

Galeria



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.....	4
Exigências Legais e Específicas.....	4
Estrutura.....	6
Pessoal.....	6
Equipamentos.....	7
Matéria Prima/Mercadoria.....	9
Organização do Processo Produtivo.....	9
Automação.....	10
Canais de Distribuição.....	11
Investimentos.....	12
Capital de Giro.....	14
Custos.....	15
Diversificação/Agregação de Valor.....	16
Divulgação.....	17
Informações Fiscais e Tributárias.....	17
Eventos.....	19
Entidades em Geral.....	19
Normas Técnicas.....	20
Glossário.....	20
Dicas de Negócio.....	21
Características Específicas do Empreendedor.....	21
Bibliografia Complementar.....	22
Fonte de Recurso.....	23
Planejamento Financeiro.....	23
Produtos e Serviços - Sebrae.....	25

1. Apresentação de Negócio

As Galeterias distinguem-se da maioria dos restaurantes pelos pratos servidos de forma abundante que oferecem ao cliente. Usualmente, o serviço inicia-se com sopa de agnolini (massa recheada), pão, salada de radicci (tipo de chicória) com bacon, salada de batata com maionese, galetto al primo canto, polenta frita e/ou grelhada e espaguete com molho de miúdos. O destaque fica por conta do galetto, enquanto que as demais comidas servem de acompanhamento.

Atualmente, as Galeterias apresentam cardápios diversificados. Além do tradicional molho de miúdos com tomate que acompanham a massa, são oferecidos muitos outros. A polenta, antes apenas frita, é oferecida recheada com queijo, grelhada com queijo e orégano ou simplesmente grelhada. A tábua de frios, que era composta de forma displicente, passou a trazer fatias de embutidos delicadamente cortados e diversos queijos de alta qualidade.

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

2. Mercado

O faturamento do setor de food service brasileiro deve crescer cerca de 4,7% ao ano até 2022, chegando a R\$ 527,5 bilhões, segundo dados da empresa de pesquisas Euromonitor International. A pesquisa considera cafés, bares, restaurantes com serviço completo, redes de fast food, self-services, galeterias, quiosques e comidas de rua, estabelecimentos que entregam comidas e as preparam para viagem.

O Brasil é considerado um mercado em crescimento para alimentação fora do lar, que atualmente representa cerca de 33% dos gastos dos consumidores, com alimentos e bebidas.

Tendências e tecnologias voltadas à área de food service como delivery (entrega), pedidos para viagem e via aplicativos, personalização de produtos, produtos grab&go (pega e leva) entre outros, prometem contribuir com o crescimento do setor.

Mesmo com a crise econômica, o segmento de alimentação é um dos negócios mais interessantes para os empreendedores. Sendo uma necessidade básica, o ramo atrai muitos clientes, principalmente quando o atendimento e os serviços são de alto nível. Um bom exemplo é o mercado de galeterias, que abrange consumidores de todas as camadas sociais.

Fonte: Mapa das Franquias - 14/02/2019

Mercado Consumidor

Considerando apenas as carnes bovina, suína e de frango, o brasileiro distribui o consumo da seguinte forma: carne de frango: 46,4%; carne bovina: 38,8% e carne suína: 14,8%

Apesar da preferência do brasileiro ser tradicionalmente por carne bovina, o consumo de carnes no Brasil tem o frango como líder, com 46,4% da demanda. A carne bovina segue atrás do consumo de carne de frango, com 38,8% do da demanda.

Já a carne suína é a de menor consumo do País dentre os 3 tipos de carnes avaliadas. Contudo, quando se considera o cenário mundial, a carne suína é a principal carne em termos de consumo. E por falar nisso, confira a distribuição do consumo das carnes bovina, suína e de frango na média mundial: carne suína: 42,9%; carne de frango: 34,0%; carne bovina; 23,2%.

Na média mundial, a carne suína é a mais consumida, com participação de 42,9% do consumo quando considerando os 3 tipos de carne. A carne de frango é a segunda no rank de consumo, com 34,0%, seguida da carne bovina com 23,2%.

Fonte: <https://www.meionorte.com/curiosidades/conheca-a-carne-mais-consumida-do-brasil-e-no-mundo-367996> - 30/07/2019

Mercado Concorrente

A grande busca de clientes pelo setor de alimentação não é sinônimo de sucesso e lucros garantidos para os empresários. Uma das razões é a alta concorrência, motivando os estabelecimentos a buscarem alternativas para atrair os clientes e aperfeiçoar a qualidade das refeições com eficiência.

