

Sorueteria

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.....	5
Estrutura.....	7
Pessoal.....	7
Equipamentos.....	8
Matéria Prima/Mercadoria.....	8
Organização do Processo Produtivo.....	9
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.....	18
Dicas de Negócio.....	18
Características Específicas do Empreendedor.....	19
Fonte de Recurso.....	20
Planejamento Financeiro.....	21
Produtos e Serviços - Sebrae.....	22
Bibliografia.....	23
Investimentos e faturamento.....	24
Canais de Distribuição e venda.....	26
Entidades relacionadas ao setor.....	26

1. Apresentação de Negócio

Uma sorveteria é um comércio que tem como seu principal produto de venda sorvetes. Outros produtos agregadores podem ser vendidos em uma sorveteria como bebidas (água, refrigerantes, sucos), picolés, açaí, vitaminas entre outros. Uma sorveteria pode fabricar os sorvetes que comercializa ou recebê-los e vender ao consumidor.

Com o tempo, o sorvete acabou sendo incorporado à alimentação humana como uma alternativa nutricional. O sorvete de massa, por exemplo, contém diversos nutrientes, como proteína, vitaminas A, D, E, K e do complexo B, além de cálcio, importantes para o crescimento e desenvolvimento infantil e a manutenção da saúde óssea de adultos e de idosos. Além disso, seu efeito refrescante caiu no agrado popular e ajuda a explicar porque vem sendo aceito durante todo o ano, embora a maior procura ocorra no verão.

Saiba como inovar na produção de sorvetes clicando aqui.

2. Mercado

De fácil elaboração e combinação de sabores, o sorvete pode ser um bom negócio. Muitas sorveterias, que abrigam pontos de venda e têm, anexas, unidades de produção, acabaram se tornando agradáveis locais de encontro. A opção pela comercialização de produtos fornecidos por terceiros e a instalação de máquinas de sorvete expresso também conquistaram mercados. Isso sem falar nas franquias, que abrem novas portas para quem deseja empreender.

Num país das dimensões do Brasil e com diferenças acentuadas de clima entre as diversas regiões, é preciso estudar, com cuidado, onde e de que forma explorar a atividade. Por ser um produto refrescante, sua aceitação é maior, naturalmente, nas regiões mais quentes. Portanto, uma sorveteria, no Nordeste, vai ter clientela constante o ano todo.

Já no Sul, a alta demanda concentra-se num período de quatro a cinco meses, o que não inviabiliza o consumo em períodos mais frios, mas exige mais criatividade do empreendedor sujeito às condições de sazonalidade (clima quente e frio), quando se trata da atração de clientes.

O mercado brasileiro de sorvetes tem se tornado cada vez mais atrativo e prova disso é que o País já é o sexto maior produtor mundial ficando atrás dos Estados Unidos, China, Rússia, Japão e Alemanha. Segundo dados da Associação Brasileira das Indústrias e do Setor de Sorvetes (Abis), embora o consumo per capita ainda seja de 5,44 litros/ano a perspectiva é que este produto ganhe cada vez mais relevância na economia. Ainda de acordo com a Abis, a estimativa é que a indústria de sorvetes cresça de 3% a 5% em 2019.

Fonte: Terra - <https://www.terra.com.br/noticias/dino/mercado-de-sorvetes-deve-crescer-ate-5-em-2019,96f6033b8e8ab5aaf444337440485242d1o7no2z.html>

O tamanho global do mercado de sorvetes foi avaliado em US\$ 54,80 bilhões em 2016 e deverá crescer em uma taxa de crescimento composto (CAGR) de 4,1% até 2025. A demanda crescente de sabores e formatos inovadores e a maior impulsividade para

consumir o produto nos países em desenvolvimento deverão gerar o crescimento do mercado durante o período previsto.

Fonte: Milk Point - <https://www.milkpoint.com.br/noticias-e-mercado/giro-noticias/mercado-global-de-sorvetes-deve-crescer-41-ate-2025-206768/> - 08/02/2018

Mercado Consumidor

Consumo de Sorvetes no Brasil

Fonte: Abis - http://www.abis.com.br/estatistica_producaoconsumodesorvetesnobrasil.html - 2019

Fonte: Abis - http://www.abis.com.br/estatistica_producaoconsumodesorvetesnobrasil.html - 2019

A perspectiva é que ele se amplie cerca de 81% até 2020, segundo pesquisa do Mintel. Como ele acompanha as tendências do setor de alimentação, novos sabores, técnicas e inserção de um público diferenciado podem garantir inovação para quem quer empreender nesse mercado.

