquer bairro;
- Se os pagamentos do IPTU referente ao imóvel estão em dia;
- No caso de serem instaladas placas de identificação do estabelecimento, letreiros e outdoors, será necessário verificar o que determina a legislação local sobre o licenciamento das mesmas;
- Exigências da legislação local e do Corpo de Bombeiros Militar.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma empresa, 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 da empresa é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- 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.

Importante:

- 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.
- Lei 13.874/2019, de 20 de setembro de 2019, que estabelece medidas de desburocratização e simplificação de processos para empresas e empreendedores, como: carteira profissional digital, abertura de bancos aos sábados, dispensa de alvará para atividades de baixo risco, a responsabilidade de pessoa jurídica e de pessoa física diante do negócio, entre outros.
- As leis, decretos, portarias, resoluções frequentemente sofrem revisões (atualizações), em virtude de novos acontecimentos ou pela necessidade de melhorar interpretações em relação ao seu conteúdo, função, abrangência ou penalidade. Portanto as leis citadas neste material estão atualizadas, mas a qualquer momento podem mudar. Para saber se estão utilizando a atual fiquem atentos as indicações de revisões, digitando as características da lei, exemplo: ‘Decreto-Lei nº. 986”, sem a data, em um site de busca e aparecerá nas 10 primeiras opções (links para acesso web), com as sugestões mais recentes.

As principais exigências legais aplicáveis a este segmento são:

Resolução RDC nº. 216, de 15 de setembro de 2004, da ANVISA, a qual determina que restaurantes, lanchonetes, padarias, cantinas, bufês, comissarias, confeitarias, delicatêsens, pastelarias, cozinhas industriais e institucionais, rotisserias e congêneres adotem

procedimentos para se adequarem ao Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação.

Resolução RDC n°. 218, de 29 de julho de 2005. Dispõe sobre o Regulamento Técnico de Procedimentos Higiênico-Sanitários para Manipulação de Alimentos e Bebidas Preparados com Vegetais.

Lei n°. 7.967/89. Dispõe sobre o valor das multas por infração à legislação sanitária, altera a Lei n°. 6.437, de 20 de agosto de 1977, e dá outras providências; 8. Portaria SVS/MS n°. 326/97. Aprova o Regulamento Técnico. Condições Higiênico-Sanitárias e de Boas Práticas de Fabricação para Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos.

5. Estrutura

A estrutura de uma Delicatessen dependerá da expectativa que o empreendedor tenha em relação ao seu negócio, por isso variará bastante de um estabelecimento para outro, contudo ressalta-se que alguns pontos são extremamente necessários, principalmente quando irá ocorrer atendimento ao público consumidor, ou seja, em forma de “lanchonete”, pois neste caso existem várias exigências.

É necessário que exista uma área restrita e independente para recebimento e estocagem de mercadorias.

A linha de produção e manipulação de alimentos tem que ser totalmente independente das outras áreas, podendo ter acesso a esta área apenas as pessoas envolvidas na manipulação dos alimentos e devidamente paramentadas.

O estabelecimento deverá contar com sanitários e lavatórios com torneiras de acionamento sem o contato direto com as mãos, podendo ser por sensor elétrico ou outra que não requeira o uso direto das mãos, para higienização dos funcionários envolvidos na preparação e manipulação dos alimentos.

O estabelecimento tem que ter vestiário para que os funcionários.

Para a instalação dos espaços acima, o ideal é que se inicie com uma área mínima de 80 m². Ressalta-se que o empresário deverá dotar os espaços com layout interativo e agradável, pois a ambientação será um elemento de diferencial de seu empreendimento.

Salienta-se que a presença do empreendedor nesse segmento empresarial é fundamental, pois dará credibilidade a esse novo negócio.

Fonte: Pinterest - <https://br.pinterest.com/pin/381046818466249145/>

6. Pessoal

Considerando a estrutura sugerida para a loja de Delicatessen entende-se que o quadro de funcionários fixos para o início das atividades deve ser na ordem de 6 (seis) funcionários, distribuídos conforme abaixo:

Chef: a delicatessen precisará contar com um profissional de alto nível para comandar área

produtiva da empresa.

Caixa: o estabelecimento deverá contar com pelo menos um funcionário para esta função.

Garçom/garçonete: a definição da quantidade desse profissional irá depender do porte do estabelecimento e quantitativo da clientela esperada, mais o ideal é que tenha em seu quadro no mínimo duas pessoas nessa área.

Auxiliar de cozinha: no mínimo um funcionário para exercer esta função. Esse colaborador poderá atuar tanto no auxílio geral da cozinha, como assistente do Chef quanto fazer o serviço de copeiro, ou seja, aquele que lava as louças, copos e talheres.

7. Equipamentos

A modernização dos equipamentos foi muito importante para a transformação das padarias. Os novos maquinários possuem melhor eficiência energética o que resulta na redução de custos da empresa.

Fonte: Blog Nova Safra - <https://blog.novasafra.com.br/2016/04/05/confira-os-equipamentos-necessarios-para-montar-uma-padaria/> - 2019

Balanças, batedeiras, liquidificadores, refrigeradores e estufas também foram substituídos por equipamentos mais modernos que garantem mais agilidade, segurança e qualidade nos processos diários do negócio. O tradicional forno a lenha também perdeu seu lugar nas padarias e confeitarias para maquinários a gás ou elétricos.

Fonte: Blog Gpaniz - <http://gpaniz.com.br/blog/2019/02/07/desafios-na-panificacao-para-2019/> - 2019

Câmara de crescimento;

Modeladora;

Balança digital;

Exaustores;

Equipamentos para a exposição - balcão expositor refrigerado, balcão expositor seco, balcão expositor quente e freezer de exposição de bebidas e de outros produtos.

Equipamentos para a venda - caixas, balcão de atendimento, impressora matricial para notas fiscais e expositores de compras rápidas.

