

Jantar em domicílio

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.....	2
Exigências Legais e Específicas.....	3
Estrutura.....	4
Pessoal.....	5
Equipamentos.....	5
Matéria Prima/Mercadoria.....	6
Organização do Processo Produtivo.....	6
Automação.....	7
Canais de Distribuição.....	7
Investimentos.....	7
Capital de Giro.....	8
Custos.....	9
Diversificação/Agregação de Valor.....	10
Divulgação.....	10
Informações Fiscais e Tributárias.....	11
Eventos.....	12
Entidades em Geral.....	14
Normas Técnicas.....	14
Glossário.....	14
Dicas de Negócio.....	15
Características Específicas do Empreendedor.....	15
Bibliografia Complementar.....	16
Fonte de Recurso.....	16
Planejamento Financeiro.....	16
Produtos e Serviços - Sebrae.....	16

1. Apresentação de Negócio

A gastronomia está em alta. A prova disso é que surgem a cada dia em todo Brasil uma infinidade de novos negócios nesta área. Restaurantes de alto padrão, boutiques de utensílios de luxo para cozinha, pacotes de turismo gastronômico, faculdades de gastronomia, clubes de gourmets e muitos outros negócios no ramo estão fazendo a felicidade dos amantes da boa-mesa.

No meio desta fervura, promover “banquetes” deixou de estar restrito a comemorações especiais e noites de gala, para se tornar mais uma oportunidade para reforçar laços familiares, causar uma boa impressão, ou simplesmente, reunir os amigos.

Dê olho nesta mudança no comportamento do consumidor estão às empresas de Jantar em Domicílio, que literalmente fazem a festa de quem está com dinheiro no bolso e não quer sair de casa e nem “meter a mão na massa”.

Seja em um jantar “a dois” ou em um “banquete para 400 talheres” o negócio de jantar em domicílio oferece um leque variado de oportunidades para os empreendedores. Junto com o jantar, são oferecidos serviços, tais como: seleção e fornecimento dos vinhos que acompanham os pratos e a sobremesa, fornecimento de talhares, enxoval de mesa e equipe de garçons, e tudo o mais, para ajudar a fazer um jantar inesquecível.

2. Mercado

Nunca se falou tanto em comida como nos últimos tempos. Não que ela não fosse lembrada e não tivesse um papel importantíssimo em nossas vidas antes disso, mas fatores como a busca pelo bem estar, melhoria do padrão de consumo da população e a modernidade, trouxeram consigo hábitos diferentes e modificação dos costumes.

Há algumas décadas ninguém poderia imaginar que seria possível pedir uma refeição pela internet ou ter no celular a possibilidade de verificar o conteúdo nutricional dos alimentos das prateleiras. Hoje estas e outras tendências estão afetando o mercado de alimentação, onde os consumidores buscam não só se alimentar de forma saudável, mas também conveniência, confiabilidade, sustentabilidade e, principalmente, prazer. A busca pelo prazer na alimentação tem feito com que a gastronomia adquira status de ciência, levando a descoberta de novos ingredientes, combinações inéditas, fusão de culturas, tudo isso para satisfazer consumidores de todas as classes.

Estes fatores vêm ajudando não só a colocar a comida no centro das atenções, mas impulsionando e transformando diversos negócios no setor de alimentação. Dentre eles estão os serviços de Jantar em Domicílio ou, simplesmente, bufê, como são classificados estes empreendimentos pelos órgãos da Administração Tributária do país.

Esta simplificação ao mesmo tempo em que facilita a arrecadação de impostos, dificulta uma análise de mercado mais detalhada, pois reúne na mesma categoria não só os bufês, mas também as empresas de Cathering e outros serviços de comida preparada que compõe o chamado mercado de foodservice nacional, um setor que faturou cerca de R\$ 75,1 bi em 2010, segundo dados levantados pela Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (Abia).

