



Carrinho de pipoca



Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor-Presidente

Luiz Eduardo Pereira Barreto Filho

Diretor Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio Silva dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial

Mirela Malvestiti

Coordenação

Nídia Santana Caldas

Equipe Técnica

Carolina Salles de Oliveira

Autor

Carlos de Souza Pinto

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

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

Apresentação do Negócio

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

A comercialização de produtos alimentícios é sempre considerada um bom negócio, ainda mais no Brasil, pois além de possuir uma grande população, cada vez mais as pessoas procuram por alimentos fora do lar.

Quando as pessoas estão na rua, principalmente em busca de lazer, descanso ou apenas descontração, elas estão suscetíveis a comprar petiscos para passar o tempo ou apenas degustar algum sabor diferente das comidas tradicionais, como almoço e jantar. É justamente para este público que a ideia de negócio de carrinho de pipoca procura atingir.

O empreendedor poderá verificar que este é um mercado em crescimento no Brasil, e que mesmo existindo concorrência há espaços para novos empreendimentos bem sucedidos.

Também é importante ressaltar que não ocorre falta de fornecimento de matéria-prima. Além dessas características, é um negócio que pode estar em qualquer lugar da cidade, não estando fixo a apenas um bairro ou setor da cidade ou município e o público é dos mais variados, crianças, idosos, homens e mulheres.

O investimento é considerado baixo e pode trazer consigo bons resultados econômicos, pois a ideia de negócio de carrinho de pipoca varia de acordo com a dimensão que o empreendedor

busca. Esta poderá ser extremamente simples, quando se tratar de apenas um carrinho, onde o próprio vendedor é o dono, ou mais complexo, como uma empresa, na qual são alugados os carrinhos para outros vendedores. Essa escolha irá diferenciar a formalização da empresa, que poderá optar por ser microempreendedor individual, no primeiro caso, ou como uma empresa de aluguel de carrinhos, como microempresa. Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

Este documento não substitui o plano de negócio. Para elaborá-lo procure o Sebrae.

Mercado

3.1 Mercado Consumidor

O mercado de alimentos é considerado um dos mais proeminentes, visto que não se vive sem eles. O Brasil, nesse contexto, é considerado um dos maiores players no mercado mundial de alimentos, tanto como consumidor quanto como produtor. Para se ter uma ideia de grandeza, o faturamento do setor para o ano de 2009 chegou a cifra de R\$ 290 bilhões. No quesito comércio exterior, a balança comercial apresentou um superávit de R\$ 25 bilhões. (ABIA, 2009)

Ao se tratar de um alimento específico, o milho, há de destacar que este é o 3º cereal mais consumido no Brasil, com produção da ordem de 50 milhões de toneladas para a safra 2010/2011. (GLOBO RURAL ON LINE, 2010)

O mercado de milho-pipoca, apesar de ainda ser relativamente pequeno se comparado a outros países como os Estados Unidos, é considerado bastante promissor no Brasil, com um consumo da ordem de 80 mil toneladas/ano. Em tempos de picos, chega-se a um volume de 100 mil toneladas/ano. Outro fator positivo é o valor do milho de pipoca, que apresenta um valor superior ao milho comum, sendo este um excelente produto para venda. (SAWAZAKI, 2001; REVISTA RURAL, 2010)

A pipoca é um tipo de alimento que não possui restrição, podendo ser consumido por qualquer pessoa. Assim, pode-se entender que toda a população do Brasil é potencial cliente de um carrinho de pipoca, ou seja, um total de mais de 190 milhões de pessoas. (IBGE, 2010)

Porém, mesmo sendo um mercado promissor, o empreendedor que for optar por investir em carrinhos de pipoca tem que estar preparado para fazer suas vendas, pois este é um mercado associado aos momentos de lazer das pessoas que o consomem, com períodos de alta durante festas, períodos de férias, em feiras, momentos de jogos mundiais (campeonato mundial de futebol, olimpíadas, dentre outros) e eventos esportivos em geral.

3.2 Concorrência

No Brasil não há uma associação de classe dos vendedores de pipoca em carrinhos que possa agregar informações para avaliar o setor, mas, tendo em vista que é um mercado que possui tendência de crescimento, há de se esperar um mercado também concorrente.

Como este alimento é consumido primordialmente em momentos de lazer, o futuro pipoqueiro deverá analisar onde irá efetuar a venda de seus produtos para poder verificar sua concorrência. A comercialização poderá ser realizada em qualquer tipo de local com concentração humana que busque lazer. Nesses locais há sempre algum tipo de alimento para concorrer com a pipoca.

