

**COMO
MONTAR**

**UMA
EMPRESA
DE BOLOS
DECORADOS**



www.sebraeatende.com.br

SUMÁRIO

Apresentação do Negócio	6
Localização	6
Exigências Legais	7
Estrutura e pessoal (equipe e equipamentos)	8
Matéria-prima e mercadorias	9
Investimento e Capital de Giro	10
Canal de Distribuição	11
Agregação de valor	11
Divulgação	12
Informações tributárias	13
Dicas de Negócios	14
Bibliografia	14

IDEIAS E OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

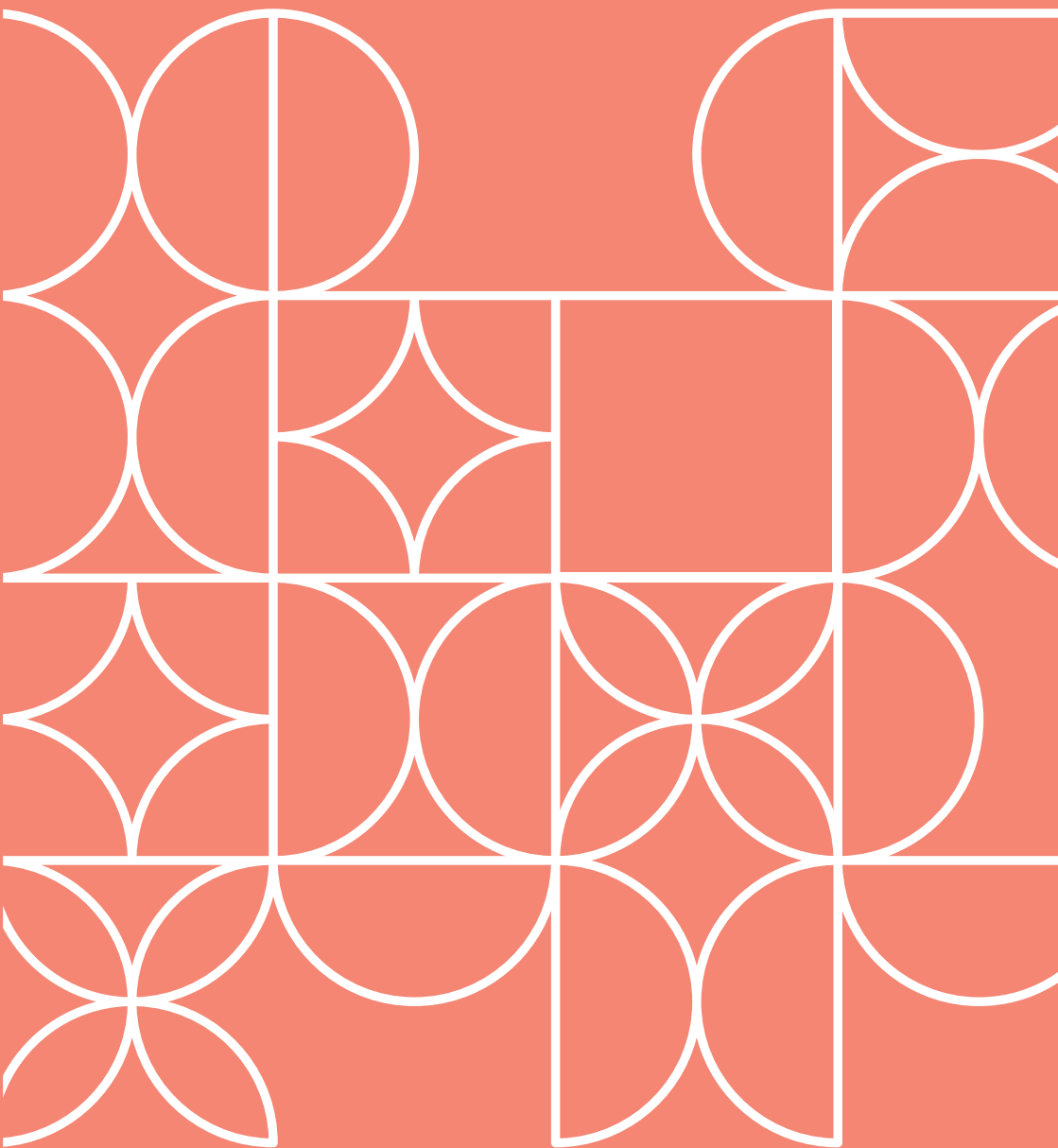
Quer se tornar um empreendedor mas não sabe por onde começar?