3. Localização

Este é o tipo de serviço que pode, em grande parte, ser prestado no próprio domicílio do contratante. Além disso, o empreendedor que inicia no ramo também pode efetuar muitas tarefas necessárias a gestão do negócio, a partir de sua própria residência. Para tal, é necessário que crie uma pequena estrutura - homeoffice, onde tarefas administrativas tais como agendamentos, negociação, compras, contratação de mão-de-obra, etc. possam ser executadas de forma organizada. Desta forma, a localização da sede do empreendimento não é um fator determinante para o seu sucesso. Vale lembrar que um negócio deste tipo envolve o contato diário com uma grande quantidade de fornecedores e pessoas envolvidas, o que pode fazer com que o aumento do volume de negócios venha a exigir o seu funcionamento em um local mais apropriado. Caso o empreendedor opte por montar uma cozinha industrial, para atender os seus clientes ele terá que avaliar fatores tais como:

- As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas em conformidade com o Plano Diretor Urbano (PDU), lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar em cada local. Portanto, este deve ser seu primeiro passo para avaliar se a cozinha pode funcionar em tal local;
- Certifique-se de que o local escolhido ofereça infra-estrutura compatível as suas necessidades operacionais e permita a expansão do negócio. O imóvel deve dispor dos serviços de água, luz, esgoto, telefone e internet, e seu custo deve estar adequado àquele que você planejou;
- É desejável que a cozinha esteja próxima a locais servidos por transportes públicos. Deve ser levada em conta, ainda, a facilidade de deslocamento para diferentes regiões da cidade. Também deve ser observado se existem facilidades de acesso para carros, estacionamento de veículos, local para armazenamento, carga e descarga de mercadorias, dentre outras conveniências;
- Tratando-se de imóvel alugado, negocie o valor do aluguel, data de pagamento, prazo de locação e demais cláusulas com o locador, na forma e condições compatíveis com o empreendimento, considerando o tempo de retorno do investimento.
- Verifique se esta não é uma região com índices muito elevados de violência e se o imóvel não está sujeito a incidência de enchentes no local e na região. Enfim, examine as condições do imóvel a fim de adaptá-lo para o exercício da atividade pretendida. Adicionalmente, o empresário deverá verificar na Prefeitura da cidade:
 - se os impostos que recaem sobre o imóvel estão em dia;
 - se o imóvel está regularizado;
 - se possui o HABITE-SE e capacidade de liberação pelo Corpo de Bombeiros;
- Por último, lembre-se (!!!!) que os estabelecimentos que manipulam alimentos, estão sujeitos a legislação sanitária em vigor, o que torna necessário que o imóvel possa atender as tais exigências para obtenção do Alvará Sanitário.

Funcionamento de Empresa na Residência do Empreendedor Caso o empreendedor faça a opção por estabelecer a sede da empresa em sua própria residência, é importante que antes, ele procure o órgão especializado da Prefeitura de seu município, verificandose o empreendimento pode funcionar no local. Isto porque grande parte dos municípios brasileiros tem contemplado em seu Plano Diretor Urbano – PDU também conhecido como Lei de Zoneamento Urbano, algumas áreas/bairros que não podem funcionar empresas, seja de que espécie for. Caso a empresa seja instalada em imóvel uni - familiar (casa fora do

ambiente de condomínios), ela deverá possuir entrada independente do ambiente residencial que permita a fiscalização. A Instalação em Condomínios horizontais com restrições de acesso de pessoas estranhas àquele ambiente ou Prédios residenciais, deverá ser aprovada pelo conselho do condomínio seja horizontal ou vertical, sendo carregada para decisão, caso seja necessário, até a assembléia geral de condôminos. Além disso, deve possuir as condições para fiscalização do negócio (entrada independente e segregada do ambiente familiar).