Como exemplo de concorrência pode-se citar os ambulantes que vendem cachorros-quentes, barraquinhas de churros, churrasquinhos, sanduíches naturais e feitos na hora, como hambúrgueres, e outros tipos de lanches rápidos. Deve ser levado em conta que outros produtos como balas, chicletes, batatas fritas, biscoitos e sorvetes são considerados produtos com forte apelo concorrencial.

Para um novo empreendedor que pensa em investir nesse ramo de atividade, é interessante avaliar as tendências dos consumidores para verificar quais os principais produtos consumidos, principalmente o local, pois como se sabe, nada melhor que uma pipoca durante um cinema ou circo, para se diferenciar de potenciais concorrentes.

A ideia de negócio aqui apresentada busca um cliente que está na rua, em busca de algum tipo de lazer, mas não os que estão em casa. Por isso não se pode considerar as pipocas de microondas como um concorrente potencial. Porém, em cinemas existe um grande concorrente, que são as lojas próprias dos cinemas e as que estão nas praças de alimentação.

Contudo, ainda há espaço que empresários se aventurem nesse setor considerado promissor, mas há que se buscar um diferencial competitivo para agregar valor ao seu carrinho de pipoca. A busca por nichos específicos, localizações ainda não exploradas e públicos distintos irá definir o sucesso e perpetuidade do negócio.

3.3 Fornecedor

Como visto até o momento, existe um mercado em franco crescimento com potenciais concorrentes à vista. Mas nada adianta estabelecer uma empresa se não houver fornecedores para tal.

O mercado brasileiro de milho está em fase de expansão, sendo considerado bastante promissor com vários produtores investindo nesse segmento, não havendo, portanto, uma falta de fornecimento da matéria-prima.

No Brasil, a saca de milho-pipoca é quase 275% mais caro que o milho comum, cerca de R\$ 51,00 contra R\$ 19,00, demonstrando que é um mercado que vale investir e, que por isso, as agroindústrias vislumbram esse segmento como promissor. Mas, como sempre, ressalvas são importantes. O mercado produtor brasileiro de milho-pipoca é dependente de importações, principalmente em momentos de pico no consumo, quando ocorre a importação da Argentina. (REVISTA RURAL, 2010).

O que o futuro empreendedor deverá buscar é o diferencial em preço, qualidade e marcas distintas para agregar valor e canalizar mais clientes para o seu negócio.

""

Localização

A localização é um aspecto determinante do sucesso do empreendimento: segundo pesquisa do SEBRAE em 2005, a localização inadequada é responsável por 8% das empresas que fecharam as portas antes de completarem quatro anos de funcionamento. Especialistas no assunto avaliam que a escolha do ponto adequado responde por até 25% do sucesso do

comércio. Os principais pontos a considerar são:

- O preço do aluguel;
- A compatibilidade entre o público local e o padrão de serviço a ser prestado: maior renda, maior sofisticação; menor renda, menor preço;
- Visibilidade: se não se sabe (vê) que naquela localização existe o prestador de serviço, não se busca o serviço na região. A visibilidade é extremamente importante para um carrinho de pipoca se destacar dentre os demais vendedores de petisco da região;
- Conforto: os consumidores prezam por um atendimento de qualidade e, se possível, com conforto. No caso da pipoca, o conforto está associado a outros tipos de produtos que podem ser comercializados pelo pipoqueiro;

Assim sendo, uma boa localização é aquela que favorece fácil atendimento das pessoas, com o menor grau possível de dificuldade. Se o atendimento for destinado ao público que está na rua, como no caso do carrinho de pipoca, é importante que o mesmo esteja em local de boa visualização e em área de grande fluxo de pessoas.

Para o sucesso de um carrinho de pipoca, o empreendedor deverá buscar locais de grande concentração comercial ou habitacional, principalmente regiões que estejam associados a momentos de lazer como parques nacionais, estaduais e municipais, entradas de circos, pertos de cinemas, estádios de futebol e autódromos, bem como em locais já tidos como points turísticos ou de agito noturno.

Há ainda a possibilidade de estruturar o empreendimento em shoppings e centros comerciais, após acordo com estes, focando em públicos específicos. Academias, clubes, parques infantis e praias também são locais que podem ser explorados.