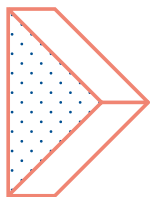
Esta Série é para quem quer descobrir as melhores ideias de negócios lucrativos.

A Série Como Montar traz um perfil de diversos ambientes de negócios para quem está em busca de oportunidades para empreender, apresentando uma visão geral de como cada segmento se posiciona no mercado, quais as variáveis que os afetam, como elas se comportam, qual a estrutura, equipamentos e pessoal para composição do negócio, oferecendo as informações necessárias sobre como fazer o seu empreendimento acontecer na prática.

Mas atenção, futuros empresários: as cartilhas desta Série não substituem o Plano de Negócio. Para elaborá-lo, procure o Sebrae. Dispomos de uma grande variedade de soluções em apoio ao pequeno empreendedor.

Consulte regularmente o site www.sebrae.com.br, descubra quais programas podem atender melhor as necessidades do seu negócio e comece hoje mesmo a colocar em prática tudo que aprendeu

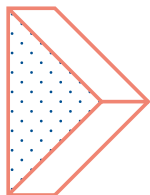




APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO

Por não ser considerado um setor próprio, e sim um serviço a ser ofertado em conjunto com outros, não há estimativas para o mercado de bolos decorados, especificamente. O mercado de bolos e tortas personalizados é representado por consumidores dos mais diversos segmentos, sendo as crianças o principal foco desse negócio.

O setor cresceu 50% nos últimos três anos. A melhor alternativa para se destacar no segmento ainda é apresentar um diferencial nos serviços prestados (preço, atendimento, inovação). Devido ao risco intrínseco ao negócio, recomenda-se a realização de ações de pesquisa de Mercado para avaliar a demanda e a concorrência.

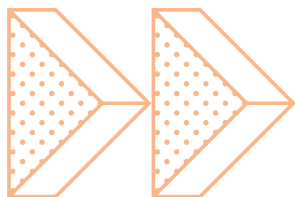


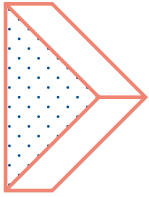
LOCALIZAÇÃO

A localização do ponto comercial é uma das decisões mais relevantes para uma loja desse nicho. Deve-se considerar, para a escolha do local, a densidade populacional, o perfil dos consumidores, a concorrência, os fatores de acesso e locomoção, a visibilidade, a proximidade com fornecedores, segurança e limpeza.

Mas, antes de se definir por um imóvel para abertura e montagem do seu negócio, deve-se observar os seguintes detalhes:

- *Certifique-se de que o imóvel em questão atende às suas necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança, e se é atendido por serviços de água, luz, esgoto, telefone, etc.;*
- *Avalie as comodidades que possam tornar mais atrativa e conveniente à presença dos frequentadores, tais como facilidade de acesso e estacionamento para clientes;*
- *Cuidado com imóveis situados em locais sujeitos a inundações ou próximos às zonas de risco;*
- *Atente para os aspectos de acesso e acessibilidade dos clientes;*
- *Avalie as condições de conservação e segurança do imóvel, bem como os aspectos legais e de zoneamento urbano junto à prefeitura.*





EXIGÊNCIAS LEGAIS

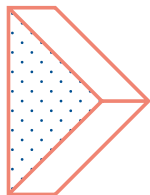
A abertura da empresa envolve uma série de providências. Para não atrasar a inauguração, recomendamos a contratação de um profissional de contabilidade, que possa proceder com a elaboração dos atos constitutivos e auxiliar o empresário na definição da forma jurídica mais adequada para o seu projeto.

O registro de uma empresa é similar a um processo, sendo composto pelas seguintes etapas:

- *Registro na Junta Comercial;*
- *Inscrição na Secretaria da Receita Federal para número do CNPJ;*
- *Registro na Secretaria Estadual da Fazenda;*
- *Inscrição na prefeitura do município para obtenção do alvará de funcionamento;*
- *Enquadramento na Entidade Sindical Patronal;*
- *Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;*
- *Solicitação de Licença do Corpo de Bombeiros Militar para funcionamento.*

Passo a Passo para a abertura de uma empresa:

- *Passo 1 - Registro na Junta Comercial*
- *Passo 2 - Obtenção do NIRE (Número de Identificação do Registro de Empresa)*
- *Passo 3 - Obtenção do CNPJ*
- *Passo 4 - Obtenção do Alvará de Funcionamento*
- *Passo 5 - Definição do Sistema Tributário*
- *Passo 6 - Providências relacionadas à Previdência e dos documentos fiscais*



ESTRUTURA E PESSOAL (EQUIPE E EQUIPAMENTOS)

Diversos são os fatores que influenciam na estrutura de uma empresa de bolos decorados. A questão, porém, é a definição das características do serviço prestado, o foco de atuação e o porte. Toda a necessidade será efetuada com base nessa capacidade inicial esperada e na quantidade de atendimentos.