Fonte: Blog Nova Safra - <https://blog.novasafra.com.br/2016/04/05/confira-os-equipamentos-necessarios-para-montar-uma-padaria/> - 2019

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques apresenta particularidades de acordo com o tipo do negócio – indústria, comércio ou prestação de serviço. De qualquer forma, deve-se buscar a eficiência

nesta gestão, sendo que o estoque de mercadorias deve ser suficiente para o adequado funcionamento da empresa, mas mínimo, para reduzir o impacto no capital de giro.

Fique atento, pois a falta de mercadorias pode representar a perda de uma venda. Por outro lado, possuir mercadorias estocadas por muito tempo é deixar dinheiro parado. É essencial o bom desempenho na gestão de estoques, com foco no equilíbrio entre oferta e demanda.

Esse equilíbrio deve ser sistematicamente conferido, com base, entre outros, nestes três indicadores de desempenho:

1 - Giro dos Estoques: número de vezes que o capital investido em estoques é recuperado por meio das vendas. É medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

2 - Cobertura dos Estoques: indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

3 - Nível de Serviço ao Cliente: demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, no varejo de pronta entrega (segmento em que o cliente quer receber a mercadoria ou o serviço imediatamente após a escolha), pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Em relação aos itens produzidos e comercializados na delicatessen estão pães, massas, molhos, patês, compotas, conservas finas, queijos e frios.

Além desses produtos listam-se abaixo outros:

Doces, sobremesas, salgadinhos, lanches, petiscos, iguarias, tortas, sorvetes, pães, etc.

9. Organização do Processo Produtivo

Padronização e controle: fatores essenciais para tornar seu negócio mais rentável

Os processos de gestão interna também sofreram mudanças. A adoção da produção em cadeia fez com que o controle do tempo e estoque favorecesse o empresário.

Fonte: gestão de restaurantes - www.gestaoderestaurantes.com.br – Por Alison Alves Figueiredo - 14 de junho de 2018

Práticas sustentáveis e padronização de produtos

O crescimento da busca por hábitos mais saudáveis também levou os consumidores a apreciarem práticas sustentáveis.

Além da economia de recursos hídricos, energéticos e de matérias-primas, essas práticas evitam desperdícios, aumentam a produtividade e não agredem o meio ambiente.

Devido a isso a onda de sustentabilidade está tomando conta do mercado de forma geral

criando grandes desafios para os empreendedores.

A padronização de alguns produtos também apresentou aspectos positivos pois tem como resultado maior controle da produção, proporcionando a economia de insumos e de tempo.

Fonte: Blog Nova Safra - <https://blog.novasafracom.br/2016/04/05/confira-os-equipamentos-necessarios-para-montar-uma-padaria/> - 2019

É conveniente para uma delicatessen ter separados os produtos nas prateleiras e gôndolas, devidamente separados por tipo, forma e aplicação à linha de produção diária. Esse procedimento visa simplificar e agilizar o processo produtivo, bem como dar organização à atividade de cozinha.

Partindo do ponto de que todas as matérias-primas estão devidamente separadas e estocadas adequadamente, bem como os itens que demandem refrigeração estão acondicionadas em embalagens corretas e conservadas na temperatura requerida, passa-se então para a produção efetiva que normalmente demanda as seguintes etapas:

Formação da massa;

Fermentação;

Enformação ou manipulação seguindo a necessidade de cada item

Assamento ou fritura, segundo o que requeira cada produto;

Decoração (para alguns produtos).

Visando oferecer a sua clientela produtos sempre frescos, o empreendedor deverá montar uma estratégia com o Chef e equipe de cozinha, para que preparem todos os produtos a serem comercializados na delicatessen em quantidades que atendam a demanda segundo os horários de maior fluxo de clientes, inclusive analisando a tendência de procura de produtos por faixa de horário.

10. Automação

Investir em softwares para automatizar as empresas não é mais tendência, é uma necessidade. Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor, verificando ainda se possui funcionalidades, tais como:

- Controle de mercadorias;
- Controle de taxa de serviço;
- Controle dos dados sobre faturamento/vendas, gestão de caixa e bancos (conta corrente) e estoque;
- Emissão de pedidos, notas fiscais, boletos bancários;

- Organização de compras e contas a pagar;
- Relatórios e gráficos gerenciais para análise real do faturamento da loja. A loja física como conhecemos hoje está mudando.

A tendência é a interação cada vez maior por meio de ambientes virtuais.

Já existe no mercado uma ampla seleção de softwares e plataformas digitais que ajudam o empresário com rastreabilidade, inspeção de qualidade, cálculos de produção, administração de vendas, monitoramento de funcionários e clientes, integração entre ambientes físicos e virtuais e resolver questões de logística.

Algumas soluções em softwares específicos para o setor de alimentos e bebidas, disponíveis na internet:

Para Varejo:

- Bom Apetite 4.0;
- Dataprol Gourmet Máster 4.121;
- Food Pay Live;
- Gerenciamento Integrado de Lanchonete, Restaurante, Pizzaria e Delivery 2.0;
- LM Delivery;
- Onbit S2 Comanda;
- Plexis POS 2.8.8.36;
- Restaurante 1.1;
- SCL – Sistema para Controle de Lanchonetes 3.0;
- Sigebars – Sistema de Gerenciamento de Bares e Restaurantes.

11. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

Item
Quantidade
Valor unitário
Reserva de Caixa
1
R\$ 39.000,00

* Esta é meramente uma estimativa de valor, o seu capital de giro deve variar entre 20 e 30% do valor do investimento para operação. No exemplo temos um Investimento estimado (tópico anterior) de R\$ 150.000,00. Assim uma reserva (capital de giro e estoque inicial) de R\$ 39.000,00

Quanto maior o prazo concedido aos clientes para pagamento e quanto maior o prazo de estocagem, maior será a necessidade de capital de giro do negócio. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode amenizar a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Prazos médios recebidos de fornecedores também devem ser considerados nesse cálculo: quanto maiores os prazos, menor será a necessidade de capital de giro.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos.

