



Creperia



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

FABIO DE OLIVEIRA NOBRE FORMIGA

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?

O Brasil é reconhecido mundialmente como um país com características excelentes para a produção de alimentos, sendo um dos maiores exportadores do mundo. Dentre os gêneros alimentícios brasileiros, destaca-se a produção daqueles relacionados à indústria do trigo, pães e padarias.

A origem do crepe é antiga e controversa, reivindicada por diferentes países. O nome deriva do termo latim *crupus*, que significa enrolado. Os italianos chamam de *crepelle*, os norte-americanos de *pancake*, os russos de *blinis* e os judeus de *blintzes*.

Antigamente, eram assados em pedra quente e, posteriormente, passaram a ser preparados em chapa redonda sobre o fogo. Há indícios de que suas raízes estejam no pão indiano *chapati* e nas panquecas chinesas. Mas os primeiros registros foram feitos no século I, pelo gastrônomo romano Apicius. Cozidos em ferro quente, iam à mesa com mel e pimenta.

Outra lenda credita a origem do crepe a um acidente culinário. Uma mulher, involuntariamente, derramou um pouco de mingau de farinha integral e não refinada no fogão e percebeu como o produto cozinhava rápido, era fácil de virar e ficava muito saboroso. A partir daí, surgia mais uma opção de alimento.

Os crepes sempre estiveram presentes em muitas regiões da Europa e podem ser feitos com vários tipos de grãos: arroz, trigo, milho, etc. A primeira receita de crepe foi encontrada na França em 1390 no livro “Manger de Paris”. O autor explicava como fazer crepes à base de farinha de trigo integral, ovos, água, sal e vinho. A mistura era cozida com banha de porco e manteiga e polvilhada com açúcar antes de ser servida.

Com o prestígio em alta, novas receitas de crepes foram surgindo. A mais famosa refere-se a uma invenção do chef francês Henri Charpentier, datada de 1896. Trata-se de uma combinação de crepe enrolado com molho de laranja, flambado à frente do cliente. A receita foi batizada com o nome da acompanhante do príncipe Edward, de Gales: Crepe Suzette. A sobremesa virou símbolo de luxo e sofisticação e é reproduzida em milhares de restaurantes.

Atualmente, os crepes são apreciados no mundo inteiro. Sem hora marcada para o consumo, esta iguaria pode ser degustada pela manhã, no almoço ou à noite. No Brasil, as creperias surgiram em várias cidades, tornando-se uma opção de refeição leve e popular. O clima tropical e a receptividade nacional a novidades ajudaram na rápida proliferação destes estabelecimentos.

Sua grande aceitação deve-se também à versatilidade do alimento, que pode incorporar novos ingredientes e adaptar-se à cultura local. Hoje o cliente pode escolher entre crepes doces ou salgados, quentes ou frios, grandes ou miniaturas, dobrados ou enrolados, abertos ou no palito, com recheios picados ou desfiados, pastosos ou cremosos. Os crepes franceses são, normalmente, servidos em pratos. Os crepes suíços são assados e servidos no palito. No prato ou no palito, o crepe já ocupou o seu espaço no paladar do brasileiro.

Porém, abrir uma creperia não é tarefa fácil. Há uma extensa legislação que regula as boas práticas para a produção dos alimentos, além de uma forte concorrência direta e gargalos

restritivos para a distribuição e comercialização. Tais dificuldades são compensadas por um elevado consumo per capita de alimentos fora de casa.

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

Mercado

A produção brasileira de alimentos, bem como todo o setor, está passando por um momento de crescimento vertiginoso. De acordo com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – ABRASEL, os gastos com alimentação fora do lar representam 25% dos gastos da população com alimentos. Embora o mercado de bares e restaurantes seja muito concorrido, estima-se que os gastos com refeições fora do lar, no ano de 2012, alcance 30% da renda familiar no Brasil gerando boas expectativas para quem deseja.

Este fato ocorre em virtude, principalmente, da correria da vida moderna e o aumento do número de mulheres no mercado de trabalho fizeram com que o brasileiro gastasse mais com alimentação fora do lar. A alimentação fora de casa representava 19,7% da despesa geral com comida em 1998. Hoje corresponde a 25% do total. Em dez anos, pode chegar a 40%, ainda abaixo do percentual norte-americano de 52%. Tais números mostram o potencial de crescimento do setor.