Exigências legais específicas

O empreendedor que deseja abrir uma empresa deve procurar conhecer as legislações e os procedimentos corretos para tal fim. A legislação específica para a abertura de empresas segue as normas instituídas pelo Departamento Nacional de Registro do Comércio (DNRC), que funciona como órgão nacional destinado à supervisão, orientação, coordenação e normatização, no plano técnico; e supletiva, no plano administrativo, e as Juntas Comerciais (JC) como órgãos de execução e administração dos serviços de registro no Brasil. Em seu site, www.dnrc.gov.br, estão todas as normas, legislações vigentes e endereços e telefones das Juntas Comerciais em todos os Estados e no Distrito Federal.

Para se tornar um empreendedor/empresário, a pessoa deve se atentar aos princípios legais vigentes no Código Civil Brasileiro de 2003, dentre os quais indica que a idade mínima para constituir uma sociedade é de 18 anos e a idade para emancipação varia dos 16 aos 18 anos, desde que não seja impedida legalmente.

Abaixo é apresentado um passo-a-passo genérico para abertura de uma empresa no Brasil:

1º passo – Localização

O primeiro passo é definir a localização da empresa para que seja realizada uma consulta prévia de endereço na Administração Municipal para verificar se a atividade pretendida é compatível com a lei de zoneamento da região pretendida, inclusive sobre questões ambientais. O cliente fornece

endereço e a atividade para análise da administração. Etapa imprescindível para abertura da empresa. É interessante, no momento da consulta, verificar se o imóvel está regularizado, isto é, se possui HABITE-SE e se os IPTU's estão em dias.

2º passo – escolha do tipo de Sociedade Empresária

Conforme o novo Código Civil existem cinco tipos de sociedade que podem ser organizadas no Brasil: Sociedade em Nome Coletivo, Comandita Simples, por Ações, Anônima e Limitada, sem as últimas as mais comuns no Brasil. De todas as apresentadas, a melhor para se constituir uma empresa, de pequeno porte, é Sociedade Limitada, por possuir regramentos mais simplificados e preservar melhor os sócios.

3º passo – Nome da Empresa

Toda empresa deve ter um nome. Nesse momento, o empresário escolhe o nome de sua empresa e na Junta Comercial ou no Cartório de Registro de Pessoa Jurídica de seu município efetua uma pesquisa para saber se o nome já está registrado. Essa consulta é realizada em formulário próprio obtido na hora. Há possibilidade de ser realizada pela Internet. Aproveite para verificar no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual se o nome ou marca já estão patenteados.

4º passo – Contrato Social e Demais Documentos

Ainda na Junta Comercial ou Cartório de Registro de Pessoa Jurídica, após a definição do nome da empresa, deverá ser apresentado os seguintes documentos:

- Contrato Social ou Requerimento de Empresário Individual ou Estatuto, em três vias;
- Cópia autenticada do RG e CPF do titular ou dos sócios;

- Requerimento Padrão (Capa da Junta Comercial ou Cartório), em uma via;
- FCN (Ficha de Cadastro Nacional) modelo 1 e 2, em uma via;
- Pagamento de taxas através de DARF.

O Contrato Social é a peça principal na constituição da empresa. Nele são identificados os objetivos da empresa, a composição societária e a forma jurídica de constituição da mesma. São apresentados as legislações, deveres e direitos dos sócios. Conforme Estatuto da Micro e Pequena Empresa (LC 123/2006), não haverá a necessidade da assinatura de um advogado nesse documento. Nos demais casos essa assinatura é obrigatória. Peça auxílio ao seu contador ou advogado. Ao final dessa etapa será emitido o Número de Identificação do Registro da Empresa (NIRE), necessário para cadastramento da empresa junto à Secretaria da Receita Federal, nosso próximo passo.

5º passo – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ)

Com o NIRE em mãos, o empresário deve registrar sua empresa junto à Secretaria da Receita Federal, efetuado exclusivamente pela internet através de programa específico. Os documentos exigidos, apresentados no momento do cadastramento, serão enviados por SEDEX para a Receita Federal. O número do CNPJ será disponibilizado também pela internet. É de extrema importância nessa fase que o empresário defina o porte de seu empreendimento e sua classificação, pois é nessa etapa em que a depender da atividade exercida o contribuinte poderá optar pelo sistema de tributação simplificada, o SIMPLES.