4. Exigências Legais e Específicas

Para formalizar a empresa, é recomendável a contratação de um contador ou um advogado. Estes profissionais poderão lhe auxiliar na escolha do melhor enquadramento jurídico e tributário da empresa, na elaboração dos documentos constitutivos exigidos e realizar o seu registro junto aos órgãos responsáveis conforme abaixo:

a) Registro da empresa nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (a empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”.
- Corpo de Bombeiros Militar.

b) Visita a prefeitura da cidade onde pretende montar o estabelecimento para fazer a consulta de local e obtenção do alvará de localização;

c) Obtenção do alvará de licença sanitária (Caso o empreendedor possua cozinha industrial própria) - adequar às instalações de acordo com o Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas). No âmbito federal a fiscalização cabe a Agência Nacional de Vigilância Sanitária que delega esta atribuição as Secretarias Estaduais e Municipais de Saúde respectivas. O empreendedor deverá verificar junto aos órgãos Estaduais e Municipais de meio ambiente as exigências ambientais aplicáveis à atividade.

Em relação à legislação Federal aplicável ao setor de alimentação destacamos:

- A Resolução RDC n.º 216, de 15 de setembro de 2004, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA dispõe sobre regulamento técnico de boas práticas para serviços de alimentação, a fim de garantir as condições higiênico-sanitárias do alimento preparado.

- Decreto 3.179/1999 Dispõe sobre a especificação das sanções aplicáveis às condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências.
- A Portaria 1428/93 do Ministério da Saúde estabelece a obrigatoriedade para todos os estabelecimentos que manipulam produtos alimentícios implantarem o sistema PAS (antigo APACC). As Boas Práticas de Fabricação são pré-requisitos fundamentais.
- A Portaria 368/97 do Ministério da Agricultura estabelece os requisitos gerais (essenciais) de higiene e de boas praticas de elaboração de alimentos para o consumo humano.
- A manipulação e a montagem de cardápios alimentares devem ser realizadas por profissionais tecnicamente qualificados. Poderão ser encontrados na Resolução CFN n.º 218, de 25 de março de 1999, do Conselho Federal de Nutricionistas – CFN, os critérios da Responsabilidade Técnica exercida pelo nutricionista, seu compromisso profissional e legal na execução de suas atividades, compatível com a formação e os princípios éticos da profissão, visando à qualidade dos serviços prestados à sociedade.

Destaca-se a Resolução CFN n.º 378, de 28 de dezembro de 2005, também do Conselho

Federal de Nutricionais – CFN, que dispõe sobre o registro e cadastro de Pessoas Jurídicas nos Conselhos Regionais de Nutricionistas e dá outras providências.

- O Conselho Federal de Administração, delibera através da Lei n.º 4.769 de 09 de setembro de 1965 e do Decreto n.º 61.934 de 22 de dezembro de 1967 que toda empresa, cujo objetivo social se enquadre nas áreas de atuação privativas da Administração é obrigada a se registrar no Conselho Regional de Administração conforme sua localização.

Recomenda-se consulta formal junto ao Conselho Regional de Administração, uma vez que o fornecimento de alimentos com mão-de-obra encontra-se sob o código D020, na relação das áreas de atuação privativas da Administração.

- Código de Defesa do Consumidor – Lei Federal n.º. 8.078 de 11/09/1990 e Decreto Federal n.º. 2.181, de 20 de março de 1997.

- É importante observar, também, que a Lei n.º 8.069, de 13 de julho de 1990, Estatuto da Criança e do Adolescente, disponível no site da Presidência da República Federativa do Brasil, proíbe a venda à criança ou ao adolescente de bebidas alcoólicas dentre outros itens.

5. Estrutura

A estrutura é variável conforme a formatação do negócio e volume de serviços.

Para um negócio formatado de maneira a funcionar com alto nível de terceirização e cuja preparação do jantar e serviços complementares sejam realizados na residência do cliente, o empreendedor não irá necessitar de muitos recursos além de seu próprio talento na cozinha.

Neste caso será necessário apenas um local (que pode ser a própria residência do empreendedor) para realizar as tarefas administrativas e um pequeno depósito para armazenamento de ingredientes, utensílios, uniformes, etc. a serem utilizados nos jantares e recepções contratadas. Com o crescimento do volume de negócios é necessário que a

empresa tenha uma sede própria, que pode ser um imóvel comercial com cerca de 45m², dividido em recepção, sala de atendimento aos clientes e almoxarifado.