(BEZERRA, 2009)

O mercado de alimentação fora do lar do qual uma creperia faz parte está em franco crescimento. Segundo levantamento da Associação Brasileira de da Indústria de Alimentos, a estimativa para o setor é faturar R\$ 154 bilhões e gerar cerca de seis milhões de empregos. (ABIA, 2010)

Tal fato se deve ao crescimento da parcela da população que realiza suas refeições fora de casa que atualmente está em torno de 32% da população brasileira, ou seja, 60 milhões de pessoas, que em conjunto movimentam um mercado de R\$ 22 bilhões e com faturamento diário de R\$ 420 milhões. (IBGE in Alimentação Fora de Casa, 2010)

A globalização e o aumento do fluxo de turistas contribuíram para que hábitos alimentares internacionais fossem facilmente absorvidos no Brasil. Hoje, numa praça de alimentação de um shopping center qualquer, o consumidor pode escolher entre comida árabe, japonesa, chinesa, italiana, americana ou brasileira. No meio desta ampla oferta, a creperia desponta como uma alternativa importada saborosa.

O fato do crepe não ser um alimento do dia-a-dia do brasileiro incentiva o seu consumo em estabelecimentos especializados. Há oportunidades de negócio em várias cidades de pequeno, médio e grande porte.

O verão é a estação do ano mais propícia à venda de crepes, devido às altas temperaturas e à maior preocupação das pessoas com a forma física. As viagens de férias também aumentam a frequência de refeições fora de casa.

Nota-se um mercado mais expressivo nas classes sociais A e B, mais receptivo a novidades. Este público também é mais exigente em relação a questões de higiene, validade dos produtos, qualidade dos ingredientes e atendimento.

Devido ao risco intrínseco ao negócio, recomenda-se a realização de ações de pesquisa de mercado para avaliar a demanda e a concorrência. Seguem algumas sugestões:

- Pesquisa em fontes como prefeitura, guias, IBGE e associações de bairro para quantificação do mercado alvo.
- Pesquisa a guias especializados em restaurantes e lanchonetes. Este é um instrumento fundamental para fazer uma análise da concorrência, selecionando restaurantes por bairro, faixa de preço e especialidade.

- Visita aos concorrentes diretos, identificando os pontos fortes e fracos das creperias que trabalham no mesmo nicho.
- Participação em seminários especializados

Localização

Segundo pesquisa do SEBRAE realizada em 2005, a localização inadequada foi responsável pelo fechamento de 8% das empresas 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. Desta forma, a localização de qualquer empreendimento deve ser pensada com cuidado e, para isso, deve-se levar em consideração alguns detalhes importantes que quando da escolha do local onde será montado o negócio.

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 (ou se vê) que naquela localização existe o prestador de serviço, não se vai lá atrás do serviço;
- Conforto: se há necessidade de ir de carro, há que ter estacionamento; se a expectativa é de haver picos de demanda (caso típico desta atividade aos sábados), o ambiente tanto do estabelecimento quanto da vizinhança deve ser agradável; etc.

A loja deve estar localizada em ruas de grande fluxo de pessoas, ou em shoppings, centros comerciais, estações de

metrô, terminais rodoviários, escolas e/ou faculdades e universidades, locais de grande concentração de escritórios e outros pólos geradores de público como: supermercados, hipermercados, agências bancárias, instituições de serviço público municipal, estadual e federal.

Conveniência e acesso fácil são fatores fundamentais para que o consumidor escolha uma loja.

Outro aspecto fundamental é a visibilidade, ou seja, os clientes ao se movimentarem em uma avenida devem identificar facilmente a loja. Em shopping a instalação pode ser feita na praça de alimentação ou no modelo de quiosque, em áreas de grande circulação de pessoas.

Alguns detalhes devem ser observados na escolha do imóvel:

- O imóvel atende às necessidades operacionais referentes à localização, capacidade de instalação do negócio, possibilidade de expansão, características da vizinhança e disponibilidade dos serviços de água, luz, esgoto, telefone e internet?
- O ponto é de fácil acesso, possui estacionamento para veículos, local para carga e descarga de mercadorias e conta com serviços de transporte coletivo nas redondezas?
- O local está sujeito a inundações ou próximo a zonas de risco?
- O imóvel está legalizado e regularizado junto aos órgãos públicos municipais?
- A planta do imóvel está aprovada pela Prefeitura?
- Houve alguma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área primitiva?
- As atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento ou o Plano Diretor do Município?
- Os pagamentos do IPTU referente ao imóvel encontram-se em dia?
- A legislação local permite o licenciamento das placas de

sinalização?

Cabe ressaltar que a instalação da creperia em suporte/plataforma de “trailer” não altera a natureza jurídica do negócio. O estabelecimento está sujeito à mesma regulamentação legal de outra creperia qualquer, principalmente no que se refere à fiscalização e à vigilância sanitária. O trailer não pode ser considerado móvel ou itinerante, pois funciona fixado no endereço para o qual o alvará de localização foi expedido.