Aproveite para ir a Secretaria da Receita Estadual para verificar quais os tributos sua empresa deverá pagar e efetuar o registro

nesse órgão, item obrigatório para os setores do comércio, indústria e serviços de transporte intermunicipal e interestadual, bem como os serviços de comunicação e energia. A inscrição estadual é essencial para a obtenção da inscrição no Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). Há casos em que essa inscrição ocorre em conjunto com o CNPJ. Verifique no site da Receita Federal os órgãos que possuem convênio.

6º passo – Alvará de Funcionamento

O alvará de funcionamento, documento obtido junto à prefeitura, ou administração regional ou na Secretaria Municipal da Fazenda de cada município, é o documento final que autoriza o funcionamento da empresa. Na maioria dos casos, os documentos necessários são:

- Formulário próprio da prefeitura;
- Consulta prévia de endereço aprovada;
- Cópia do CNPJ;
- Cópia do Contrato Social;
- Laudo dos órgãos de vistoria, quando necessário.

A depender do tipo de atividade a ser exercida, é necessária que uma vistoria seja realizada no local. Essas vistorias são realizadas por diversos órgãos, tais como: corpo de bombeiro (obrigatória), vigilância sanitária, órgãos ambientais e outros. Veja se sua atividade é passível de licenciamento ambiental no órgão responsável em seu município.

Quando o atendimento é realizado no próprio domicílio, a obtenção do alvará de funcionamento é condicionada a declaração explícita dos vizinhos de que a atividade não traz prejuízos à comunidade, autorizando o funcionamento do estabelecimento.

7º passo – Cadastramento na Previdência Social

Após realizar com sucesso as etapas anteriores, o empresário já pode iniciar o seu tão sonhado negócio. Contudo, ainda há a necessidade de realizar o cadastramento da empresa na Previdência Social e de seus sócios em até 30 dias, mesmo que não possua nenhum funcionário.

8º passo – Aparato Fiscal

Para finalizar e iniciar de forma legal o negócio, o empreendedor deverá se dirigir Secretaria de Estado da Fazenda para solicitar a autorização para impressão das notas e dos livros fiscais. A ajuda do contador, nesse momento, é muito importante. Pronto, seu negócio está apto a ser iniciado e com todas as necessidades cumpridas.

Observações:

- Não esqueça que a partir desse momento a empresa deverá cumprir outras obrigações de caráter fiscal, tributária, trabalhista, previdenciárias e empresariais;
- O novo empresário deve consultar o PROCON para adequar seus produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor (LEI Nº 8.078 DE 11.09.1990).

5.1 Legislação Específica

Não há legislação específica para este tipo de negócio. Contudo, como se trata de venda de alimentos, deve-se procurar atender às normas sanitárias para quando iniciar o negócio.

Estrutura

No caso de um microempreendedor individual, que possuirá um carrinho de pipoca, no máximo dois, a estrutura é bastante simples, pois haverá a necessidade de apenas um espaço em sua residência para guardar o(s) carrinho(s). A depender da localização, o carrinho poderá ficar guardado com algum parceiro, como uma escola, ou estacionamento com alguma segurança.

Quando a opção for por um empreendimento na qual serão alugados os carrinhos, a estrutura necessária será mais sofisticada, havendo a necessidade (a depender da quantidade de carrinhos) de uma estrutura própria. Para este caso, com um início sugerido de 10 carrinhos de pipoca, a dimensão do galpão ou loja será de pelo menos 30 m² para a guarda, manutenção e limpeza dos mesmos. Deverão ser reservados locais para escritório e armazenamento dos insumos necessários, milho, sal, açúcar, gás e óleo.

O futuro empresário deverá tomar cuidado redobrado com o local de armazenamento dos carrinhos, pois os mesmos possuem botijões de gás e, por conseqüência, apresentam risco de acidentes.

É importante que haja espaço para um crescimento futuro das atividades e, sempre que possível, o empreendedor deve pensar em ambientes onde possam ser aproveitadas, quando couber, luz e ventilação naturais, evitando custos desnecessários.

Pessoal

A necessidade de pessoal, tal qual o tamanho da estrutura, vai

dependem diretamente da quantidade de carrinhos a ser operados ou alugados. Porém, diferente de outros tipos de negócios no qual o perfil da mão-de-obra necessária é totalmente especializado, para um negócio de carrinhos de pipoca não há a necessidade de profissionais qualificados, somente vendedores carismáticos para realizar venda e a manutenção dos clientes.