6. Pessoal

A quantidade de colaboradores está relacionada diretamente ao cardápio a ser oferecido e o número de pessoas a serem atendidas durante os jantares. Normalmente o empreendedor deverá contar com os seguintes profissionais: - Cozinheiro profissional, que em muitos casos é o próprio empreendedor;

- Auxiliar de cozinha;

- Garçons Neste ramo, existem empreendedores, em início de negócio, que optam por não manterem equipes fixas de colaboradores, preferindo trabalhar com profissionais que possam ser contratados de forma eventual a partir de um banco de dados pré-existente. Estes profissionais são contratados para atender a cada evento, conforme as condições estabelecidas com o cliente (cardápio, número de convidados, serviço, etc.). Esta é uma opção, contudo, que deve ser reavaliada à medida que o número de jantares realizados pela empresa vai aumentando ou, caso o empreendedor trabalhe regularmente com jantares cujo número de convidados seja elevado.

7. Equipamentos

Os equipamentos necessários para elaboração dos jantares são:

Equipamentos e Utensílios de Cozinha

- Assadeiras;- Bandejas;

- Caçarolas; - Conjunto de uniforme para cozinheiro e auxiliares; - Copos, taças, talheres de mesa e toalhas (podem ser alugados separadamente para o cliente);

- Cortadores;

- Facas diversas e demais talheres de cozinha;

- Fritadeira;- Liquidificadores;

- Panelas;

- Processadores;

- Réchaud e demais utensílios para buffet (podem ser alugados separadamente para o cliente);

- Saca-rolha e abridores de garrafa;

- Utensílios para cozinhas regionais. Exemplo

Culinária Espanhola - Panelas para Paella, Jarras para Sangrias, etc. Culinária Japonesa –

Panelas elétricas de arroz para makimomos e sushis, facas especiais para sushi/sashimi, esteiras de bambu, utensílios e talheres da culinária japonesa, etc.

Culinária Italiana – Panelas para cozimento de macarrão (espagueteira), máquina para preparo de massas, panelas para risotos, formas para pizzas, forno para assar pizzas, cortadores, etc. Além dos utensílios e equipamentos de cozinha, o empreendedor irá necessitar para administrar o negócio: Telefone, Fax, Microcomputador, Impressora, dentre outros.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho: Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques. Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento. Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão. Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

As matérias-primas incluem os alimentos necessários à elaboração dos pratos de acordo com o cardápio contratado, além de bebidas, frutas, doces, dentre outros que venham a agregar valor ao serviço.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo para elaboração dos jantares em domicílio pode ser dividido em duas fases principais:

Pré-evento

- Elaboração da ficha-técnica dos pratos e/ou formatação de cardápios pré-

determinados (entrada, prato principal e sobremesa) com composição de cada prato a ser servido, de forma a facilitar a execução de cada jantar, racionalizar a compra de ingredientes e a apuração de custos de cada jantar. Ressalta-se o cardápio como o fator primeiro na determinação do conceito do negócio, pois o(a) empresário(a) “chef” ou cozinheiro(a) poderá partir de uma inclinação gastronômica e/ou gosto pelo preparo de determinados pratos e elaborar as composições de entradas, prato principal, sobremesa e complementos que serão colocadas à disposição dos clientes.

- Atendimento e negociação: Inclui as ações necessárias a venda dos serviços aos clientes. Este é um momento importantíssimo para o negócio, pois através do atendimento inicial define-se o perfil do cliente e do evento. Este é o momento de ajustar as expectativas do cliente em relação ao jantar sem inviabilizar a venda do serviço. O ideal é que o empreendedor, com o auxílio de um advogado, desenvolva um pedido de compra / contrato simplificado onde os pontos mais importantes pactuado entre as partes sejam documentados.

- Organização dos equipamentos e transporte: Envolve a contratação de auxiliares e garçons, conforme o evento a ser realizado e planejamento da logística envolvida na elaboração do jantar. Este passo do processo irá variar conforme a forma de trabalho adotada pela empresa, pois parte ou toda a comida a ser servida no jantar pode ser realizada em local diferente de onde o jantar será servido.