No caso de comércio ambulante, com característica de loja móvel itinerante (como por exemplo as máquinas de crepe a palito), o empreendedor fica obrigado a obter licenciamento específico para cada local onde permanecer, o que é regulamentado pela legislação do município onde o empreendedor pretende explorar a atividade.

Exigências legais específicas

Para registrar uma empresa, a primeira providência é contratar um contador – profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas.

O contador pode informar sobre a legislação tributária pertinente ao negócio. Mas, no momento da escolha do prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais indicados por empresários com negócios semelhantes.

Para legalizar a empresa, é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições. As etapas do registro são:

- Registro de empresa nos seguintes órgãos:
 - o Junta Comercial;
 - o Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
 - o Secretaria Estadual da Fazenda;
 - o Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
 - o Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (a empresa ficará obrigada ao recolhimento anual da Contribuição Sindical Patronal).
 - o Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”.
 - o Corpo de Bombeiros Militar.
 - Visita à prefeitura da cidade onde pretende montar a sua creperia (quando for o caso) para fazer a consulta de local.
 - Obtenção do alvará de licença sanitária – adequar às instalações de acordo com o Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas). Em âmbito federal a fiscalização cabe a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, estadual e municipal fica a cargo das Secretarias Estadual e Municipal de Saúde (quando for o caso).
 - Preparar e enviar o requerimento ao Chefe do DFA/SIV do seu Estado para, solicitando a vistoria das instalações e equipamentos.
 - Registro do produto (quando for o caso)
- As principais exigências legais aplicáveis a este segmento são:
- Lei nº. 6.437, de 20.08.77 e alterações posteriores – Configura infrações à legislação sanitária federal e estabelece as sanções respectivas e a necessidade da responsabilidade técnica.
 - Lei nº.12.389 de 11 de Outubro de 2005 - Dispõe sobre a doação e reutilização de gêneros alimentícios e de sobras de alimentos e dá outras providências.
 - Resolução RDC nº. 91, de 11 de maio de 2001 - Aprova o Regulamento Técnico: Critérios Gerais e Classificação de Materiais para Embalagens e Equipamentos em Contato com

Alimentos, constante do Anexo desta Resolução.

- Resolução RDC nº. 216, de 15 de setembro de 2004 - Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação.

- Resolução RDC nº. 218, de 29 de julho de 2005 – Dispõe sobre Regulamento Técnico de Procedimentos Higiênico-Sanitários para Manipulação de Alimentos e Bebidas Preparados com Vegetais.

- Resolução RDC nº. 275, de 21 de outubro de 2002 – Regulamento Técnico de Procedimentos Operacionais Padronizados aplicados aos Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos e a Lista de Verificação das Boas Práticas de Fabricação em Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos.

- Portaria nº. 326/97 - Regulamento Técnico sobre as Condições Higiênico-Sanitárias e de Boas Práticas de Fabricação para Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos.

- Portaria nº. 1.428/93 - Regulamento Técnico para Inspeção Sanitária de Alimentos.

Essa legislação federal pode ser complementada pelos órgãos estaduais e municipais de vigilância sanitária, visando abranger requisitos inerentes às realidades locais e promover a melhoria das condições higiênico-sanitárias dos serviços de alimentação. Em alguns estados e municípios, os estabelecimentos que produzem e/ou manipulam alimentos somente podem funcionar mediante licença de funcionamento e alvará expedido pela autoridade sanitária competente. A vistoria no estabelecimento segue o código sanitário vigente e é feita pelos fiscais da prefeitura local.

As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). O CDC, publicado em 11 de setembro de

1990, regula a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca de equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores.

O CDC somente se aplica às operações comerciais em que estiver presente a relação de consumo, isto é, nos casos em que uma pessoa (física ou jurídica) adquire produtos ou serviços como destinatário final. Ou seja, é necessário que em uma negociação estejam presentes o fornecedor e o consumidor, e que o produto ou serviço adquirido satisfaça as necessidades próprias do consumidor, na condição de destinatário final.

Portanto, operações não caracterizadas como relação de consumo não estão sob a proteção do CDC, como ocorre, por exemplo, nas compras de mercadorias para serem revendidas pela casa. Nestas operações, as mercadorias adquiridas se destinam à revenda, e não ao consumo da empresa. Tais negociações se regulam pelo Código Civil brasileiro e legislações comerciais específicas.