Sempre será muito útil que se tenha certo montante de recursos financeiros reservados para que o negócio possa fluir sem sobressaltos, especialmente no início do projeto. 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.

Você pode calcular a sua Necessidade de Capital de Giro usando a [Planejadora Financeira do Sebrae](#). Para isso basta simular sua estimativa de vendas e custos mensais, prazo do giro de estoque e prazos de pagamento e recebimentos. Com esses dados a ferramenta vai calcular ainda seus indicadores de lucratividade, rentabilidade e prazo de retorno do investimento.

12. Custos

Os custos dentro de um negócio são empregados tanto na elaboração dos serviços ou produtos quanto na manutenção do pleno funcionamento da empresa. Entre essas despesas, estão o que chamamos de custos fixos e custos variáveis.

Custos Variáveis

São aqueles que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção.

Custos de Materiais

Item

Quantidade

Valor Unitário

Matéria-Prima ou mercadoria

40

R\$ 20.000,00

Custos dos Impostos

Item
%
Valor Unitário
Simples
9 % do faturamento bruto (R\$ 90.000,00)
R\$ 8.100,00
Custos com Vendas

Item
%
Valor Unitário
Propaganda
1 % do faturamento bruto (R\$ 90.000,00)
R\$ 900,00
Custos Fixos

São os gastos que permanecem constantes, independente de aumentos ou diminuições na quantidade produzida e vendida. Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio.

Salários e Encargos

Função
Quantidade
Salário Unitário
Salários, comissões e encargos.
5
R\$ 10.000,00
Depreciação

Ativos fixos
Valor Total
Vida útil (anos)
Depreciação
Maquinas e equipamentos
R\$ 59.000,00
10
R\$ 490,00
Equipamentos informática
R\$ 3.000,00
5
R\$ 50,00
Móveis e utensílios
R\$ 22.000,00
5
R\$ 366,00
Despesas Fixas e Administrativas

Item
Valor Unitário
Aluguel, condomínio e segurança

R\$ 4.000,00

Água, luz, telefone e internet

R\$ 1.800,00

Material de limpeza, higiene e escritório

R\$ 1.000,00

Assessoria contábil

R\$ 1.500,00

13. Diversificação/Aggregação de Valor

Fonte: Pinterest - <https://br.pinterest.com/pin/649151733758836974/>

Agregar valor significa oferecer produtos e serviços complementares ao produto principal, diferenciando-se da concorrência e atraindo o público-alvo. Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto ou serviço prestado.

As pesquisas quantitativas e qualitativas podem ajudar na identificação de benefícios de valor agregado. No caso de uma Delicatessen, há várias oportunidades de diferenciação, tais como:

- Entrega de produtos em domicílio;
- Parcerias para conquistar mais clientes;
- Inovação em produtos e serviços;
- Diversificação do mix de produtos
- Novas estratégias de negócios;
- Uso da tecnologia para melhorar o atendimento;
- Decoração e layout.

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

14. Divulgação

A propaganda é um importante instrumento para tornar a empresa e seus serviços conhecidos pelos clientes potenciais. A divulgação pode ser realizada através de vários canais de comunicação. Abaixo, sugerem-se algumas ações eficientes:

- Divulgar em redes sociais, tais como; Facebook, LinkedIn, Instagram, Google+, Twitter.
- Divulgar através de e-mail marketing e mensagens de WhatsApp;
- Divulgar em sites especializados;

- Confeccionar folders e flyers para a distribuição em residências nos bairros próximos a loja;
- Oferecer brindes para clientes que indicam outros clientes;
- Anunciar em jornais e revistas;
- Oferecer descontos para produtos combinados (queijos, vinhos e doces);
- Montar uma web site com a oferta de produtos para alavancar as vendas;
- Realização de degustações periódicas na loja;
- Divulgar em empresas.

15. Informações Fiscais e Tributárias

Optantes do Simples Nacional

Este segmento de empresa poderá optar pelo Simples Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições, instituído pela Lei Complementar nº 123/2006. Os pequenos negócios podem optar pelo Simples, desde que sua categoria esteja contemplada no regime, a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse R\$ 360 mil para microempresa e R\$ 4,8 milhões para empresa de pequeno porte e sejam respeitados os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor de ME e EPP 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 Líquido);
- PIS (Programa de Integração Social);
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social);
- CPP (Contribuição Previdenciária Patronal);
- ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços): para empresas do comércio
- ISS (Imposto Sobre Serviços): para empresas que prestam serviços;
- IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados): para indústrias.

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do Simples Nacional variam de acordo com as tabelas I a VI, dependendo das atividades exercidas e 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. a esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar R\$ 81 mil, o empreendedor poderá optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que ele não seja dono ou sócio de outra empresa e tenha até um funcionário. Para se enquadrar no MEI, sua atividade deve constar na tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (http://www.portaldoempreendedor.gov.br/legislacao/resolucoes/arquivos/ANEXO_XIII.pdf)

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
- R\$ 1 de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias (para empresas de comércio e indústria)
- R\$ 5 de ISS – Imposto sobre Serviços (para empresas de prestadoras de serviços)

II) Com um empregado (o MEI poderá ter um empregado, desde que ele receba o 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.

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.