No dia do evento Transporte do material, preparação do local, organização da mesa, (disposição dos pratos, talheres e taças), elaboração e execução dos pratos contratados, bem como limpeza, organização e arrumação do local, após o evento. Administração do negócio

São as atividades relacionadas à contratação de pessoal, transporte, cobrança e controle financeiro do negócio, como pagamentos, compras, etc.

10. Automação

Este é um negócio com baixo nível de automação e pode ser controlado com o auxílio de planilhas eletrônicas. Com o aumento dos negócios, o empreendedor poderá utilizar um software de gestão administrativa que facilite o controle sobre contas à pagar, contas à receber e fluxo de caixa, além de cadastro de clientes, mala direta, entre outras funções aplicável ao empreendimento.

11. Canais de Distribuição

Trata-se de uma prestação de serviço executada diretamente pela empresa de Jantar em Domicílio ao cliente.

12. Investimentos

O investimento requerido para iniciar uma pequena empresa de jantar em domicílio pode variar de acordo com estrutura física das instalações, equipamentos e porte da empresa. Por esta razão sugerimos a elaboração de um Plano de Negócio, onde os recursos necessários, em função dos objetivos estabelecidos, poderão ser determinados e valorizados. (vide modelo disponível em: http://www.sebrae.com.br/momento/quero-abrir-um-negocio/integra_bia?ident_unico=1440).

De uma maneira geral podemos afirmar que o investimento inicial compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento de sua auto-sustentação. Pode ser divididos em:

- investimentos pré-operacionais – são todos os gastos ou despesas realizadas com

certificações, projetos, pesquisas, registro da empresa, honorários profissionais e outros antes de se iniciar as atividades da empresa;

- investimento fixo – compreende o capital empregado na compra de imóveis, equipamentos, móveis, utensílios, instalações, reformas etc.; - capital de giro inicial – é o capital necessário para suportar todos os gastos e despesas iniciais, geradas pela atividade produtiva da empresa. Destinam-se a viabilizar as compras iniciais, pagamento de salários nos primeiros meses de funcionamento, impostos, taxas, honorários de contador, dentre outros gastos. Estimamos que para iniciar uma pequena empresa de jantar em domicílio, o empreendedor deverá dispor de aproximadamente R\$ 25.000,00 para fazer frente aos seguintes itens de investimento: Investimentos pré-operacionais:

- Despesas de registro da empresa - R\$ 3.500,00; Investimento Fixo

- Equipamentos e utensílios de cozinha – R\$ 8.500,00; - Mobiliário e equipamentos administrativos – 4.500,00; Capital de giro

Para suportar o negócio nos primeiros meses de atividade – R\$ 10.000,00.

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. O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC). Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa. Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros. Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão. A necessidade de capital de giro de uma empresa de jantar em domicílio não é elevada, uma vez que os jantares são marcados mediante um pagamento adiantado (parte ou integral) dos serviços feito pelo contratante. Recomendamos, no entanto, que o empreendedor registre adequadamente, em uma planilha de cálculo, todos os valores a pagar (obrigações da empresa) com suas respectivas datas de vencimento, confrontando-os

com os valores que irão ingressar no caixa da empresa (receitas), com suas respectivas datas de ingresso. Desta forma, é possível fazer uma previsão dos saldos futuros de caixa da empresa, permitindo que as variações nas vendas e nos prazos de pagamento das obrigações possam ser geridos com precisão.

Estimamos que a necessidade de capital de giro de uma Corretora de Seguros fique em torno de 25% a 25% do investimento inicial.

14. Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no processo de produção. O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, produção e venda de produtos ou serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio. Em geral, os custos mensais de operação de uma empresa de jantar em domicílio podem ser estimados dentro de dois grupos principais:

Custos Fixos

São os gastos que independem da quantidade de jantares realizados pela empresa e são incorridos mesmo que nenhum jantar seja realizado:

- telefone e acesso à Internet - R\$ 1.250,00;
- aluguel e taxas – R\$ 1.200,00;
- assessoria contábil – R\$ 510,00;
- propaganda e publicidade da empresa – R\$ 400,00
- salários, e encargos dos empregados fixos – R\$ 2.600,00.