Alguns itens regulados pelo CDC são: forma adequada de oferta e exposição dos produtos destinados à venda, fornecimento de orçamento prévio dos serviços a serem prestados, cláusulas contratuais consideradas abusivas, responsabilidade dos defeitos ou vícios dos produtos e serviços, os prazos mínimos de garantia, cautelas ao fazer cobranças de dívidas.

Em relação aos principais impostos e contribuições que devem ser recolhidos pela creperia, vale uma consulta ao contador sobre a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (disponível em <http://www.leigeral.com.br>), em vigor a partir de 01 de julho de 2007.

O Sebrae local poderá ser consultado para orientação.

Estrutura

Diversos são os fatores que influenciam na estrutura de uma creperia. A questão, porém, é o empresário ter em mente quais serão as características do serviço prestado, o foco de atuação e o porte. Toda a necessidade será efetuada com base nessa capacidade inicial esperada, na quantidade de atendimentos a serem realizados.

Sugere-se uma estrutura inicial de 50m², com flexibilidade para ampliação conforme o desenvolvimento do negócio. Esta área inclui a produção dos crepes, o atendimento e o espaço necessário para mesas, cadeiras e banheiros aos clientes. O estabelecimento deve ser mantido em perfeitas condições de ordem e higiene.

Segundo orientações da Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa, os banheiros e vestiários não devem se comunicar diretamente com as áreas de preparo e de armazenamento dos alimentos. O banheiro deve estar sempre limpo e organizado, com papel higiênico, sabonete, anti-séptico, papel toalha e lixeiras com tampa e pedal.

Para instalações em áreas mais reduzidas, onde não há necessidade de banheiros, mesas e cadeiras (praças de alimentação de shopping centers e centros comerciais, por exemplo), a estrutura deve prever um balcão de atendimento, uma bancada para a confecção dos crepes, uma pia para lavar os alimentos e espaços reservados para o caixa, estoque e câmaras frias. A área reservada para estoque deve ser bem protegida, arejada e separada do público.

A disposição dos equipamentos deve estar de acordo com o processo produtivo de confecção dos crepes, reduzindo o trânsito desnecessário dos funcionários. Os equipamentos fixos devem permitir fácil acesso e limpeza adequada.

É preferível que a área de produção do crepe esteja visível ao

público, através de balcões e divisórias de vidro. Isso atrai a atenção dos transeuntes e aumenta a sensação de segurança e higiene dos clientes mais exigentes.

Os funcionários devem realizar suas atividades em ambiente arejado, limpo,.

O local de trabalho deve ser limpo e organizado, pois a sujeira acumulada propicia a multiplicação de micróbios. O piso, a parede e o teto devem estar conservados e sem rachaduras, goteiras, infiltrações, mofo e descascamentos, tudo de acordo com as normas de segurança pré-estabelecidas pelo Corpo de Bombeiros e ANVISA.

Para impedir a entrada e o abrigo de insetos e outros animais, as janelas devem possuir telas. Os objetos sem utilidade devem ser retirados das áreas de trabalho. O local deve ser mantido bem iluminado e ventilado e as lâmpadas protegidas contra quebras.

As caixas de gordura e de esgoto devem estar localizadas fora das áreas de preparo e de armazenamento de alimentos.

As superfícies que entram em contato com os alimentos, como bancadas e mesas, devem ser mantidas em bom estado de conservação, sem rachaduras, trincas e outros defeitos.

Os produtos de limpeza não podem ser guardados juntamente com os alimentos. Eles devem conter no rótulo o número do registro no Ministério da Saúde ou a frase “Produto notificado na Anvisa”. A limpeza do ambiente é importante para prevenir e controlar baratas, ratos e outras pragas. Os venenos devem ser aplicados somente quando necessário e sempre por empresa especializada.

Profissionais qualificados (arquitetos, engenheiros, decoradores) poderão ajudar a definir as alterações a serem feitas no imóvel escolhido para funcionamento da creperia, orientando em questões sobre ergonomia, fluxo de operação, cores que estimulam o apetite, design dos móveis, iluminação, ventilação, etc.

Os pisos e as paredes devem ser de material lavável de cor clara, de preferência azulejos, cerâmicas e porcelanatos. Decks de madeira também são excelentes opções.

Sempre que possível, deve-se aproveitar a luz natural. No final do mês, a economia da conta de luz compensa o investimento. Quanto às artificiais, a preferência é pelas lâmpadas fluorescentes, que ressaltam as cores dos alimentos.

O local de armazenamento e manipulação precisa ser independente, onde não se transitam substâncias tóxicas, com área independente para higiene e guarda de utensílios de preparação.