Se você quer se diferenciar de seus concorrentes, é fundamental analisar os desafios do mercado:

- Pesquisar como o concorrente se comunica com os consumidores;
- Analisar a variedade dos cardápios;
- Verificar como são feitas as promoções;
- Avaliar como o ambiente está organizado para receber os clientes;
- Constatar como funciona o serviço de delivery (prazos de entrega e abrangência do serviço).

Enfrente os desafios para evoluir:

- Manter os clientes fiéis;
- Ter uma boa comunicação;
- Melhorar os serviços de delivery;
- Aperfeiçoar a seleção de fornecedores e dos ingredientes;
- Estudar a concorrência com precisão;
- Conquistar novos tipos de consumidores.

Mercado Fornecedor

A relação com o mercado fornecedor também deve se basear na sustentabilidade. Podem-

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

- Retorno do crescimento do mercado;
- O número crescente de pessoas que se alimentam fora do lar;
- O baixo custo do produto;
- Pessoas com restrições alimentares;
- Diferenciação pelos serviços.

Ameaças

- Instabilidade econômica e política no país;
- Baixas barreiras de entrada no mercado;
- Excesso de concorrência;
- Alta carga tributária;
- Falta de experiência do dono do negócio.

3. Localização

Os empreendedores que desejam ingressar no segmento de galeteria devem tomar alguns cuidados na escolha do ponto. Entre os aspectos importantes, deve-se considerar prioritariamente a densidade populacional, o perfil dos consumidores locais, a concorrência, os fatores de acesso e locomoção, a visibilidade, a proximidade com os clientes, a segurança e a limpeza do local.

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:

A Legislação das Boas Práticas para Serviços de Alimentação define os procedimentos que devem ser adotados para garantir as condições sanitárias e de higiene na manipulação de alimentos e constam na Resolução de Diretoria Colegiada - RDC 216 da ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária,

de 15 de setembro de 2004. É recomendável também a leitura da Cartilha da ANVISA sobre Boas Práticas para Serviços de Alimentação. Outra normativa importante sobre o tema é: a Resolução ANVISA RDC nº. 218/05 - Regulamento técnico de procedimentos higiênico-sanitários para manipulação de alimentos e bebidas preparados com vegetais.

A Resolução RDC nº 275/MS/ANVISA, de 21/10/2002. , dispõe sobre o Regulamento Técnico de Procedimentos Operacionais Padronizados aplicados aos Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos e a Lista de Verificação das Boas Práticas de Fabricação em Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos.

A Portaria nº . 1.428 / MS, de 26 de novembro de 1993, determina que os estabelecimentos relacionados à área de alimentos adotem, sob responsabilidade técnica, as suas próprias Boas Práticas de Produção e/ou Prestação de Serviços, seus Programas de Qualidade, e atendam aos PIQ's para Produtos e Serviços na Área de Alimentos, em consonância com o estabelecido na presente Portaria.

5. Estrutura

Uma galeteria estabelecida em uma área de 150 m² deve ser composta por:

Salão: espaço, sem colunas ou obstáculos. O ambiente deve ter tratamento acústico especial, de modo a permitir que o som não perturbe os vizinhos. Também deve possuir acesso para portadores de necessidades especiais.

Banheiros: o ideal é que sejam dois, localizados a uma distância adequada do salão. Devem ser bem sinalizados, amplos, arejados e confortáveis.

Cozinha: a área dependerá do cardápio disponível.

Depósito de materiais: espaço adaptado com prateleiras e armários para guardar alimentos, bebidas, utensílios e outros materiais.

Estacionamento: se não houver disponibilidade permanente de vagas nas proximidades, é importante disponibilizar uma área para estacionamento de veículos.

6. Pessoal

A quantidade de profissionais que irá compor a equipe depende do tamanho do empreendimento.

Uma galeteria de pequeno porte requer, além do dono, seis funcionários, no mínimo, a serem alocados nas seguintes funções:

-02 Garçons ou garçonetes;

-01 Cozinheiro (a);

-01 Auxiliar de cozinha;

-01 Copeiro (a);

-01 Caixa – pode ser o próprio empreendedor, que também ficará responsável pelo salão. É imprescindível que esses profissionais sejam alfabetizados e possuam instrução de atuação na sua atividade. Além disso, outras características interessantes são:

-Agilidade;

-Raciocínio rápido;

-Capacidade de observação;

-Paciência ;

-Facilidade de organização;

-Flexibilidade;

-Disponibilidade de horário;

-Simpatia;

-Bom humor;

-Pró-atividade;

-Responsabilidade;

-Discrição;

-Controle emocional.