Eventos

Será importante que o empresário do segmento de delicatessen fique atento às divulgações do sítio: <http://www.abrasel.com.br/ind>

16. Eventos

- Feira Internacional da Panificação, Confeitaria e Varejo Independente de Alimentos – FIPAN

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

- Feira Internacional de Alimentação Saudável, produtos Naturais e Saúde

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

- Congresso e Feira de Negócios em Supermercados

www.feiraapas.com.br

- Congresso Internacional de Food Service

<http://www.abia.org.br/cfs2017/ocongresso.html>

- Feira Internacional de Equipamentos, Produtos e Serviços para Alimentação Fora do Lar

<http://www.fispalfoodservice.com.br/pt/>

- Fispal Tecnologia - Feira Internacional de Embalagens e Processos para as Indústrias de Alimentos e Bebidas

<http://www.fispaltecnologia.com.br/pt/>

- Feira de Produtos, Serviços e Equipamentos para Supermercados – EXPOSUPER

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

17. Normas Técnicas

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 procedimento, 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.

Não existem normas técnicas que se aplicam diretamente a esse segmento empresarial.

A norma técnica NBR ISO 22000 - Sistemas de gestão da segurança de alimentos - Requisitos para qualquer organização na cadeia produtiva de alimentos – é aplicável ao negócio.

O empreendedor deverá atentar ao que está previsto na CNNPA 12/1978, a qual segue a parte ligada a delicatessen de forma direta ou indireta:

PRODUTOS DE CONFEITARIA

1. DEFINIÇÃO

Produtos de confeitaria são os obtidos por cocção adequada de massa preparada com farinhas, amidos, féculas e outras substâncias alimentícias, doces ou salgados, recheados ou não.

2. DESIGNAÇÃO

O produto é designado por nomes populares consagrados, ou de acordo com a substância que o caracteriza, tais como:

- a) bolo - produto assado, preparado à base de farinhas ou amidos, açúcar, fermento químico ou biológico, podendo conter leite, ovos, manteiga, gordura e outras substâncias alimentícias que caracterizam o produto;
- b) brigadeiro – produto cozido preparado à base de leite condensado e chocolate, podendo ser adicionado de outras substâncias como: manteiga, nozes, castanha do Pará, castanha de caju e uva passa, envolvido em chocolate granulado ou confeitos coloridos;
- c) fios de ovos - produto preparado com gemas de ovos passadas por tamis e cozidas em calda de açúcar;
- d) manjar branco - massa cozida de consistência mole, preparada à base de amidos, leite de coco e açúcar;
- e) maria mole - produto à base de gelatina, açúcar e água, batido até consistência elástica e recoberto com coco ralado;
- f) pão-de-ló - produto assado, preparado à base de farinha, açúcar e ovos, podendo ser adicionado de fermento químico;
- g) pudim - massa cozida de consistência mole, preparada à base de amidos ou féculas, leite, ovos e açúcar, podendo conter outras substâncias que o caracterizam;
- h) quindim - produto assado, preparado com gema de ovos, podendo ser adicionado de 20% de ovos inteiros em relação à quantidade de gemas, manteiga ou margarina, açúcar e coco ralado;
- i) suspiro - produto assado preparado à base de clara de ovo batida e açúcar;
- j) torta - massa assada preparada à base de farinha, manteiga ou gordura e outros produtos comestíveis, contendo recheios diversos;
- k) coxinha - produto preparado de massa cozida, à base de farinha de trigo, podendo conter leite, ovos, caldo de galinha e condimentos; a massa é frita, depois de recheada com carne de galinha e envolta em ovos batidos e farinha de rosca;
- l) croquete - produto preparado à base de carne cozida, moída, condimentada, ovos e farinha de trigo, envolto em ovos batidos e farinha de rosca e frito;
- m) empada - massa assada preparada à base de farinha de trigo, gordura e sal, contendo recheios diversos;

n) esfirra - massa assada preparada à base de farinha de trigo, gordura, fermento e sal, coberta com carne moída, condimentada e cozida;

o) pastel - massa frita preparada à base de farinha de trigo, podendo conter gordura, fermento, ovos, com recheios diversos;

p) quibe - produto preparado à base de carne moída, trigo partido e condimentos, podendo ser assado ou frito, recheado ou não.

3. CARACTERÍSTICAS GERAIS

Os produtos de confeitaria devem ser preparados com matérias primas sãs, limpas e em perfeito estado de conservação. Não é tolerado o emprego de corantes na confecção de massas dos produtos de confeitaria. É tolerado adicionar corantes permitidos nos recheios e revestimentos de produtos de confeitaria, como: tortas, doces de massas recheadas e outros, com exceção de corante amarelo em qualquer tipo de recheio e revestimento. Devem se apresentar sem indícios de fermentação e em perfeito estado de conservação. Os produtos de confeitaria, quando se destinarem ao consumo imediato, devem ser expostos à venda, devidamente protegidos e em temperatura adequada e, mesmo os não embalados e rotulados, devem estar de acordo com a legislação em vigor.

4. CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉTICAS

Aspecto: massa cozida, assada ou torrada, com ou sem recheio ou massa mole. Cor: própria. Cheiro: próprio. Sabor: próprio.

5. CARACTERÍSTICAS MICROBIOLÓGICAS

Os produtos de confeitaria devem obedecer ao seguinte padrão:

- Bactérias do grupo coliforme: máximo, 102/g. Bactérias do grupo coliforme de origem fecal: ausência em 1g.* Clostrídios sulfito redutores (a 44°C): máximo, 102/g.* Staphylococcus aureus: máximo 102/g. Salmonelas: ausência em 25 g.* Bolores e leveduras: máximo 103/g. Deverão ser efetuadas determinações de outros microrganismos e, ou, de substâncias tóxicas de origem microbiana, sempre que se tornar necessária a obtenção de dados adicionais sobre o estado higiênico-sanitário dessa classe de alimento, ou quando ocorrerem tóxi-infecções alimentares.

6. CARACTERÍSTICAS MICROSCÓPICAS

Ausência de sujidades, parasitos e larvas. 9. ROTULAGEM O rótulo deve trazer o nome do produto de acordo com a denominação constante nesta Norma. (*) Significa período de carência de 2 anos a partir da data da publicação.