Muitos brasileiros possuem algum tipo de intolerância e alergias, seja de trigo, leite, açúcar ou outros ingredientes. Além disso, a quantidade de vegetarianos e veganos cresce a cada dia, por isso a procura por alimentos de todos os tipos com restrições para atender esses públicos é uma demanda crescente no mercado.

Outra característica procurada cada vez mais pelos consumidores são os produtos saudáveis e naturais. E o sorvete, que é conhecido pela grande quantidade de açúcar e gordura, está passando por transformações para se adequar.

Muito mais que um picolé de frutas, o sabor e a variedade de produtos com ingredientes naturais são grandes exigências dos consumidores.

Quanto menos ingredientes, melhor. Além disso frutas frescas são muito bem-vindas. Sorbets e gelatos são boas opções, já que são mais naturais.

O mercado de sorvete está passando por uma fase de mudanças e os empreendedores que se atentarem mais às novas tendências, terão maiores chances de sucesso. Produtos mais naturais e frescos são uma ótima alternativa para ser criativo e investir em sabores mais inovadores.

Fonte: PGI - <https://pji.com.br/as-maiores-tendencias-no-mercado-de-sorvete/> - 22.01.2019

Mercado Concorrente

Para manter as vendas em alta, os empresários do setor apostam em novidades.

Se reinventar com um produto já conhecido no mercado é muito difícil. E é isso o que acontece com o mercado de sorvete. Para manter as vendas em alta, os empresários do setor apostam em novidades.

O consumo de sorvete no Brasil ainda é pequeno comparado com o de outros países, segundo a Associação Brasileira das Indústrias e do Setor de Sorvete (Abis). A Nova Zelândia é o país que mais consome o produto: 28,3 litros por ano, por pessoa. Nos Estados Unidos, são 20,8 litros. No Brasil, que tem clima mais quente, a média por pessoa é de 5,4 litros por ano. “É a cultura do Brasil, se tá chovendo, ventou um pouquinho, a pessoa já diz ‘não vou tomar sorvete porque eu vou ficar gripado’. Mas você nunca vai ter uma gripe por causa do sorvete. São problemas culturais”, afirma Eduardo Weisberg, presidente da Abis.

Para vencer a barreira cultural, o fabricante quer mostrar para o consumidor que sorvete é um alimento, além de investir em qualidade, redução de custos e inovação. Para o presidente da Abis, ter uma boa apresentação, uma boa qualidade é o que diferencia do concorrente.

Em São Paulo, por exemplo, uma sorveteria que inaugurou em setembro do ano passado, surgiu com uma proposta inovadora: servir o sorvete em uma nuvem feita de algodão doce. “Ela é desenvolvida no Japão, é lúdico e fofo dentro de tendências de comida mais fofas. A gente juntou duas coisas que lembram a infância: a criança ama tomar sorvete e algodão doce era a casa de minha infância, de parques, festinhas que ia”, explica o empresário Manoel Lima.

Manoel morava em Londres quando teve a ideia de montar o negócio. Ele sempre trabalhou com marketing e na Inglaterra começou a estudar a fabricação de sorvetes. De volta ao Brasil, ele e os sócios Joice Cavalcante e Flavio Pereira investiram R\$ 200 mil para abrir a primeira unidade da sorveteria.

O algodão doce tem uma receita que é segredo. Os sorvetes custam entre R\$ 4 e R\$ 20. São dois sabores fixos e dois variáveis. Tem também opção para veganos. O empresário não revela o faturamento, mas em um final de semana são vendidos, em média, 1200 sorvetes. Com o sucesso das vendas, a empresa já partiu para franquia e quer ter dez unidades até o final do ano.

O empreendedor tem que inovar e precisa inovar mesmo em sorvete que é um mercado tradicional.

Fonte: Pequenas Empresas Grandes Negócios - <https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2019/01/27/mercado-de-sorvetes-quer-surpreender-o-consumidor-e-impulsionar-as-vendas.ghtml> - 27/01/2019

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 ainda em expansão;
- Público com algum tipo de intolerância e alergias, seja de trigo, leite, açúcar ou outros ingredientes intolerante;
- Produtos saudáveis e naturais a base de frutas;
- Inovação tecnológica;
- Diferenciação pelos serviços.