7. Equipamentos

A venda de frango assado é um negócio que há anos não para de crescer.

Com um pequeno investimento em uma máquina de assar frango, você já pode montar o seu próprio negócio e faturar alto no segmento de alimentação.

Ou se optar por um ponto fixo aberto ao público, os seguintes equipamentos são necessários para a montagem de uma galeteria:

Salão:

-Microcomputador com acesso à internet;

- Impressora multifuncional;
- Impressora de cupom fiscal;
- Linha telefônica;
- Mesas, cadeiras, armários, de acordo com o dimensionamento das instalações;
- Prateleiras para exposição das bebidas;
- Gaveteiro para guardar dinheiro e cheques;
- Máquina para recebimento por meio de cartões de débito e crédito (a critério do empreendedor);
- Geladeira vertical para cerveja;
- Sistema de ar condicionado (opcional).

Cozinha:

- Geladeira;
- Freezer;

Fonte: Meu Próprio Negócio - <https://www.meuproprionegocio.net.br/maquina-de-assar-frango/>

- Armários;
- Câmara fria;
- Mesa com cuba;
- Carro para transporte de bandejas;
- Carro para transporte de detritos;
- Panelas;
- Talheres;
- Utensílios de cozinha em geral;
- Extrator de sucos;
- Máquinas de café expresso;
- Liquidificador industrial;
- Máquina de fazer gelo;

- Tanque (ou calderão) de gás;
- Fogão industrial;
- Chapa quente;
- Fritadeira e cozedor de massas;
- Churrasqueira;
- Grelhas;
- Espetos;

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.

No caso das galeterias, o galetto é o prato principal acompanhado de um conjunto básico de guarnições, além de diferentes tipos de carnes e acompanhamentos.

9. Organização do Processo Produtivo

O funcionamento do estabelecimento pode ser organizado nas seguintes etapas:

Serviço de hostess: acolhe o cliente, acompanhando-o até a mesa disponível no salão e entregando o cardápio da casa.

Atendimento: inicia-se com a escolha dos pratos e bebidas pelo cliente e termina com o pagamento da conta.

Elaboração e montagem dos pratos e petiscos: com base na comanda entregue pelos garçons ou garçonetes, cozinheiro e auxiliar (quando houver) preparam os itens solicitados do cardápio.

Caixa: efetua todas as operações relacionadas ao lançamento de itens, fechamento e pagamento da conta do cliente.

Administração: responsável pela gerência e controle das atividades produtivas do estabelecimento.

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.

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. Canais de Distribuição

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.

O canal de distribuição da galeteria é o próprio ponto de venda ou o uso dos aplicativos como ifood ou uber eats.

Quero vender mais. Como cadastrar meu negócio no uber eats?

Aumente suas vendas

O Uber Eats gera um impacto verdadeiro nas suas vendas. Ao apresentar seu menu no app, você consegue mais clientes novos, e os clientes atuais ganham uma forma mais prática de pedir os seus pratos. Com o Uber Eats, os restaurantes vendem mais, gastam menos com marketing e podem expandir os negócios.

Entregas práticas

O Uber Eats é o jeito mais fácil de entregar pedidos. Com centenas de entregadores, as entregas demoram em média 15 minutos, mantendo a melhor qualidade possível dos

pedidos. Você também pode acompanhar o processo até a porta do cliente com o GPS no app.

Seja parceiro de profissionais

Quando você se torna parceiro do Uber Eats, ficamos ao seu lado desde o começo. Vamos ajudar você a se preparar, promover o seu menu e melhorar o tempo de preparo dos pratos para agilizar as entregas. Além disso, vamos testar e aprender juntos para aumentar o seu volume de vendas, manter as operações tranquilas e impressionar os clientes.

Quero vender mais. Como cadastrar meu negócio no ifood?

Para cadastrar seu restaurante, lanchonete ou bar no Ifood você precisa atender a algumas demandas bem simples:

Fazer uma boa comida.

Ter um computador com Windows e acesso à Internet no local.

Possuir um CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas).

Disponer de uma equipe eficiente de entregadores.

Procurar aprimorar o atendimento.

Entregar refeições prontas para o consumo.