Variáveis

São os gastos que irão variar conforme o volume de serviço prestado. Isto é, quanto mais jantares e número de refeições servidas maiores são estes gastos e vice versa. Exemplo: - Compra de alimentos - R\$ 1.600,00;

- Contratação de mão-de-obra eventual – R\$ 1.500,00;
- Impostos sobre os serviços prestados – R\$ 250,00.

Neste tipo de negócio é importante que o empreendedor mantenha controle adequado sobre os valores gastos na realização de cada jantar, a fim estabelecer um preço adequado para seus serviços.

15. Diversificação/Agregação de Valor

Pesquisas revelam que os participantes de um jantar valorizam não só a comida servida, mas também outros aspectos simbólicos e sociais relacionados ao evento. Neste contexto, aspectos como o tipo de cerimônia (aniversário, reunião de negócios, celebração de um noivado, etc.), a companhia (se a pessoa esta sozinha ou acompanhada), a atmosfera do local (formal, informal, descontraída, etc.), ambiente em geral (música, decoração e iluminação), hospitalidade, dentre outros atributos são também valorizados pelos participantes. Desta forma, o empreendedor deste ramo de negócio deve garantir que a sua parte no jantar (elaboração do jantar e serviço aos participantes dentro do cardápio contratado com o anfitrião) seja feito da melhor maneira possível, incluindo: assessoria ao cliente na escolha mais adequada do cardápio (culinária regional, internacional exótica, etc.), realização do jantar sem atropelos ou atrasos, apresentação pessoal da equipe envolvida, arrumação da mesa e talheres, etc., sejam feitos da melhor forma possível. Com foco nestes atributos, o empreendedor do ramo de jantar em domicílio poderá avaliar outras formas de agregar valor ao serviço prestado por sua empresa, dentre estas possibilidades:

- Oferta do serviço de garçons;
- Aluguel de mesas, toalhas e talheres;
- Renovação do cardápio de tempos em tempos de acordo com tendências do mercado gastronômico;
- Serviço de Sommelier com elaboração da carta e fornecimento dos vinhos;
- Serviço de bartender e fornecimento das demais bebidas para o jantar.
- Assinatura no cardápio ou o trabalho de um chef renomado, como forma de transmitir ao negócio uma marca especial contribuindo de forma significativa com a tipificação da empresa que realiza o jantar.

16. Divulgação

O marketing boca-a-boca é uma excelente ferramenta de divulgação neste segmento. Cuidado, porém com a divulgação feita durante o jantar. Esta só deve ser feita de forma discreta e com a anuência do anfitrião.

Outros meios de divulgação podem ser amplamente utilizados, incluindo anúncios em jornais locais, guias da internet, sites de relacionamento (orkut), blogs, dependendo do tipo de cliente que se deseja atingir. A divulgação através de website institucional na internet tem grande representatividade na divulgação e comunicação com os potenciais clientes, principalmente se o site agregar serviços tais como: orçamentos on-line, informações sobre os tipos de cardápios oferecidos, informações sobre Serviços adicionais, depoimentos de clientes sobre os cardápios executados, dicas sobre vinhos e demais informações que valorizem o negocio. Perfil em sites de relacionamento ajudam a divulgar o empreendimento e permite contatos mais informais.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de JANTAR EM DOMICÍLIO, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 5620-1/02 como a atividade de exploração de serviço de fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar (sem a compra de alimentos e bebidas para utilização), poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

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

[azenda.gov.br/SimplesNacional/](http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/)):

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

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 6% a 17,42%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

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

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de MEI (Microempreendedor Individual) . Para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/resolucao/2011/CGSN/Resol94.htm>)

). Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

I) Sem empregado

- 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária do empreendedor;
- R\$ 5,00 a título de ISS - Imposto sobre serviço de qualquer natureza.