Ameaças

- Instabilidade econômica e política no país;
- Baixas barreiras de entrada no mercado;
- Concorrência alta;
- Barreira cultural.

3. Localização

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.

O ponto ideal para montar uma sorveteria é um local com grande fluxo de pessoas, boa visualização da sua loja e fácil acesso para os clientes. Verifique também se o cliente terá facilidade para estacionar. Se optar por bairros residenciais, é preciso pesquisar para saber se aquela região apresenta boa tendência de compras e interesse no seu segmento.

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 359, DE 23 DE DEZEMBRO DE 2003. Aprova Regulamento Técnico de Porções de Alimentos Embalados para Fins de Rotulagem Nutricional.

RESOLUÇÃO RDC Nº 360, DE 23 DE DEZEMBRO DE 2003. Aprova Regulamento Técnico sobre Rotulagem Nutricional de Alimentos Embalados, tornando obrigatória a rotulagem nutricional.

RESOLUÇÃO RDC Nº. 216, DE 15 DE SETEMBRO DE 2004 - Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação.

RESOLUÇÃO RDC Nº 266, DE 22 DE SETEMBRO DE 2005. Aprova o "Regulamento técnico para gelados comestíveis e preparados para gelados comestíveis”.

5. Estrutura

A estrutura de uma sorveteria é bastante simples, composta basicamente por uma área de atendimento, guarda de estoque, além de um pequeno escritório para administração. Esta estrutura do empreendimento também depende do modelo de negócio. Nesse ramo, existem linhas bem definidas: sorvetes artesanais, sorvete industrial, de massa/industrial, o sorbet, SoftMix (sundae e milkshake), a paleta, o gelato e o picolé.

A área de atendimento é vital para o sucesso do empreendimento, por isso deve merecer um cuidado maior do empreendedor. A característica do local a ser instalada a loja define o tipo de construção.

Fonte: Blog Maroma - <http://www.maroma.com.br/blog/como-montar-uma-sorveteria/> - 3 de agosto de 2016

Se for loja de rua deve contar com acesso fácil e amplo. O atendimento deve ser rápido, sem filas ou outros dificultadores. O espaço para as mesas deve ter amplitude suficiente para a quantidade de público estimada, com alguma possibilidade de ampliação futura.

O escritório da administração pode ser pequeno, bastando um espaço suficiente para a realização das atividades básicas de relacionamento com fornecedores, registros e controles sobre o negócio.

Uma pequena sorveteria necessita de uma área aproximada de 60 m². Quando estiver situada em centro comercial ou shopping, as mesas e cadeiras ficam localizadas no espaço do condomínio, porém, quando for loja de rua haverá necessidade de ambiente para mesas e cadeiras da própria loja.

Caso você produza o sorvete, terá que ter um espaço para isso também, além de licenças específicas.

6. Pessoal

O quadro de funcionários, bem como as funções desempenhadas por cada um irá depender do modelo de negócio escolhido.

Uma pequena sorveteria pode funcionar perfeitamente com apenas dois empregados, dependendo do volume de atendimentos e horário de funcionamento.

Dentre os funcionários, um deve ser responsável pelo Caixa e desempenhar atividades de gestão do negócio, como pedidos ao fornecedor e pagamentos, e o outro deve ficar responsável pelo atendimento aos clientes.

Os colaboradores devem ter as seguintes competências, que devem ser focadas durante o processo de seleção e contratação:

Atendentes: Esse profissional além de conhecer as características de cada produto, seus fatores nutricionais, forma de preparo, manejo, cuidados com higiene e limpeza, deve ter

facilidade de comunicação, boa postura pessoal, ser capaz de dispensar atendimento de excelência ao cliente e gerar confiança para estabelecer o processo de venda.

Auxiliares de limpeza: Devem saber manusear equipamentos, além de demonstrarem interesse e comprometimento com a qualidade dos serviços prestados, higiene e limpeza.

7. Equipamentos

São diversas as possibilidades de formatação do empreendimento e de emprego de equipamentos. Uma pequena sorveteria que compra o picolé ou a massa (casquinha) de terceiros, por exemplo, pode iniciar suas atividades com os seguintes equipamentos:

Já uma fábrica precisa, naturalmente, de outros equipamentos, conforme indicado abaixo. Isso, sem falar no escritório, onde devem ser instalados um computador, impressora, internet, móveis e telefone. Um veículo apropriado para transporte de mercadorias também é indispensável para a operação da empresa.