Quando estiver com tudo pronto, preencha o formulário no site oficial do Ifood e envie os seus dados para a análise. Se o seu estabelecimento atender as exigências básicas do Ifood, a equipe deles entrará em contato com você o quanto antes.

Você assina o seu contrato on-line e já começa a configurar o seu restaurante na plataforma. O contrato não exige fidelidade e pode ser cancelado a qualquer momento. Além disso, ao vincular o seu estabelecimento ao Ifood, você só paga se vender.

Além de utilizar estas opções o empreendedor poderá divulgar seu negócio nas redes sociais como facebook, instagran, etc.

12. Investimentos

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 galeteria estabelecida em uma área de 150 m² exige um investimento inicial estimado de R\$ 70 mil reais, a ser alocado nos seguintes itens:

1 - Investimentos fixos

1.1 - Máquinas e equipamentos

Item

Valor unitário

Balcão, freezer , geladeira etc.

R\$ 8.000,00

Máquinas de assar ou churrasqueiras elétricas,etc.

R\$ 10.000,00

1.2 - Equipamentos de informática

Item

Valor unitário

Telefone, Computador e Impressora

R\$ 3.000,00

1.3 - Móveis e utensílios

Item

Valor unitário

Mesas, cadeiras, etc.

R\$ 15.000,00

Mobiliário do Escritório

R\$ 2.000,00

2 - Investimentos pré-operacionais

Item

Valor unitário

Reformas

R\$ 10.000,00

Registro da empresa

R\$ 2.000,00

3 - Investimentos financeiros

Item

Valor unitário

Capital de giro (2 meses de custeio fixo)

R\$ 10.000,00

Formação Estoque Inicial (2 meses)

R\$ 10.000,00

Investimento total (1+2+3)

R\$ 70.000,00

Previsão de faturamento

Faturamento mensal

R\$ 50.000,00

* 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.

13. 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\$ 20.000,00

* 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\$ 70.000,00. Assim uma reserva (capital de giro e estoque inicial) de R\$ 20.000,00

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.

14. 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\$ 10.000,00
Custos dos impostos

Item
%
Valor unitário
Simples
9 % do faturamento bruto (R\$ 50.000,00)
R\$ 4.500,00
Custos com vendas

Item
%
Valor unitário
Propaganda
1 % do faturamento bruto (R\$ 50.000,00)
R\$ 500,00

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
Máquinas e equipamentos
R\$ 18.000,00

10
R\$ 150,00
Equipamentos informática
R\$ 3.000,00

5
R\$ 50,00
Móveis e utensílios
R\$ 17.000,00

5
R\$ 283,00
Despesas fixas e administrativas

Item
Valor unitário
Aluguel, condomínio e segurança
R\$ 3.500,00
Água, luz, telefone e internet
R\$ 800,00
Material de limpeza, higiene e escritório
R\$ 700,00
Assessoria contábil
R\$ 980,00

15. Diversificação/Agregação de Valor

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.

Fonte: Blog Wedologos - <https://blog.wedologos.com.br/design-grafico/folder/modelo-de-cardapio/> - 23/11/2011

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

- Entrega de produtos em domicílio;
- Parcerias para conquistar mais clientes;

- Inovação no cardápio;
- Novas estratégias de negócios;
- Uso da tecnologia para melhorar o atendimento;
- Vendas de produtos pela internet.

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.

Curiosidade: Cardápios inovadores

Modelo de cardápio diferente e criativo:

16. 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 de bairro e revistas;
- Oferecer descontos para produtos combinados;
- Realização de degustações periódicas no restaurante;
- Divulgar em empresas.

17. 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.portaldoeempreendedor.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.

18. Eventos

CIHAT - Congresso Internacional de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo

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

Congresso Nacional da Abrasel

<http://congressoabraseL.com.br/>

Congresso Internacional de Food Service

<http://www.abia.org.br/cfs2012/>

Congresso Latino-Americano de Gastronomia e Nutrição

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

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

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

FISPAL Tecnologia, Feira Internacional de Embalagens, Processos e Logística para as Indústrias de Alimentos e Bebidas

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

19. Entidades em Geral

Agencia Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA

<http://portal.anvisa.gov.br>

Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação - ABIA

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

Associação Brasileira de Nutrição - ASBRAN.

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

Associação dos Garçons e Profissionais Similares de Minas Gerais

<http://www.associacao-garcons-profiss>

[ionais-s.br.telelistas.net/vct/associacoes-classe/belo-horizonte/134728265.htm](http://www.associacao-garcons-profissionais-s.br.telelistas.net/vct/associacoes-classe/belo-horizonte/134728265.htm)

ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

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

Serviço Nacional do Comércio – SENAC

<http://www.senac.br>

Sociedade Brasileira de Gastronomia e Nutrição – SBGAN

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

20. 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 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.