Quando for um microempreendedor individual, este será o único funcionário da empresa, sendo necessários apenas conhecimentos básicos de gestão e operação do carrinho. Porém, quando se tratar de um negócio de maior porte, no qual serão alugados os carrinhos, o profissional deverá possuir conhecimentos mais avançados sobre gestão de empresas. Sugere-se ao profissional da microempresa possuir, no mínimo, o 2º grau completo, para administrar os aluguéis dos carrinhos e a aquisição de matéria-prima. Nesse sentido, o empreendedor deverá fazer-se presente integralmente na gestão da empresa.

Independente da dimensão da estrutura e da quantidade de pessoas é interessante estar atualizado no setor, verificar novos produtos e tendências de consumo dos clientes.

Equipamentos

Os equipamentos necessários irão variar de acordo com a estrutura da empresa. Assim, para um microempreendedor individual, serão necessários os seguintes itens:

- Um carrinho de pipoca;
- Um botijão de gás;
- Uma calculadora simples;
- Equipamento de iluminação para venda noturna;

- Isopor para venda de bebidas (se não houver no modelo de carrinho usado);
- Luvas;
- Extintor de incêndio;
- Avental.

Quando se tratar de uma microempresa voltada para o aluguel, os equipamentos necessários serão os mesmos, só que em maior quantidade. Sugere-se ao empresário possuir um computador para realizar a gestão do negócio e, se possível, algum tipo de veículo utilitário para o transporte dos carrinhos para diferentes localizações, bem como ocasionais complementações das matérias primas ou outras eventualidades.

O SEBRAE local deverá ser buscado para ajudar o futuro empreendedor a dimensionar corretamente o negócio.

Matéria Prima / Mercadoria

Organização do processo produtivo

O processo produtivo para este tipo de negócio, apesar de ser bastante simples, requer do profissional bastante limpeza, organização e carisma para abordar os clientes, visto que a apresentação dos produtos e do vendedor pode acarretar a perda de clientes. No caso do empresário de aluguel de carrinhos, o excesso de estocagem de perecíveis pode acarretar perdas de produto.

O processo para a execução dos serviços segue abaixo:

- Busca de fornecedores e negociação para um fornecimento

eficiente e ininterrupto;

- Administração do estoque com entradas das mercadorias e posterior distribuição entre os carrinhos;
- O deslocamento ao local de venda das mercadorias;
- Atendimento aos clientes e vendas dos produtos;
- Controle dos produtos vendidos para reposição do estoque;
- Retorno à residência ou local de guarda e manutenção dos carrinhos.

Quando se tratar de um microempreendedor individual, as mesmas etapas deverão ser seguidas, porém em menor escala em relação à aquisição de matéria-prima.

Automação

Para o negócio aqui proposto a única automação disponível é a panela ou forma de preparação das pipocas, variando entre pipoqueiras a gás ou elétrica. Mas como a ideia é a de um carrinho de pipoca que possa se locomover pelas ruas das cidades, a melhor opção é o carrinho a gás.

Mesmo para uma empresa de maior porte, como a de aluguel dos carrinhos, a automação é mínima, somente sendo necessário, em termos de equipamentos, um computador.

Canais de distribuição

O canal de distribuição para este tipo de negócio é o próprio carrinho, com vendas diretas ao consumidor final, não havendo, portanto, outra forma de comercialização.

Investimentos

Os principais investimentos para a microempresa com cinco carrinhos estão apresentados abaixo, para um microempreendedor individual deve-se considerar apenas um de cada item totalizando R\$ 4.000,00.

- 5 Carrinho de pipoca R\$ 10.000,00
- 5 Botijão de gás R\$ 175,00
- 5 Calculadora simples R\$ 25,00
- 5 Equipamento de iluminação para venda noturna R\$ 750,00
- 5 Isopor para venda de bebidas R\$ 250,00
- 5 Luvas R\$ 250,00
- 8 Extintor de incêndio R\$ 480,00
- 5 Avental personalizado R\$750,00
- 1 Computador R\$1.500,00

TOTAL: R\$ 14.180,00

Por possuir uma diversidade de preço muito elevada não foi quantificado o preço da reforma do local, sendo esta uma necessidade a ser pensada de acordo com a localidade aonde será estruturada a empresa.

Capital de giro

Custos

São todos os gastos realizados na produção e que serão incorporados posteriormente no 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.