Para mais informações, acesse o link <<https://goo.gl/K7aC1Z>> , fornecido pela Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq).

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.

A matéria-prima para uma sorveteria são os próprios sorvetes, coberturas, caldas, etc.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo de uma sorveteria inclui, basicamente, as atividades de atendimento e venda, compras e gestão administrativa (compras, contas a pagar e controle de caixa).

Vendas e Atendimento ao Cliente – ocorre na sorveteria, geralmente, no balcão instalado com computadores e impressoras de cupom fiscal, além de máquinas para cobrança através de cartão de crédito e débito. Como esse tipo de loja enquadra-se na categoria de produção rápida, o cliente aguarda o atendimento expresso e dirige-se às mesas para consumir o produto. O atendimento poderá ocorrer, também, nas mesas, mas esse tipo de atendimento tornará o processo mais oneroso para o empresário, uma vez que requer garçons externos ao balcão.

Compra de produtos – é responsável pela pesquisa de fornecedores que comercializam por atacado os itens que serão colocados à venda.

Administração – destina-se às atividades de relacionamento com fornecedores, controle de contas a pagar, atividades de recursos humanos, controle financeiro e de contas bancárias, acompanhamento do desempenho do negócio e outras que o empreendedor julgar necessárias para o bom andamento do empreendimento.

Em uma pequena fábrica, os processos são aqueles inerentes à atividade industrial, que inclui produção, vendas, manutenção, compras e armazenagem de insumos, além das demais atividades administrativas (gestão de pessoas, gestão de caixa, pagamentos a fornecedores etc.).

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\$ 14.000,00

* 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\$ R\$ 14.000,00

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.

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\$ 6.000,00

Custos dos Impostos

Item

%

Valor Unitário

Simplex

9 % do faturamento bruto (R\$ 40.000,00)

R\$ 3.600,00

Custos com Vendas

Item

%

Valor Unitário

Propaganda

1 % do faturamento bruto (R\$ 40.000,00)

R\$ 400,00

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.

2

R\$ 4.000,00

Depreciação

Ativos fixos

Valor Total

Vida útil (anos)

Depreciação

Maquinas e equipamentos

R\$ 15.000,00

10

R\$ 125,00

Equipamentos informática

R\$ 3.000,00

5

R\$ 50,00

Móveis e utensílios

R\$ 14.000,00

5

R\$ 233,00

Despesas fixas e Administrativas

Item

Valor Unitário

Aluguel, condomínio e segurança

R\$ 2.500,00

Água, luz, telefone e internet

R\$ 700,00

Material de limpeza, higiene e escritório

R\$ 200,00

Assessoria contábil

R\$ 700,00

13. 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.

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

Diferenciação da estrutura da loja;

Ações promocionais com degustação;

Participação em eventos;

Qualidade da matéria-prima;

Opções inovadoras de produtos;

Relacionamento com os clientes;

Atendimento diferenciado.

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 de bairro e revistas;
- Montar uma web site com a oferta de produtos para alavancar as vendas;

- 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.

16. Eventos

CLASH – Congresso Latino-Americano de Sorvetes e Gelados: www.abis.com.br

Congresso Brasileiro de Ciência e Tecnologia de Alimentos (CBCTA):
<http://www.ufrgs.br/sbctars-eventos/xxvcbcta/>

Congresso Internacional de Food Service Abia: <http://www.abia.org.br/cfs2017/>

Feira Tecnosorvetes - Feira Internacional de Tecnologia para a Indústria de Sorveteria Profissional: <http://www.tecnosorvetes.com.br/>

FISPAL Sorvetes: <http://www.fispalsorvetes.com.br/pt/>

<https://www.figlobal.com/southamerica/>

Jornada do Sorvete: www.agagel.com.br/jornada

Sial Brazil: <https://expobr.all.biz/sial-mercosur-expo5482>

Sial Internacional: <https://www.sialparis.com/>

Superminas Food Show: <http://superminas.org.br/plus/>

Entidades de classe representativas dos segmentos de alimentação e, em especial, de

produção e fabricação de sorvetes, realizam diversos eventos e cursos destinados a apoiar os esforços dos empresários do setor. Para verificar o que está sendo ofertado no seu município/estado, consulte os sites de entidades como a Abimaq, Abis e Sindisorvete.