BALAS, CAMELOS E SIMILARES

1. DEFINIÇÃO

Denominam-se balas e caramelos as preparações à base de pasta de açúcar fundido, de formatos variados e de consistência dura ou semidura, com ou sem adição de outras

substâncias permitidas.

2. DESIGNAÇÃO

O produto tem a designação genérica de "bala" ou "caramelo" seguida do nome da substância que o caracteriza, ou por nomes próprios tradicionais. Ex: "bala de leite", "toffem", "bala recheada de mel", "bala de nozes", "drops de coco".

3. CARACTERÍSTICAS GERAIS

As balas, caramelos e similares devem ser confeccionadas com matéria prima sã, limpa, isenta de matéria terrosa, parasitos e detritos animais ou vegetais. As balas de goma e de goma de amido podem ser revestidas por açúcar cristalizado. As pastilhas devem apresentar superfície lisa e homogênea. É permitido, nas pastilhas, o emprego de amido ou dextrina, no teor máximo de 5%. No revestimento dos confeitos é permitido o emprego de pequenas porções de cera, estearina, óleos vegetais comestíveis puros. Não é tolerada a adição de substâncias corantes e essências de qualquer natureza no preparo de balas e caramelos de frutas, de leite, chocolate, café, coco, mel e ovos, com exceção de vanilina.

Incluem-se nesta Norma, entre outros, o seguinte: a) bala dura - produto preparado à base de açúcares fundidos e adicionado de substância que caracteriza o produto, como sucos de frutas, óleos essenciais e adicionados de outras substâncias permitidas; a principal característica do produto é o de apresentar-se duro e quebradiço, normalmente transparente ou translúcido;

b) "drops" - bala dura, prensada em formato característico; normalmente transparente ou translúcida;

c) pirulito - bala dura, em formato característico e suportado por uma haste;

d) bala mole produto de composição semelhante à das balas duras, porém, submetido a amassamento mecânico até obtenção da consistência desejada;

e) caramelo - produto preparado à base de leite, açúcares, manteiga ou gorduras comestíveis, podendo ser adicionado de amido na quantidade máxima de 3%, e de outras substâncias que o caracteriza como, café, coco, ovos e submetidos à cocção até o grau de consistência adequada;

f) "toffee" - caramelo submetido à cocção mais prolongada, até obtenção da massa mais dura;

g) balas e caramelos recheados - produtos contendo em seu núcleo recheios diversos como, doces, geléias, licores e mel;

h) bala de goma - produto preparado à base de gomas naturais, açúcares e adicionado de óleos essenciais ou extratos vegetais;

i) bala de goma de amido ou bala americana - produto preparado à base de goma de milho, açúcares e adicionada de aromatizantes;

j) pastilhas - produto preparado à base de massa açucarada, adicionada de aromatizantes e

outras substâncias permitidas e moldado por compressão;

k) confeitos - produto constituído por um núcleo de massa açucarada, de composição variada, ou ainda constituído por sementes oleaginosas, frutas, partes de fruta ou frutas secas revestidos por uma camada açucarada, polida ou de chocolate cobertura; quando o núcleo for constituído de frutas, o produto pode ser denominado fruta confeitada. Ex: "passa confeitada";

l) "marzipan" - produto confeccionado com amêndoas e açúcar; não é tolerada quantidade de ácido cianídrico superior a 5 mg/100 g do produto; este produto pode ser preparado com castanha-do-pará em lugar de amêndoas, devendo obrigatoriamente ser designado por "marzipan" de castanha-do-pará, o marzipan não pode ser adicionado de amidos e féculas estranhos, e a unidade não deve ultrapassar 20%.

m) torrão, torrone ou "Nougat" - produto obtido pela adição de massa cozida de açúcares a outra massa batida de albumina e/ou gelatina, e adicionado, ainda, de mel de uma ou mais das seguintes substâncias: amêndoas, avelãs, nozes, castanha-do-pará, podendo conter frutas cristalizadas; quando o produto for preparado com amendoim, deve ser especificamente designado "torrão", "torrone" ou "Nougat de amendoim"; em geral, o produto se apresenta sob a forma de barras contidas entre duas folhas de hóstia;

n) "nougatine" - é o produto: "torrão" ou "torrone" revestido por uma camada de chocolate de cobertura;

o) crocante - produto preparado com açúcar caramelizado até alcançar a textura quebradiça; este produto pode ser adicionado de sementes oleaginosas fragmentadas;

p) pé de moleque - produto preparado com amendoim, inteiro ou fragmentado, açúcares semi-caramelizados ou rapadura % de consistência dura ou semi-dura;

q) paçoca - produto prensado, preparado com amendoim moído, açúcar e farinha de mandioca, podendo ser adicionado de pequena quantidade de cloreto de sódio;

r) "marsh mallow" - massa batida preparada por mistura de açúcares, gelatina ou albumina do ovo e adicionada de aromatizantes; o produto deve apresentar textura leve e porosa;

s) "fondant de leite" - produto semi-sólido preparado à base de leite e açúcares, contendo micro-cristais de sacarose dispersos em sua massa.

4. CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉTICAS

Aspecto: próprio. Cor: própria. Cheiro: próprio. Sabor: doce.

5. CARACTERÍSTICAS MICROBIOLÓGICAS

As balas, caramelos e similares com recheio deverão obedecer ao seguinte padrão: Bactérias do grupo coliforme de origem fecal: ausência em 1g.* Clostrídios sulfito redutores (a 44°C): máximo 2 x 10/g.* Staphylococcus aureus: ausência em 0,1 g. Salmonelas: ausência em 25 g.* Bolores e leveduras: máximo 103/g. Deverão ser efetuadas determinações de outros microrganismos e/ou de substâncias tóxicas de origem microbiana, sempre que se tornar necessária a obtenção de dados adicionais sobre o estado higiênico-sanitário dessa classe

de alimento, ou quando ocorrerem tóxi-infecções alimentares.