Para este tipo de trabalho exige-se um espaço suficiente para oferecer comodidade aos clientes. A definição de áreas descritas a seguir representa uma boa opção para uma loja de médio porte:

- *escritório e recepção para atendimento aos clientes;*
- *salão com mesas para acomodação dos clientes;*
- *espaço para exposição de todos os produtos ofertados, utilizando equipamentos climatizados; cozinha, com pequeno depósito em anexo;*
- *banheiros.*

O empreendedor deve decidir se o atendimento aos pedidos ocorrerá somente no balcão, ou se haverá atendimento externo, como entrega para empresas parceiras. Poderão ser oferecidas as duas opções de atendimento.

A necessidade de pessoal, tal qual o tamanho da infraestrutura, depende diretamente do segmento pelo qual o empreendedor optou. Geralmente é baseado no volume de produtos ou de serviços oferecidos. Para uma empresa de bolos decorados, a qualificação dos profissionais é fator chave para o sucesso do empreendimento.

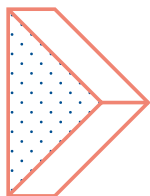
Para uma loja pequena pode-se iniciar com apenas duas pessoas, no formato de microempreendedor individual, que serão os responsáveis pelo atendimento, criação dos bolos e das decorações. Serão necessários os seguintes profissionais:

- *- Profissional confeitiro*
- *- Profissional decorador de confeitaria*
- *- Recepcionista*
- *- Administrador*

A definição do porte da loja também é fundamental para a aquisição dos equipamentos. O novo empresário pode decidir quais equipamentos utilizará, dentre os citados a seguir:

- microcomputador completo;
- uma impressora para papel de arroz;
- linha telefônica;
- uma impressora de cupom fiscal;
- mesas, cadeiras, armários, de acordo com o dimensionamento das instalações;
- gaveteiro para guardar dinheiro, cheques e tickets de cartões de débito e crédito;
- equipamento para recebimento através de cartões de débito e crédito;
- estantes, prateleiras e vitrines para exposição dos produtos;
- balcão de atendimento;
- utensílios de escritório.

Antes de comprar os equipamentos, pense no tipo de serviço, e qualidade exigida pelo público-alvo, para não gastar mais do que o necessário ou ficar com ociosidade em excesso.



MATÉRIA-PRIMA E MERCADORIAS

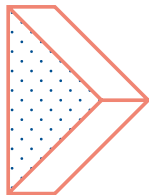
Como uma empresa de bolos decorados é tipicamente uma loja de comércio de produtos e, portanto, há venda de mercadorias, necessita de insumos para a confeitaria e decoração, dependendo de insumos em estoque para não faltar na hora de atender aos clientes.

Assim, alguns dos insumos necessários são:

- *Papel de arroz comestível*
- *Tinta colorida comestível*
- *Gel de aplicação do papel arroz*

Outros insumos são necessários como materiais para embalagens, luvas e máscaras descartáveis, água, materiais de limpeza, energia, gás, sacos laminados, outros ingredientes e materiais.

É bom estar atento para todos os tipos de novidades, materiais e produtos usados diretamente e indiretamente nesse empreendimento.



INVESTIMENTO E CAPITAL DE GIRO

O investimento para o início das atividades varia de acordo com o porte do empreendimento e os produtos e serviços que serão oferecidos. Os Investimento iniciais comuns a uma empresa desse segmento são:

- *Investimento Fixo*
- *Despesas pré-operacionais*
- *Capital de Giro*

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 os que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção. Já os fixos são os gastos que permanecem constantes, independente de aumentos ou diminuições na quantidade produzida e vendida.

Os gastos realizados para operar o negócio devem ser estimados considerando os itens abaixo:

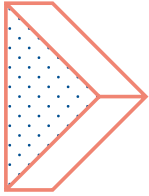
- *Gastos com mão de obra*
- *Custo da mercadoria adquirida*
- *Custos fixos*

Os custos de aquisição de mercadoria estão integrados nos custos variáveis que abrangem, também, impostos, comissões, mão de obra operacional, despesas com cartões de crédito e de débito, etc.

Nos custos fixos são considerados gastos com aluguel, honorários contábeis, pró-labore, energia, água, combustível, seguro, IPTU, ações de "marketing", etc.