17. Normas Técnicas

Norma é o documento estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido, que fornece regras, diretrizes ou características mínimas para atividades ou para seus resultados, visando à obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. A norma é, por princípio, de uso voluntário, mas quase sempre é usada por representar o consenso sobre o estado da arte de determinado assunto, obtido entre especialistas das partes interessadas.

A sociedade participa da elaboração de uma norma técnica, em geral representada por fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física). No Brasil, toda norma técnica é publicada exclusivamente pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), foro único de normalização do país. Para o setor de sorvetes, foram publicadas as seguintes normas:

ABNT NBR 14701:2001 – Transporte de produtos alimentícios refrigerados - Procedimentos e critérios de temperatura.

Estabelece os procedimentos e critérios de temperatura para o transporte de produtos alimentícios refrigerados (resfriados ou congelados) no tocante a estocagem, carga, deslocamentos e descarga, de forma a garantir sua integridade e preservar sua qualidade inicial até a recepção pelo destinatário/recebedor.

ABNT NBR ISO 23953-1:2009 - Expositores refrigerados - Parte 1: Vocabulário, estipula os termos e definições relativos a expositores refrigerados utilizados na venda e exposição de produtos alimentícios.

ABNT NBR ISO 23953-2:2009 – Expositores refrigerados – Parte 2: Classificação, requisitos e condições de ensaio.

Estipula os requisitos para a construção, as características e o desempenho de expositores frigoríficos utilizados na venda e exposição de produtos alimentícios. Estipula as condições de ensaio e os métodos para verificar o cumprimento dos requisitos, assim como a classificação dos expositores, a etiquetagem e a lista das características a serem informadas pelo fabricante. Não é aplicável a máquinas frigoríficas de autosserviço (*refrigerated vending machines*) e não se destinam ao uso em serviços de bufê ou a aplicações outras que no comércio varejista. Não trata tampouco da decisão quanto à escolha dos tipos de produtos alimentícios a serem mantidos nos expositores.

ABNT NBR 15635:2008 – Serviços de alimentação - Requisitos de boas práticas higiênico-sanitárias e controles operacionais essenciais.

Especifica os requisitos de boas práticas e de controles operacionais essenciais a serem seguidos por estabelecimentos que desejam comprovar e documentar a produção de alimentos em condições higiênicas e sanitárias adequadas para o consumo.

ABNT NBR ISO 22000:2006 – Versão Corrigida: 2006 - Sistemas de gestão da segurança de alimentos – Requisitos para qualquer organização na cadeia produtiva de alimentos.

Especifica requisitos para o sistema de gestão da segurança de alimentos, onde uma organização na cadeia produtiva de alimentos precisa demonstrar a sua habilidade em controlar os perigos, a fim de garantir que o alimento esteja seguro no momento do consumo humano.

ABNT NBR 15842:2010 – Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR 5410:2004 Versão Corrigida: 2008 – Instalações elétricas de baixa tensão.

Estabelece as condições a que devem satisfazer as instalações elétricas de baixa tensão, a fim de garantir a segurança de pessoas e animais, o funcionamento adequado da instalação e a conservação dos bens.

ABNT NBR 5413:1992 Versão Corrigida:1992 – Iluminância de interiores.

Estabelece os valores de iluminâncias médias mínimas em serviço para iluminação artificial em interiores, nas quais se realizem atividades de comércio, indústria, ensino, esporte e outras.

ABNT NBR 5419:2005 – Proteção de estruturas contra descargas atmosféricas.

Fixa as condições de projeto, instalação e manutenção de sistemas de proteção contra descargas atmosféricas (SPDA), para proteger as edificações e estruturas definidas em 1.2 contra a incidência direta dos raios. A proteção se aplica também contra a incidência direta dos raios sobre os equipamentos e pessoas que se encontrem no interior dessas edificações e estruturas ou no interior da proteção impostas pelo SPDA instalado.

ABNT NBR 5626:1998 – Instalação predial de água fria.

Estabelece exigências e recomendações relativas ao projeto, execução e manutenção da instalação predial de água fria. As exigências e recomendações aqui estabelecidas emanam fundamentalmente do respeito aos princípios de bom desempenho da instalação e da garantia de potabilidade da água no caso de instalação de água potável.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 – Sistemas de alarme – Parte 1: Requisitos gerais – Seção 1: Geral.

Especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e

automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

18. Glossário

Frape: tipo de sorvete batido com leite, no liquidificador, servido em copo alto e canudinho.