É importante notar que, quanto menores forem os custos, menor também será a necessidade de disponibilidade de capital de giro, liberando recursos para novos investimentos produtivos ou aumentando a lucratividade do empreendimento. Os custos mensais típicos deste tipo de empreendimento de pequeno porte (aluguel de carrinhos) devem ser estimados considerando, pelo menos, os itens abaixo, quando houver:

Vendas, aluguéis, pró-labore; R\$3.000,00

Tributos, impostos, contribuições e taxas; R\$56,00

Aluguel, taxa de condomínio, segurança; R\$ 800,00

Água, Luz, Telefone e acesso a internet; R\$ 150,00

Limpeza, higiene, manutenção; R\$ 100,00

Assessoria contábil; R\$ 250,00

Propaganda e Publicidade da empresa; R\$ 150,00

Aquisição de matéria-prima e insumos; R\$500,00

TOTAL MENSAL R\$ 5.006,00

O pipoqueiro individual deverá verificar dentre os custos acima os que irão ser necessários para o seu negócio.

Diversificação / Agregação de valor

A diversificação de produtos ou serviços é uma prática que todo empreendedor deve estar sempre atento, pois em tempo de baixa nas atividades estes outros serviços podem gerar consideráveis retornos financeiros.

Quando se trata de um pipoqueiro, há algumas atividades que o empreendedor poderá realizar em seu negócio para agregar valor ao seu produto ou mesmo diversificar sua oferta. Exemplo é a produção de diferentes tipos de pipoca, como a já tradicional salgada e a pipoca doce, preferência da criançada. Outra possibilidade de agregação de valor são as bebidas que podem ser vendidas em conjunto com a pipoca. Como se sabe, estas são salgadas e uma bebida gelada acompanha muito bem esse petisco.

Há ainda a possibilidade de o empreendedor incluir em seu portfólio de produtos balas, chicletes, jujubas, gomas, chocolates e outros tipos de petiscos que possam ser vendidos por concorrentes, reduzindo a competição em locais de grande público.

Pode-se ainda trabalhar em parcerias com casas de festas voltadas para crianças, ao se propor a cobrar um preço único e ali estacionar e distribuir suas pipocas.

Neste tópico foram apresentadas apenas algumas opções de diversificação/agregação de valor para o negócio de pipocas. Vale ressaltar que sempre é possível propor melhorias e novidades, para isso é indicado observar hábitos, ouvir as pessoas e criar novos produtos e novos serviços, com o objetivo de ampliar os níveis de satisfação dos clientes.

Divulgação

A propaganda é um importante instrumento para tornar a empresa e seus serviços conhecidos pelos clientes potenciais. O objetivo da propaganda é construir uma imagem positiva frente aos clientes e tornar conhecidos os serviços oferecidos pela empresa.

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

Para uma ideia como a proposta nesse documento o carrinho e as roupas do vendedor são consideradas as marcas do produto, totalmente associados à propaganda do negócio.

Assim, vale a pena o pipoqueiro investir numa boa pintura ou adesivos para o seu carrinho se tornar conhecido e se destacar dentre os concorrentes. Vale aqui a administração da marca.

Quando for um pequeno negócio de aluguel de carrinhos, além da ideia acima mencionada, cabe utilizar panfletos a serem distribuídos de forma dirigida para as empresas de festas infantis. Possuir cartões de visitas para entregar aos clientes e potenciais clientes é bastante recomendado.

Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de CARRINHO DE PIPOCA, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 5612-1/00 como a atividade de serviço de alimentação de comida preparada, para o público em geral, em locais abertos, permanentes ou não, tais como: trailers, carrocinhas e outros tipos de ambulantes de alimentação preparada para consumo imediato, 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.fazenda.gov.br/Simpl...>):

- 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);
- ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços);
- 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 4% a 11,61% 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/legisl...>). 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\$ 1,00 mensais de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias.

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.