Antes de montar a empresa, elabore um Plano de Negócios onde os valores necessários à estruturação da empresa estejam detalhados, em função dos 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.

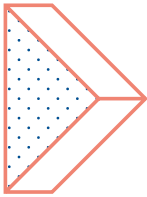
Nessa etapa, é indicado procurar o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta todas as particularidades do segmento.



CANAL DE DISTRIBUIÇÃO

O canal de distribuição é a própria loja de bolos decorados. Uma alternativa é implantar sistema delivery: o cliente escolhe os produtos pela Internet e faz o pedido por telefone, recebendo os produtos em casa.

Este sistema traz comodidade para o cliente possibilita o desenvolvimento de estratégias personalizadas.

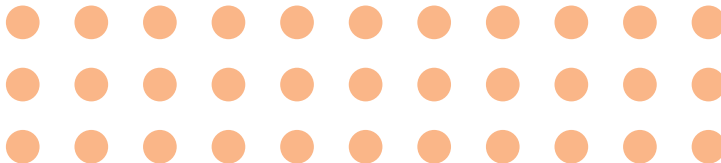


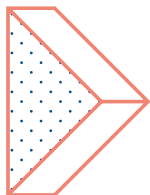
AGREGAÇÃO DE VALOR

Uma possibilidade de diversificação é o empresário estruturar uma casa de festas infantis, incluindo a personalização de bolos decorados como complementar aos seus serviços. Um outro item importante para agregação de valor é desenvolver outros produtos personalizados, como balões, camisetas e guardanapos.

O atendimento pessoal qualificado é um fator que agrega valor de alto significado para o cliente. É fundamental, na construção de relacionamento duradouro, conhecer quem são os clientes e entender suas reais expectativas e necessidades.

É importante pesquisar junto aos concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas com o objetivo de proporcionar ao cliente um produto diferenciado.





DIVULGAÇÃO

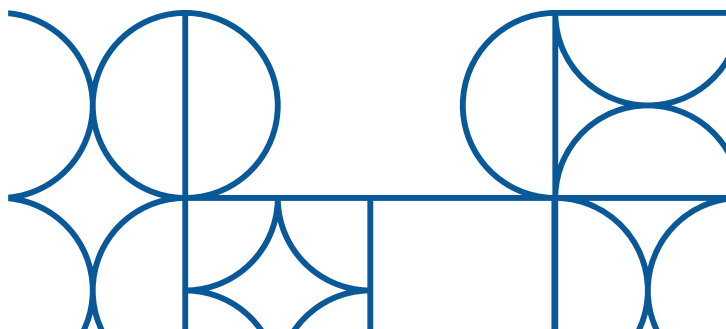
A mídia mais adequada é aquela que tem linguagem associada ao público-alvo, se enquadra no orçamento do empresário e tem maior penetração e credibilidade junto ao cliente.

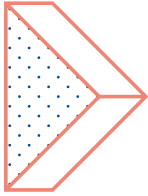
Poderão ser usados todos os canais de propaganda, de acordo com o porte do empreendimento e a capacidade de investimento do empreendedor. Um pequeno estabelecimento pode utilizar panfletos a serem distribuídos de forma dirigida, em locais de grande circulação de pessoas (próximos ao estabelecimento), ou no bairro onde está localizado.

Possuir cartões de visitas para entregar aos clientes e potenciais clientes é bastante recomendado, além de participar de feiras e eventos para demonstração de seus produtos e serviços, alavancando ainda mais a quantidade de clientes.

Outra forma bastante eficaz para o segmento de loja de bolos e tortas é convidar clientes potenciais para conhecer a qualidade dos serviços prestados. O empreendedor deve sempre entregar o que foi prometido e, quando puder, superar as expectativas do cliente. Ao final, a melhor propaganda será feita pelos clientes satisfeitos e bem atendidos.

Na medida do interesse e das possibilidades, poderão ser utilizados anúncios em jornais de bairro, jornais de grande circulação, rádio, revistas, outdoor e internet. Entretanto, o contato Pessoal é imprescindível particularmente para aqueles empreendedores que se propõem a atender as grandes empresas compradoras.