- 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.

21. Glossário

Atacadista: intermediário entre fabricantes e varejistas. Compra e vende mercadorias, inclusive de empresas concorrentes.

Certificação orgânica: é o processo de auditoria de origem e trajetória de produtos agrícolas e industriais, desde sua fonte de produção até o ponto final de venda ao consumidor.

Chefe de fila: profissional que auxilia o maître nas tarefas. Coordena o serviço dos garçons e substitui o maître quando necessário.

Cumin: Ajudante de garçom.

Garçom/Garçonete - Termo utilizado para designar principalmente aquele que atende os fregueses em bares e restaurantes.

Hortifrutigranjeiros: Frutas, verduras, legumes, ovos, aves abatidas e pescados.

Maître: é o profissional responsável pela chefia dos garçons em um restaurante. Deve conhecer bem as técnicas do estabelecimento.

Refeição: uma porção de alimentos consumida de uma vez a fim de garantir o sustento de uma pessoa durante várias horas.

Validade do produto: tempo que um produto é considerado seguro para consumo.

22. Dicas de Negócio

Fonte: Clic RBS - <http://wp.clicrbs.com.br/pelotas/tag/gastronomia/>

Oferecer produtos diferenciados pode ser uma ótima aposta. Além de frango, o seu estabelecimento pode trabalhar com uma cartela mais ampla de alimentos, como costela e linguiça.

Outra opção é investir na venda de acompanhamentos como farofa, batatas assadas, vinagrete e molhos.

Possivelmente, o seu negócio terá uma demanda maior aos finais de semana, quando muitas pessoas optam por comprar o frango assado e os acompanhamentos para o almoço.

Outro diferencial é a entrega em casa, o famoso delivery. Comodidade é um fator importante para muitos clientes.

O empreendedor precisa estar atento ao grau de satisfação dos clientes, buscando identificar qual a percepção que eles têm em relação à qualidade e diferencial dos serviços oferecidos. Para tanto, pode realizar pequenas pesquisas de satisfação, utilizando formulários objetivos, que permitam extrair as informações desejadas ao final de cada atendimento. Ele também deve criar mecanismos que captem as ideias dos colaboradores e parceiros, além de manter uma postura aberta para receber qualquer observação que chegar à empresa.

23. Características Específicas do Empreendedor

É recomendável que o empreendedor possua algumas características básicas como:

- Ter conhecimentos específicos sobre o funcionamento de uma galeteria;
- Pesquisar e observar permanentemente o mercado em que está atuando, promovendo ajustes e adaptações no negócio;
- Conhecer as tendências de mercado, estar sempre disposto a inovar e promover mudanças;

- Saber administrar as áreas internas da empresa;
- Demonstrar capacidade de organização e gerenciamento para planejar e acompanhar o desempenho do negócio;
- Acompanhar o desempenho dos concorrentes;
- Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos;
- Ter visão clara de onde quer chegar e manter o foco definido da atividade empresarial;
- Ter coragem para assumir riscos calculados;
- Ser persistente e não desistir dos objetivos traçados;
- Perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las;
- Possuir serenidade e autocontrole emocional para liderar equipes.

24. Bibliografia Complementar

- ABREU ES, TORRES EAFS. **Restaurante “por quilo”: vale o quanto pesa? Uma avaliação do padrão alimentar em restaurantes de São Paulo, SP.** Nutrire. 2003;25:7-22.
- 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.
- DEFANTE, L.R.; BARBOZA, M.M.; SAUER, L.; LIMA-FILHO, D.E.R. **Influência da higiene na escolha de restaurantes comerciais pelos consumidores.** Revista Brasileira de Administração Científica, v. 3, n. 3, p. 56-69, 2012.
- DOLABELLA, Fernando. **Oficina do empreendedor.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luisa.** 14. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999. Editora Abril.
- LEMES JUNIOR, Antônio Barbosa; PISA, Beatriz Jackiu. **Administrando micro e pequenas empresas.** Rio de Janeiro : Elsevier, 2010.
- MARICATO, Percival. **Como montar e administrar bares e restaurantes.** São Paulo: Senac São Paulo, 2007.

25. 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>

26. 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.

A 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.

27. 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 uteis 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/>