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

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

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

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

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

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

18. Eventos

FIPAN – Feira Internacional da Panificação, Confeitaria e do varejo independente e Alimentos

Evento: Anual

Local: Expo Center Norte – São Paulo – SP fipan@fipan.com.br

(11)3159-4223

www.fipan.com.br

FISPAL Food Service - Feira Internacional de Produtos e Serviços para Alimentação Fora do Lar. Evento anual Local: Expo Center Norte - São Paulo-SP

fispal.sp@fispal.com

(11) 3234-7725

www.fispal.com.br

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

Evento: Anual

Local: Anhembi

Endereço: Av. Olavo Fontoura, 1209 - Santana - São Paulo - SP

(11)3234-7725

www.fispal.com

Fispal Nordeste - Feira Internacional de Produtos, Embalagens, Equipamentos, Acessórios e Serviços para Alimentação.

Evento anual

Local: Centro de Convenções de Pernambuco - Olinda - PE

fispal.sp@fispal.com

(11)3234-7725

www.fispal.com

Gourmet Show - O evento visa aproximar os operadores food service de seus fornecedores, além de despertar o interesse do mercado aos pratos mais consumidos fora de casa no Brasil.

Evento: Anual Local: Expo Center Norte - São Paulo-SP

camila.dias@btsp.com.br

(11) 3234-7710

www.fispal.com

Programa Alimentos Seguros - PAS

O PAS (Programa Alimento Seguro) é um programa desenvolvido por entidades do Sistema "S" (Sebrae, Senai, Sesi, Sesc, Senac, Senar, Senat e Sest) que tem o objetivo de reduzir os riscos dos alimentos a população. O programa atua no desenvolvimento de tecnologia, metodologia, conteúdos, formação e capacitação de técnicos para disseminar, implantar e certificar ferramentas de controle em segurança de alimentos, como as Boas Práticas e o Sistema de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC), nas empresas integrantes da cadeia dos alimentos, em todo o país. Para maiores informações acesse o portal do programa: www.alimentos.senai.br.

19. Entidades em Geral

Relação de entidades para eventuais consultas. ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

www.abrasel.com.br

ITAL - Instituto de Tecnologia de Alimentos Av. Brasil 2880 – Campinas – SP

CEP: 13070-178

(11) 3743-1700

www.ital.sp.gov.br

Ministério da Saúde

www.saude.gov.br

ANVISA - Agencia Nacional de Vigilância Sanitária www.anvisa.gov.br

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio a micro e pequena empresa

www.sebrae.com.br SENAC Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

<http://www.senac.br/>

CET - Centro de Excelência em turismo Unb – Brasília/DF

Pos Graduação em Gastronomia www.cet.unb.br/

Procurar na localidade: Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares

20. Normas Técnicas

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, sendo importantes referências para o mercado. As normas técnicas podem estabelecer quesitos de qualidade, desempenho, de segurança. Não obstante, pode estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar, classificações ou terminologias e glossários. Definir a maneira de medir ou determinar as características, como métodos de ensaio. As Normas técnicas são publicadas pela ABNT (Associação Brasileira de Normas técnicas). A norma técnica ABNT NBR 15635:2008 - Serviços de alimentação - Requisitos de boas práticas higiênicas-

sanitárias e controles operacionais essenciais é aplicável ao negócio.

21. Glossário

ASO- Atestado de Saúde Ocupacional: é o atestado de saúde específico a ser obtido por todos os profissionais que lidam com alimentos, desde os manuseadores de caixas com todos os tipos de alimentos in natura, até os manipuladores nas cozinhas profissionais. Os exames requeridos são: DRL (Treponema pallidum, Sífilis, soro), Coproparasitologia,

Parasitológico, Hepatite B e C e Hemograma completo.

Brunch - refeição matinal que serve ao mesmo tempo de desjejum e almoço.

Catering: Trata-se da produção em série de pratos, realizada por empresas especializadas em refeições para meios de transporte como aviões, trens e ônibus. Sua estrutura é muito bem montada e os padrões de higiene e qualidade são aferidos com rigor. Contam com nutricionistas e chefs de cozinha para o correto planejamento e gerenciamento da produção. Desde a seleção de fornecedores, embalagem, armazenamento, apresentação e processos de reaquecimento. Trabalham com volume de alimentação muito expressivo.