Eventos

Festa do Milho Verde
Evento anual e regional
www.festamilho.com.br

Congresso Nacional da Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição
São Paulo – SP
<http://www.sban.com.br>
Tel.: (11) 3266-3399

Fipan
Feira Internacional da Panificação, Confeitaria e do Varejo Independente e Alimentos.
São Paulo - SP
<http://www.fipan.com.br>

Fispal Food Service
Feira Internacional de Produtos e Serviços para Alimentação fora do Lar.
São Paulo - SP
Tel.: (11) 3234-7725

<http://www.fispal.com>
fispal.sp@fispa.com

Fispal Tecnologia
Feira Internacional de Embalagens e Processos para as
Indústrias de Alimentos e Bebidas.
São Paulo - SP
Tel.: (11) 3234-7725
<http://www.fispal.com>
fispal.sp@fispa.com

Restaubar Show
São Paulo – SP
Tel.: (11) 4689-1935
<http://www.restaubar.com.br>
restaubar@restaubar.com.br

Entidades em Geral

ABIA
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE
ALIMENTAÇÃO
[HTTP://WWW.ABIA.ORG.BR](http://www.abia.org.br)

ABRAMILHO – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
PRODUTORES DE MILHO
[HTTP://WWW.ABRAMILHO.ORG.BR/](http://www.abramilho.org.br/)

ABMS – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MILHO E SORGO
[HTTP://WWW.ABMS.ORG.BR/](http://www.abms.org.br/)

ANVISA
AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA



[HTTP://WWW.ANVISA.GOV.BR](http://www.anvisa.gov.br)

ABIMAQ

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

[HTTP://WWW.ABIMAQ.ORG.BR](http://www.abimaq.org.br)

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA – EMBRAPA

EMBRAPA INFORMAÇÃO TECNOLÓGICA

PARQUE ESTAÇÃO BIOLÓGICA - PQEB - AVENIDA W3

NORTE (FINAL). CAIXA POSTAL 040315

CEP: 70770-901 – BRASÍLIA - DF

FONE: (61) 3448-4162 / 3448-4155. FAX: (61) 3272-4168

SITE: [HTTP://WWW.SCT.EMBRAPA.BR/](http://www.sct.embrapa.br/)

IAC

INSTITUTO AGRONÔMICO DE CAMPINAS

[HTTP://WWW.IAC.BR/](http://www.iac.br/)

IAPAR

INSTITUTO AGRONÔMICO DO PARANÁ

[HTTP://WWW.IAPAR.BR/](http://www.iapar.br/)

ITAL

INSTITUTO DE TECNOLOGIA DE ALIMENTOS

[HTTP://WWW.ITAL.SP.GOV.BR](http://www.ital.sp.gov.br)

MINISTÉRIO DA SAÚDE

[HTTP://WWW.SAUDE.GOV.BR](http://www.saude.gov.br)

SNDC

SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR

[HTTP://WWW.MJ.GOV.BR/DPDC/SNDC.HTM](http://www.mj.gov.br/dpdc/sndc.htm)

SBAN

SOCIEDADE BRASILEIRA DE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO
[HTTP://WWW.SBAN.COM.BR](http://www.sban.com.br)

SBGAN

SOCIEDADE BRASILEIRA DE GASTRONOMIA E NUTRIÇÃO
[HTTP://WWW.SBGAN.ORG.BR](http://www.sbgan.org.br)

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 higiênico-sanitárias e controles operacionais essenciais são aplicáveis ao negócio.

Glossário

Alimentos funcionais: são aqueles que colaboram para melhorar o metabolismo e prevenir problemas de saúde.

Milho-pipoca: grão de milho específico para a produção de pipocas.

Petisco: Iguaria saborosa, preparada com esmero.

Pipoqueira: panela à gás ou elétrica para o preparo da pipoca.

Pipoca doce: pipoca prepara à base de açúcares.

Player: empresa ou governo que possui influência em determinado mercado.

Dicas do Negócio

Qualquer atividade da vida social ou pessoal, quanto melhor planejada melhor será executada. Assim, também em qualquer negócio, o tempo que se gasta antes de começar é dinheiro que se deixa de perder: os problemas, prováveis ou meramente possíveis, já foram pensados e a solução equacionada antes que ele vire perda.

Entretanto, de nada vale planejar se não for para cumprir o planejamento. Muito importante: isto não significa um engessamento das ações. Significa, sim, não fugir do eixo, muito embora ao longo do processo algumas das coisas que se planejou tenham que ser revistas e/ou adaptadas. Ou seja, o planejamento é um instrumento dinâmico, mas o foco não deve ser perdido. Para o comércio de pipocas o importante é dimensionar a quantidade diária a ser vendida para que não ocorra desperdício de produtos.

Um caso típico desta flexibilidade é a frequente aparição de gastos imprevistos nos 100 primeiros dias da empresa. Isto ocorre com frequência quando existe excesso de otimismo no cálculo das possibilidades da empresa, sacrificando o capital de giro. A recomendação é sempre considerar uma hipótese menos otimista, evitando surpresas desagradáveis. Pode ser interessante iniciar com apenas alguns produtos e depois ir acrescentando conforme a necessidade de outros alimentos saudáveis por parte dos clientes.