6. CARACTERÍSTICAS MICROSCÓPICAS

Ausência de sujidades, parasitos e larvas.

7. ROTULAGEM

O produto é denominado de acordo com as designações especificadas nesta Norma. (*)
Significa período de carência de 2 anos a partir da data da publicação.

BOMBONS E SIMILARES

1. DEFINIÇÃO

Bombom é o produto constituído por massa de chocolate ou por um núcleo formado de recheios diversos, elaborados com frutas, pedaços de frutas, sementes oleaginosas, açúcar, leite, manteiga, cacau, licores e outras substâncias alimentícias, recobertos por uma camada de chocolate ou glacê de açúcar.

2. DESIGNAÇÃO

O produto é designado "Bombom" seguido de sua classificação ou de nomes de fantasia. Ex: "bombom de morango", "bombom Juçara".

3. CLASSIFICAÇÃO

s bombons, de acordo com a sua composição ou apresentação, serão classificados em:a)
bombom de chocolate - os que foram constituídos tão somente por chocolates incluídos, todos os tipos constantes na Norma de chocolate;

b) bombom de fruta - o que contiverem frutas ou pedaços de frutas quer distribuídas em sua massa, quer fazendo parte de seu recheio;

c) bombom recheado - os que tiverem em seu núcleo qualquer tipo de recheio;

d) bombom crocante - os que tiverem distribuídos em suas massas fragmentos de açúcar caramelizado, com textura quebradiça, podendo ser adicionada de frutas oleaginosas ou cristalizadas;

e) "Janduia" ou Cianduia" - massa refinada, homogênea, obtida pela mistura de chocolate com frutas oleaginosas torradas;

f) "praliné" massa refinada, homogênea, obtida pela mistura de chocolate com frutas oleaginosas torradas e recobertas com uma camada de chocolate.

4. CARACTERÍSTICAS GERAIS

Os bombons deverão ser fabricados com matéria prima sã e limpa, isenta de matéria terrosa, parasitos e detritos vegetais e animais. É tolerada a fabricação de produtos similares a bombons, com adição de gorduras hidrogenadas ao cacau, sob a condição de não utilizarem

as denominações "Bombom" ou "Chocolate". Tais produtos devem ser expostos à venda com nomes de fantasia e deverão trazer na rotulagem a declaração expressa: "Adicionado de" ou "Contém gordura hidrogenada". Os bombons devem apresentar superfície homogênea, com exceção dos bombons crocantes. Nos bombons de frutas, não é tolerada a adição de essências e corantes.

5. CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉTICAS

Aspecto: massa semi-dura, com ou sem recheio. Cor: própria e de acordo com as substâncias adicionada. Cheiro: próprio. Sabor: próprio.

6. CARACTERÍSTICAS MICROBIOLÓGICAS

Os bombons e similares devem obedecer ao seguinte padrão: Bactérias do grupo coliforme de origem fecal: ausência em 1g.* Clostrídios sulfito redutores (a 44°C): máximo 2 x 10/g.* Staphylococcus aureus: máximo 102/g. Salmonelas: ausência em 25 g.* Bolores e leveduras: máximo 103/g. Deverão ser efetuadas determinações de outros microrganismos e/ou de substâncias tóxicas de origem microbiana, sempre que se tornar necessária a obtenção de dados adicionais sobre o estado higiênico-sanitário dessa classe de alimento, ou quando ocorrerem tóxi-

infecções alimentares.

7. CARACTERÍSTICAS MICROSCÓPICAS

Ausência de sujidades, parasitos e larvas.

8. ROTULAGEM

Deve constar no rótulo a denominação do produto de acordo com as especificações constantes nesta Norma. (*) Significa período de carência de 2 anos a partir da data da publicação.

18. Glossário

Alimento diet: Alimento industrializado em que determinados nutrientes como proteína, carboidrato, gordura, sódio, entre outros, estão ausentes ou em quantidades muito reduzidas, não resultando, necessariamente, em um produto com baixas calorias.

Alimento light: Alimento produzido de forma que sua composição reduza em, no mínimo, 25% o valor calórico e/ou os seguintes nutrientes: açúcares, gordura saturada, gorduras totais, colesterol e sódio, comparado com o produto tradicional ou similar de marca diferente.

Baba de moça: doce feito com água, açúcar, leite de coco e gemas.

Cheese Cake: bolo de queijo.

Camafeu: doce feito com leite condensado, chocolate em pó, manteiga, ovos e gemas.

Fondant: cobertura e recheio de bolos, pães doces, bombons ou como decoração de confeitarias e panificação.

Gôndolas: expositor de produtos.

Iguaria: prato de comida.

Empório: praça comercial.

Masseira: tabuleiro fundo em que se amassa o pão e outros alimentos.

Self-service: Diz-se do restaurante, lanchonete, loja ou outros estabelecimentos comerciais, nos quais os clientes se servem sozinhos, sem a assistência de garçons, vendedores ou empregados desses estabelecimentos.

Foodservice: inclui fast food, delivery, hotéis, quick service, lanchonetes, bares, restaurantes comerciais, rotisseries, refeições coletivas, supermercados, padarias, pizzarias, sorveterias, vending, cafeterias, clínicas e hospitais, catering aéreo, merenda escolar, postos de saúde, lojas de conveniência.

19. Dicas de Negócio

Fonte: Blog Gpaniz - <http://gpaniz.com.br/blog/2019/02/07/desafios-na-panificacao-para-2019/> - 2019

As pessoas envolvidas com o trabalho produtivo de uma delicatessen devem estar todas muito bem de saúde, bem como devem conhecer e aplicar adequadamente as receitas e técnicas recomendadas para cada tipo de trabalho e todos os cuidados com a higiene como:

- Lavar e desinfetar bem as mãos antes de qualquer atividade;
- Usar sempre uniformes limpos e da cor branca;
- Usar sempre boné ou gorro;
- Usar máscaras, luvas e botas de borracha;
- Usar aventais impermeáveis.