Frozen yogurt: um tipo de sobremesa congelada típica americana, criada na década de 70, consumida em todo o mundo, mas principalmente no hemisfério norte. Geralmente saborizado com frutas, é uma opção “magra” em comparação ao sorvete comum e que pode se tornar livre de lactose, se preparada com iogurte de soja.

Granité: tipo italiano de *sorbet* é uma preparação "meio-congelada", com textura muito granular, feita com xarope açucarado, aromatizado com café ou algum licor.

Mousse: sobremesa gelada de creme de leite.

Raspadinha: gelo ralado com groselha ou suco de frutas.

Sorvete: sobremesa gelada feita a partir do resfriamento de misturas com sabores diversos. O resfriamento é feito em máquinas específicas, compostas por tanques frios e pás, para que a mistura gele e bata simultaneamente.

Sorbet: tipo de sorvete feito à base de água, mais macio e granuloso que os sorvetes tradicionais, sem adição de gordura e gemas.

Semifredo: *mousse* congelada de textura mais leve, com menos gordura e mais instável que os sorvetes. Servido em diversos sabores, respeita uma fórmula básica: merengue italiano + creme confeiteiro + creme chantilly + aroma (chocolate derretido, purê de frutas, etc).

Spumone: Sorvete de creme italiano, muito leve, feito com claras em neve e creme de leite, aromatizado com vários sabores.

19. Dicas de Negócio

5 dicas para inovar em sua sorveteria

Fonte: Blog Nova Safra - <https://blog.novasafra.com.br/2015/04/09/5-dicas-para-inovar-em-sua-sorveteria/>

Design e decoração surpreendentes

O que você faz quando sua pesquisa no Google o direciona para um site antiquado, malfeito e com navegação difícil? Provavelmente sai na mesma hora ou, no máximo, dá uma olhadinha bem rápida, certo? E com a sua sorveteria é a mesma coisa! Se o cliente passa na porta e não gosta do ambiente, da sua logomarca ou até do uniforme dos atendentes, é bem possível que saia para procurar outro lugar. Por isso, não deixe de investir no visual da loja! Para isso, conte com cadeiras confortáveis, uma marca própria, congeladores modernos, uma decoração acolhedora e, claro, limpeza e iluminação impecáveis.

Promoções malucas

Oferecer promoções não significa simplesmente dar descontos em determinados sabores de sorvete ou em certas épocas e horários, ok? Inovar nesse quesito é surpreender o consumidor com campanhas diferentes e que, mais uma vez, mostrem como sua sorveteria se difere da concorrência — para melhor, obviamente!

Combinações ousadas

Passemos agora para o menu. Não dá para oferecer todo o diferencial mencionado acima sem inovar também no que sua sorveteria realmente vende, não é verdade? Assim, conquiste o freguês com sabores diferentes e não hesite em ir além do mero sorvete com calda e confeitos. Como ir à sorveteria, hoje em dia, é um programa bem semelhante a uma ida a um restaurante, muitos consumidores não se importam — muito pelo contrário — em esperar a chegada de um pedido mais especial.

Sabores inesperados

Você já foi a alguma sorveteria comum de bairro e tomou um sorvete de maçã verde? E de xarope de maple? Apostar nesses sabores exóticos certamente fará com que sua sorveteria seja reconhecida e muito procurada, afinal, não é todo dia que se pode experimentar sorvetes tão diferentes assim.

Nicho saudável

Não é segredo nenhum que os consumidores têm procurado cada vez mais por alternativas benéficas para a saúde nos bares e restaurantes. E esse é mais um diferencial que a sua sorveteria pode oferecer.

20. Características Específicas do Empreendedor

Todo empreendedor precisa adequar-se a um perfil que o mantenha na vanguarda do seu setor. É aconselhável, assim, que faça uma autoanálise, para verificar que postura o futuro empresário deve ter frente a um conjunto de características desejáveis, permitindo a identificação das oportunidades de desenvolvimento. Nesse sentido, destacamos abaixo algumas características desejáveis ao empresário:

- Ter paixão pela atividade e conhecer bem seu ramo de negócio;
- Capacidade de utilizar recursos existentes de forma racional e econômica, identificando melhores materiais e fornecedores para a sua empresa;
- Habilidade de relacionamento e negociação com clientes;
- Condição de planejar e programar a produção diária, determinando operações e etapas a serem realizadas, bem como os recursos necessários e os custos previstos;
- Capacidade para selecionar e preparar máquinas, equipamentos, utensílios e materiais a serem utilizados no processo produtivo;
- Capacidade de Previsão dos pontos críticos inerentes ao processo de fabricação;