Outro cuidado relevante é com o foco da empresa: é fundamental evitar a tentação de improvisar para agregar valor: acaba fazendo muitas coisas e mal feitas. Sempre seguir planejamento e simulações. Depois do negócio se concretizar, busque formas de diversificação para agregar valor ao produto ou para a empresa. Nessa ideia de negócio foram apresentadas algumas formas para agregação de valor a esta atividade. Procure entender e verificar a possibilidade de utilização de alguma delas ou mesmo de outra que seja interessante.

Avaliar permanentemente a receptividade da clientela à venda dos produtos, sua qualidade e marcas favoritas de insumos utilizados, essa fará o diferencial na hora do boca-a-boca do seu carrinho de pipoca;

Investir na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais com respeito a estacionamento.

Importante se preocupar com a higiene na qual são preparadas as pipocas.

Características específicas do empreendedor

O empreendedor envolvido com atividades ligadas a este setor precisa adequar-se a um perfil fortemente comprometido com o atendimento ao cliente, pois como a venda é realizada diretamente ao cliente final e se trata de um produto alimentício, o cuidado na hora de vender é essencial. Algumas características desejáveis ao empresário desse ramo são:

- Ser bom comunicador, simpático e atencioso com os clientes;
- Gostar e conhecer bem o ramo de negócio;
- Pesquisar e observar permanentemente o segmento de

mercado onde está competindo, promovendo ajustes e adaptações no negócio;

- Ter atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias;
- Ter visão clara de onde quer chegar;
- Planejar e acompanhar o desempenho da empresa;
- Ser persistente e não desistir dos seus objetivos;
- Manter o foco definido para a atividade empresarial;
- Assumir somente riscos calculados;
- Estar sempre disposto a inovar e promover mudanças;
- Ter grande capacidade para perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las;
- Boa coordenação visual/motora;
- Fundamental para quem for optar por essa ideia é a uma boa apresentação e higiene pessoal. O uso de uniformes traz consigo visão de limpeza e cuidado com o produto.

Mesmo possuindo todas essas qualidades e características, o empresário ou seus funcionários devem possuir um ótimo perfil de vendas, com capacidade de agregar mais clientes.

Bibliografia Complementar

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS (ABIA). Relatório Anual 2009. São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://www.abia.org.br>>. Acessado em: 10 de março de 2011.

AIUB, George Wilson et al. Plano de Negócios: serviços. 2. 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.

BRASIL. Código civil brasileiro, 2003.

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

DEPARTAMENTO NACIONAL DE REGISTRO DE COMÉRCIO – DNRC. Serviços-Código Civil/2002. Disponível em:<<http://www.dnrc.gov.br>>. Acessado em: 10 de janeiro de 2011.

REVISTA GLOBO RURAL ONLINE. Canal Agricultura – Milho, 2010. Disponível em:<[http://revistagloborural.globo.com/Revis...>](http://revistagloborural.globo.com/Revis...). Acessado em: 18 de março de 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Pesquisa Orçamentária Familiar – POF 2008-2009. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em:< <http://www.ibge.gov.br>>. Acessado em: 17 março 2011.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL (INPI). Disponível em: <<http://www.inpi.org.br>>. Acessado em: 10 de janeiro de 2011.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Lei 123/06. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br>>. Acessado em: 17 Janeiro 2011.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Lei 128/08. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br>>. Acessado em: 17 Janeiro 2011.

REVISTA RURAL. Milho pipoca - estourando nos lucros! Revista 139, 2009. Disponível em:< [http://www.revistarural.com.br/Edicoes/2...>](http://www.revistarural.com.br/Edicoes/2...). Acessado em: 17 março 2011.

SAWAZAKI, Eduardo. A cultura do milho de pipoca. Informações Técnicas. Centro de Plantas Graníferas. São Paulo, 2001. Disponível em:< [http://www.iac.sp.gov.br/OAgronomico/532...>](http://www.iac.sp.gov.br/OAgronomico/532...). Acessado em: 17 março 2011.

SERVIÇO BRASILEIRO APOIO A MICRO E PEQUENA EMPRESA (SEBRAE). Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br.br>>. Acessado em: 10 de janeiro de 2011.

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