Para a conquista de novos consumidores é extremamente importante que as embalagens ou rótulos indicativos de cada produto tragam o máximo de informações sobre o produto e principalmente as informações nutricionais.

A organização do processo produtivo deve obedecer alguns pontos importantes, que passa inicialmente pela adequação da matéria-prima principal, devidamente beneficiada segundo os preceitos legais requeridos pelos órgãos fiscalizadores, em especial a ANVISA.

20. Características Específicas do Empreendedor

O empreendedor que tender a iniciar uma loja de delicatessen, deve ter algumas

características básicas, tais como:

Ter conhecimento específico sobre produção e fabrico dos itens produzidos e comercializados numa loja de delicatessen;

Ser uma pessoa que sempre busca melhorar o nível de seu negócio, tanto com a participação em cursos específicos sobre delicatessen, confeitarias, feiras de alimentos, conservação de matéria-prima relacionadas a produção da loja, quanto de gestão empresarial, pois não basta ter conhecimento de fabricação e comercialização é necessário também estar preparado para gerir o seu empreendimento;

Ter habilidade no tratamento com pessoas, tanto com seus colaboradores quanto com clientes, fornecedores, enfim com todos que de forma direta ou indireta tenha ligação com a empresa;

Ser empreendedor com visão prospectiva, atuando com antecipação de tendências, ter visão de futuro no que tange o interesse e expectativa de mercado e dos consumidores, além de estar sempre antenado com as inovações tecnológicas e de mercado. No entanto ressalta que as possibilidades de variação desse tipo de empresa não é tão fácil, contudo com criatividade e capacidade empresarial sempre será possível encontrar novas opções.

21. Fonte de Recurso

Provido de recursos federais, os recursos geridos pelo BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento) destinam-se ao financiamento de investimentos de longo prazo e, de forma complementar, capital de giro ou custeio. A contratação e a liberação dos recursos são feitas mediante diversos bancos comerciais, bancos de investimento e bancos múltiplos. Como exemplos de instituições repassadoras, citam-se: Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Bancos estaduais, Bancos de desenvolvimento regionais, Banco Santander, Bradesco, Itaú, entre outros.

Dentre os principais programas de financiamento disponíveis à maioria dos empreendimentos, destacam-se:

- BNDES Finame: financiamento para produção e aquisição de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional;
- BNDES Automático: financiamento a projetos gerais de investimento (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.);
- BNDES Investimentos: Aporte maior que o automático, faz financiamento a projetos gerais de investimento (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.),
- BNDES: Inovação financiamento a projetos inovadores (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.),

Para mais informações, consultar o site do BNDES.

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:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/fundo-de-aval-do-sebrae-oferece-garantia-para-ospequenos-negocios,ac58742e7e294410VgnVCM2000003c74010aRCRD>

22. Planejamento Financeiro

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

O controle ideal sobre as despesas da empresa 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.

À medida que a empresa for crescendo, dificultando o controle manual do fluxo de caixa, tornando difícil o acompanhamento de todas as movimentações financeiras, o empreendedor poderá investir na aquisição de softwares de gerenciamento.

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

O empreendedor deve estar sempre atento para as despesas de rotina como água, luz, material de escritório, internet, produtos de limpeza e manutenção de equipamentos. Embora pequenas, o seu controle é essencial para que não reduzam a lucratividade do negócio.

Reservas/Provisões

Esse recurso funcionará como um fundo de reserva, o qual será composto por um percentual do lucro mensal - sempre que for auferido. Para o fundo de reserva em questão, poderá ser

estabelecido um teto máximo. Quando atingido, não haverá necessidade de novas alocações de recursos, voltando a fazê-las apenas no caso de recomposição da reserva utilizada. Esse recurso provisionado poderá ser usado para cobrir eventuais desembolsos que ocorram ao longo do ano.

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.

23. Produtos e Serviços - Sebrae

Aproveite 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: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>

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: <http://goo.gl/SD5GQ9>

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: <http://goo>.

gl/odLojT

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: <https://www.sebraecanvas.com/#/>

Sebraetec: O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação: <http://goo.gl/kO3Wiy>

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: <http://goo.gl/3kMRUh>

Para quem busca informações

Informações mercadológicas e sobre negócios são imprescindíveis na tomada de decisão, Nos sites abaixo encontrarão muitas respostas.

<https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/>

<https://datasebrae.com.br/>

<http://sebraemercados.com.br/sim/>

24. Bibliografia

DELICATESSEN. São Paulo: **IGF Intellect**, [2009]. Disponível em: http://www.igf.com.br/aprende/NovoNegocio/Neg_Resp.aspx?id=33. Acesso em: 20 maio 2009.

JORNAL DO COMÉRCIO. **Empresários faturam ao investir em produtos naturais...** Florianópolis: **SEBRAE-SC**, 2005. Disponível em: http://www.sebrae-sc.com.br/novos_destaquos/oportunidade/default.asp?materia=9466. Acesso em: 20 maio 2009.

SEBRAE-DF. **Delicatessen**. Brasília, 2009. Disponível em: <http://www.df.sebrae.com.br/mostraPagina.asp?codServico=238>. Acesso em: 20 maio 2009.

SEBRAE-RJ. Delicatessen. Rio de Janeiro, 2008. 18 p. (Primeiro passo: planejamento empresarial). Disponível em: <http://www.sebraerj.com.br/services/DocumentManagement/FileDownload.EZTSvc.asp?DocumentID={06B8E13C-2B52-4C5E-ACC7-8CCEF7E30AE0}&ServiceInstUID={E0A6567A-DB7A-4C77-9416-5A8733988116}>. Acesso em: 20 maio 2009.