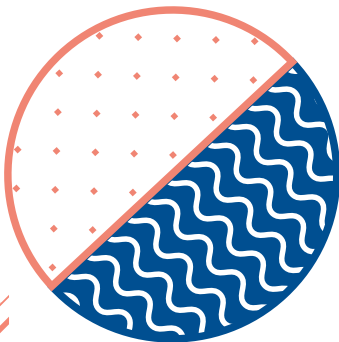


INFORMAÇÕES TRIBUTÁRIAS

O segmento de PERSONALIZAÇÃO DE BOLOS E DOCES, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 1091-1/02 como a atividade de fabricação de pães e roscas, bolos, tortas e outros produtos de padaria com venda predominante de produtos fabricados no próprio estabelecimento (padarias tradicionais), 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\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

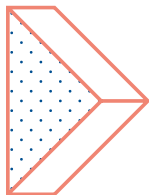
Nesse regime, o empreendedor de ME e EPP poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional>):

- *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);*
- *ISSQN (Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza): para empresas que empresas que prestam serviços;*



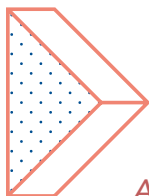
Se a receita bruta anual não ultrapassar R\$ 81 mil, o empreendedor poderá optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que ele não seja dono ou sócio de outra empresa e tenha até um funcionário. Para se enquadrar no MEI, sua atividade deve constar na tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Alterada pela Resolução CGSN N° 135, DE 22 de agosto de 2017.

Para este segmento, tanto ME ou EPP, 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.



DICAS DE NEGÓCIOS

- - Entre nesse mercado consciente de que a presença do empreendedor é imprescindível para o sucesso do negócio;
- - Esteja sempre atento ao que ocorre no seu mercado de atuação, acompanhando as tendências no Brasil e no exterior;
- - Promova inovações contínuas, seja no oferecimento de produtos inovadores e funcionais, ou na forma de comercializá-los;
- - Ajuste um conjunto de metas e objetivos a serem atendidos pelo projeto de divulgação da sua empresa;
- - Seja criativo ao validar conceitos de produtos e sua divulgação.



BIBLIOGRAFIA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE MÁQUINAS E Equipamentos (ABIMAQ). Máquinas e Equipamentos. Disponível em: <http://www.datamaq.com.br/Sebrae/ListOfFromToInstallation.aspx?partnerCode=1&partnerInstallation=PERSONALIZAÇÃO DE BOLOS E TORTAS>>. Acesso em: 18 maio 2011.

BRASIL. Código civil brasileiro, 2003.

BRASIL. Lei Complementar 123/2006 – Estatuto da Micro e Pequena Empresa.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE REGISTRO DE COMÉRCIO – DNRC. Serviços- Código Civil/2002. Disponível em:<http://www.dnrc.gov.br>>. Acessado em: 17 Fev. 2011.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL (INPI). Disponível em: <http://www.inpi.org.br>>. Acessado em: 18 maio 2011.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br>>. Acessado em: 18 maio 2011.

SERVIÇO BRASILEIRO APOIO A MICRO E PEQUENA EMPRESA (SEBRAE). Disponível em: <http://www.sebrae.com.br.br>>.

AIUB, George Wilson et al. *Plano de Negócios: serviços*. 2a. ed. Porto Alegre: Sebrae, 2000.

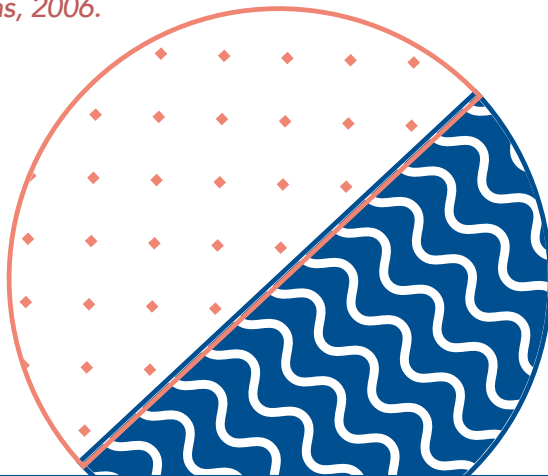
BARBOSA, Mônica de Barros; LIMA, Carlos Eduardo de. *A Cartilha do Ponto Comercial: como escolher o lugar certo para o sucesso do seu negócio*. São Paulo: Clio Editora, 2004.

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. *Dominando os Desafios do Empreendedor*. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2004.

COSTA, Nelson Pereira. *Marketing para Empreendedores: um guia para montar e manter um negócio*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing: a edição do novo milênio*. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

SILVA, José Pereira. *Análise Financeira das Empresas*. 4a. ed. São Paulo: Atlas, 2006.





Quer saber mais?

Acesse o site do Sebrae e conheça outros conteúdos.

www.sebraeatende.com.br 0800 570 0800



SebraeBahia