Fusion cuisine (Cozinha de fusão): é um termo utilizado nos dias de hoje para designar a mistura de sabores, tradições, costumes alimentares e técnicas de diversos povos. Pode-se apontar a existência de três variantes dentro deste conceito amplo; primeiro fusão regional que combina a cozinha de diferentes regiões ou sub-regiões; segundo, refere-se à confecção de pratos originais através da combinação de ingredientes de várias cozinhas e regiões; por último, utilização de vários ingredientes pertencentes a várias cozinhas na confecção de um prato tradicional de uma delas.

Gastronomia: O conjunto dos conhecimentos relativos à preparação de alimentos saborosos com apresentação atraente. A arte, o gosto de apreciar comida de fina qualidade. Manual de Boas Práticas em Serviços de Alimentação: São as normas vigentes da ANVISA, que disciplinam todas as rotinas numa cozinha profissional. Todo o profissional que lida com alimentos deve conhecer o conteúdo destas normas e colaborar para a aplicação correta das mesmas.

22. Dicas de Negócio

A qualidade é o fator primordial para crescimento da empresa, uma vez que serviço é contratado por um cliente, mais oferecido/servido a outros potenciais clientes, que estarão avaliando o trabalho a todo tempo. A presença do proprietário em tempo integral é fundamental para o sucesso do empreendimento. O empreendedor deve estar sintonizado com a evolução do setor, pois esse é um negócio que requer inovação e adaptação constante, em face das novas tendências e modismo que surgem dia-a-dia.

O empreendedor e seus empregados devem participar de cursos de aperfeiçoamento, congressos e seminários, para garantir a atualização, aperfeiçoamento, inovação sobre novas técnicas e tendências gastronômicas.

Por fim, o empreendedor deve atentar que a prestação do serviço inclui desde o primeiro contato com o cliente para receber o pedido até o momento final de pagamento dos serviços realizados. Em nenhum momento durante o processo o bom atendimento pode ser negligenciado.

23. Características Específicas do Empreendedor

O empreendedor deste tipo de negócio precisa ter conhecimento sobre a área gastronômica e suas especializações, bem como de nutrição, técnicas gourmet, conservação de alimentos, preparação e elaboração dos pratos a serem oferecidos, dentre outras habilidades e atitudes tais como:

-Ter gosto pela atividade e boa capacidade de relacionamento; -Pesquisar e observar permanentemente o mercado em que está instalado, promovendo ajuste e adaptações no negócio; -Ter atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias; -Ter habilidade para liderar a equipe de profissionais; -Criatividade e dinamismo;

-Habilidade de comunicação e postura profissional no cumprimento de prazos e no atendimento aos clientes;

-Habilidade para manter o ambiente de trabalho limpo e organizado.

24. Bibliografia Complementar

ARAÚJO, W.M.C. et al. Da Alimentação à Gastronomia. Editor UnB. 2005. 102p.

CARNEIRO, H. Comida de Sociedade: Uma historia da alimentação. 3º Edição. Rio. Elsevier. 2003. 185p.

PARANAGUÁ, M. M. M. Aliando a Gestão Técnica da Qualidade em Restaurantes aos 500 Anos de uma Boa Mesa. Revista Nutrição em Pauta, São Paulo, ano VIII, n. 42. POULAIN, J.P. e PROENÇA, R.P.C. O Espaço Social Alimentar; Um Instrumento para o Estudo dos Modelos Alimentares. Ver. Nutri. jul/set 2003, vol 16. Nº 3, p. 245-256. ISSN 1415-5273

PROENÇA, R.P.C. et al. Qualidade nutricional e sensorial na produção de alimentos. Ed da UFSC. 2005. 102p.

SEYMOUR, D. A Construção Social do gosto. In Sloan D. Gastronomia, Restaurante e Comportamento do consumidor. Barueri. Manole. 2005. p.1-26.

25. Fonte de Recurso

26. Planejamento Financeiro

27. Produtos e Serviços - Sebrae