SERVIÇO BRASILEIRO DE RESPOSTAS TÉCNICAS (SBRT). **Resposta técnica: delicatessen**. Brasília: **UnB**, 2007. Disponível em: <http://sbrtv1.ibict.br/upload/sbrt6503.pdf?PHPSESSID=93a245a0f8e903a13b5fcd52bbe690b8>. Acesso em: 20 maio 2009.

aba=lc&cidade=1&tit=Lanches%20e%20Caf%C3%A9s-Bon-Vivant-Delicatessen-Curitiba-Centro-Diversos&eid=2414. Acesso em: 3 abr. 2009.

Delicatessen. Disponível em:

<http://www.teknisa.com/lang/segmento/entretenimento/delicatessen.htm>. Acesso em: 4 abr. 2009.

Ak delicatessen. Disponível em: <http://www.baressp.com.br/detalhe.asp?n=5587&canal=2>. Acesso em: 12 maio 2009.

AVELAR AE, REZENDE DC. **Hábitos alimentares fora do lar: um estudo de caso em Lavras – MG**. Organ Rurais Agroind. 2013;15(1):137-52.

CHRISTENSEN, Clayton M., DYER, Jeff e GREGERSEN, Hal **“DNA do Inovador: dominando as 5 habilidades dos inovadores e ruptura”**, Editora HSM, 25 mar 2019

DAVILA, Tony. EPSTEIN, Marc J e SHELTON Robert. **“As Regras da Inovação: Como Gerenciar, Como Medir e Como Lucrar”**, Editora Bookman, Edição: 1 (1 de janeiro de 2007), 336 p.

DOLABELA, Fernando. **Resumo do livro O segredo de Luisa**. 14.ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, Blog Egestor, 2018.

25. Investimentos e faturamento

O valor a ser investido num novo negócio envolve um conjunto de fatores, identificados ao longo do processo de instalação do empreendimento. O investimento para o início das atividades varia de acordo com o porte do empreendimento e os produtos e serviços que serão oferecidos.

Uma delicatessen estabelecida em uma área de 80 m² exige um investimento inicial estimado de R\$ 150 mil reais, a ser alocado nos seguintes itens:

1 - Investimentos Fixos

1.1 - Máquinas e Equipamentos

Item

Valor Unitário

Balcão, freezer, forno e estufa, etc.

R\$ 34.000,00

Exaustor, Modeladora, etc.

R\$ 25.000,00

1.2 - Equipamentos de Informática

Item

Valor Unitário

Telefone, Computador e Impressora

R\$ 3.000,00

1.3 - Móveis e Utensílios

Item
Valor Unitário
Mobiliário salão
R\$ 20.000,00
Mobiliário do Escritório
R\$ 2.000,00
2 - Investimentos Pré-Operacionais

Item
Valor Unitário
Reformas
R\$ 25.000,00
Registro da empresa
R\$ 2.000,00
3 - Investimentos Financeiros

Item
Valor Unitário
Capital de giro (2 meses de custeio fixo)
R\$ 19.000,00
Formação Estoque Inicial (2 meses)
R\$ 20.000,00

Investimento total (1+2+3)
R\$ 150.000,00
Previsão de Faturamento

Faturamento mensal
R\$ 90.000,00

* os itens descritos nas tabelas são exemplos que devem ser considerados, porém existem outros que devem ser também detalhados, para o seu negócio.

**Acesse <http://simulador.ms.sebrae.com.br> e veja exemplos de pesquisas estimando valores e faça a sua simulação.

***Os custos dos itens descritos na tabela são meras estimativas, pois estes dependem de tamanho do negócio, fornecedores, regiões do país, etc.

Antes de montar sua empresa, é fundamental que o empreendedor elabore um Plano de Negócios, onde os valores necessários à estruturação da empresa podem ser mais detalhados, em função: regionalidade, dificuldades financeiras, objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado. O capital de giro necessário para os primeiros meses de funcionamento do negócio também deve ser considerado neste planejamento.

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando o segmento de clientes, os atores com quem se relacionará, as atividades chave, as parcerias necessárias, sua estrutura

de custos e fontes de receita.

26. Canais de Distribuição e Vendas

Canais de distribuição são os meios pelos quais você entrega o seu produto até o cliente final. Em outras palavras, é como você faz com que seus produtos fiquem disponíveis para o consumidor final.

Os canais de distribuição estão diretamente envolvidos com a prestação de informações sobre o produto, customização, garantia de qualidade, oferta de produtos complementares, assistência técnica, pós-venda e logística. Em resumo, é tudo que possa garantir a disponibilidade do produto para o consumidor.

A empresa pode optar por distribuição via canal direto ou indireto. O canal de distribuição direto é quando a própria empresa é responsável pela entrega de seus produtos, sem que haja nenhum intermediário envolvido nesse processo.

Já no canal indireto a empresa repassa seus produtos a um intermediário responsável por entregar os produtos da indústria para o consumidor. O intermediário pode ser um varejista, atacadista, distribuidor ou qualquer outro envolvido no processo de distribuição de produtos.

Os canais de distribuição utilizados pela Delicatessen são a própria loja e o serviço de delivery.

27. Entidades relacionados ao Setor

ABIA - Associação Brasileira das Indústria de Alimentação

www.abia.org.br

ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

www.abrasel.com.br

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária

www.anvisa.gov.br

ABIMAQ - Associação Brasileira da indústria de Máquinas e Equipamentos

www.abimaq.org.br

IBD - Instituto Biodinâmico

www.ibd.com.br

ITA - Instituto de tecnologia de Alimentos

www.ital.sp.gov.br

MINISTÉRIO DA SAÚDE

www.saude.gov.br

SNDC - Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

www.mj.gov.br

SBAN - Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição

www.sban.com.br

SBGAN - Sociedade Brasileira de Gastronomia e Nutrição

www.sbg.org.br