- Pesquisa e observação permanentemente o mercado em que está instalado, promovendo ajustes e adaptações no negócio;
- Capacidade de aplicar regulamentos técnicos, ambientais, de segurança, de saúde e higiene no trabalho, garantindo padrões de qualidade adequados aos processos de fabricação de alimentos;
- Atenção ao acompanhamento do desempenho dos concorrentes;
- Saber administrar todas as áreas internas da empresa;
- Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos;
- Ter visão clara de onde quer chegar;
- Ser persistente e não desistir dos seus objetivos;
- Manter o foco definido para a atividade empresarial;
- Ter coragem para assumir riscos calculados;
- Estar sempre disposto a inovar e promover mudanças;
- Ter grande capacidade para perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las;
- Ter habilidade para liderar a equipe de profissionais.

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.

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.

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

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.

BRASIL. AGENCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. **Cartilha sobre Boas Práticas para Serviços de Alimentação.** Disponível em: www.anvisa.gov.br. BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Glossário Temático Alimentação e Nutrição do Ministério da Saúde.** 2. ed. Brasília: 2010. Disponível em http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/glossario_alimenta.pdf.

BRASIL. **Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas.** Disponível em <http://www.respostatecnica.org.br/resposta.do>. Acesso em 05 ago 2010. Palavra Chave

(Algumas respostas selecionadas dentre 53 registros disponíveis):

- Código da Solicitação: 36519 - Fabricação de sorvetes e outros gelados comestíveis
- Código da Solicitação: 20197 - Fabricação de sorvetes e outros gelados comestíveis
- Código da Solicitação: 42588 - Fabricação de sorvetes e outros gelados comestíveis

CAVALLERA, M. J. **Delícias Abaixo de Zero**. Artigo disponível em <http://www.publitechbrasil.com.br/pdf/175.pdf>.

LIMA, M. **Higiene e Segurança Alimentar para a Indústria de Sorvetes**. Artigo disponível em <http://www.publitechbrasil.com.br/pdf/179d.pdf>.

Revista Especializada

Sorveteria Confeitaria Brasileira

PUBLITEC EDITORA DO BRASIL LTDA

Website: <http://www.publitechbrasil.com.br>

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 sorveteria estabelecida em uma área de 60m² exige um investimento inicial estimado de R\$ 60 mil reais, a ser alocado nos seguintes itens:

1 - Investimentos Fixos

1.1 - Máquinas e Equipamentos

Item

Valor Unitário

Balcão, freezer e geladeira, etc.

R\$ 10.000,00

Máquina de Sorvete Expressa, balança eletrônica, etc.

R\$ 5.000,00

1.2 - Equipamentos de Informática

Item

Valor Unitário

Telefone, Computador e Impressora

R\$ 3.000,00

1.3 - Móveis e Utensílios

Item**Valor Unitário**

Balcão, Mesas e cadeiras para clientes

R\$ 12.000,00

Mobiliário do Escritório

R\$ 2.000,00

2 - Investimentos Pré-Operacionais**Item****Valor Unitário**

Reformas

R\$ 12.000,00

Registro da empresa

R\$ 2.000,00

3 - Investimentos Financeiros**Item****Valor Unitário**

Capital de giro (2 meses de custeio fixo)

R\$ 8.000,00

Formação Estoque Inicial (2 meses)

R\$ 6.000,00

Investimento total (1+2+3)

R\$ 60.000,00

Previsão de Faturamento

Faturamento mensal

R\$ 40.000,00

* 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 venda

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 de uma sorveteria é o próprio ponto de venda.

27. Entidades relacionadas ao setor

Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (ABIA)

www.abia.org.br

Associação Brasileira das Indústrias e do Setor de Sorvete (ABIS)

www.abis.com.br

Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT)

www.abnt.com.br

Associação Gaúcha das Indústrias de Gelados Comestíveis (Agagel)

www.agagel.com.br/jornada

Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas (SBRT)

Website: <http://www.respostatecnica.org.br>

Sindicato da Indústria de Sorvetes (Sindisorvetes)

sindsorvete.com.br/2017/

Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição (SBAN)

www.sban.com.br

Sociedade Brasileira de Ciência e Tecnologia de Alimentos – SBCTA.

www.sbcta.org.br