O lixo, além de atrair insetos e outros animais para a área de preparo dos alimentos, é um meio ideal para a multiplicação de micróbios patogênicos. Por isso, a cozinha deve ter lixeiras de fácil limpeza, com tampa e pedal e o lixo deve ser retirado para fora da área de preparo de alimentos em sacos bem fechados. Após o seu manuseio, deve-se lavar as mãos.

A fachada da loja e a recepção podem auxiliar no processo de atração de clientes e transmissão do conceito do empreendimento. Uma decoração interna alegre e leve, com temas específicos, pode criar uma atmosfera lúdica ao ambiente e encantar todos os tipos de clientes.

Pessoal

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.

A qualificação dos profissionais é o fator chave para o sucesso do empreendimento, onde cozinheiros, através de suas receitas, ditam o sucesso ou fracasso do mesmo.

O número de funcionários irá variar de acordo com a estrutura do empreendimento. Para a idéia aqui proposta a creperia exige a seguinte equipe:

- Gerente: pode ser o proprietário. Deve ter conhecimento de gestão e do processo produtivo. Também será o responsável pelas atividades administrativas, financeiras, de controle de estoque e de supervisão das regras de higiene.
- Crepeiro: responsável pelo preparo dos crepes e dos recheios. Deve ser extremamente higiênico, cuidadoso e interessado em novas receitas. As mulheres devem utilizar cabelos presos, cobertos com redes ou toucas, e retirar brincos, pulseiras, anéis, aliança, colares, relógio e maquiagem. Os homens devem evitar bigodes, barba e costeleta. O uniforme deve ser usado somente na área de preparo dos alimentos, com troca diária.
- Ajudante: responsável pela lavagem das frutas e verduras, pelo preparo de sucos e por descascar, cortar e acondicionar os alimentos. Ocupa uma função subordinada ao crepeiro.
- Atendente: responsável pelo atendimento ao público. Deve ser atencioso, versátil e prezar pelo bom atendimento ao público.
- Caixa: responsável pela manipulação de dinheiro e outros meios de pagamento. Deve ser confiável, rápido e com raciocínio matemático. Não pode ter qualquer contato com os alimentos. Muitas vezes, esta função é desempenhada pelo próprio gerente ou dono do estabelecimento.

De acordo com o horário de funcionamento e o comportamento de vendas ao longo do dia (atenção aos horários de pico), podem ser necessários dois turnos de trabalho e a contratação de mais funcionários. Esta expansão do negócio precisa ser planejada conforme o aumento do faturamento.

O atendimento é um item que merece a maior preocupação do empresário, já que nesse segmento de negócio há uma tendência ao relacionamento de longo prazo com o cliente.

A qualificação de profissionais aumenta o comprometimento com a empresa, eleva o nível de retenção de funcionários, melhora a performance do negócio e diminui os custos trabalhistas com a rotatividade de pessoal. O treinamento dos colaboradores deve desenvolver as seguintes competências:

- Capacidade de percepção para entender e atender as expectativas dos clientes.
- Agilidade e presteza no atendimento.
- Capacidade de apresentar e vender os produtos da creperia, expandindo o consumo médio por cliente sem ser inconveniente.
- Motivação para crescer juntamente com o negócio.

Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores nessa área, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, conseqüências desagradáveis.

O empreendedor pode participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor. O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados.

Como o negócio aqui apresentado pode ser influenciado por datas comemorativas especiais, o empreendedor poderá decidir por contratação temporária para esses períodos de maior demanda. A decisão de atender clientes de maior porte, por atacado, exigirá um dimensionamento especial no quantitativo de pessoas.

Como o crescimento nesse segmento de negócio depende da indicação de clientes, o atendimento personalizado é um item que merece a maior atenção do empresário, procurando-se a manutenção e fidelização da clientela. A qualidade do produto também é item que exige uma atenção especial do empresário. A contratação de mais pessoas (atendentes, garçons e outros)

irá depender do sucesso do empreendimento, avaliado pelo crescimento das vendas

Equipamentos

A disposição dos equipamentos é importante para a integração das atividades do estabelecimento. Portanto, ao fazer o layout da cozinha e do salão, o empreendedor deve levar em consideração a ambientação, decoração, circulação, ventilação e iluminação. Na área externa, deve-se atentar para a fachada, letreiros, entradas, saídas e estacionamento. Um projeto básico certamente contará com:

- Chapa para crepe (elétrica ou a gás).
- Balcão caixa em vidro com expositor de produtos.
- Balcão copa (com ou sem refrigerador).
- Balcão seco.
- Vitrines geladas.
- Freezer horizontal.
- Geladeira.
- Multiprocessador de alimentos.
- Extrator de sucos industrial.
- Liquidificador industrial.
- Batedeira.
- Cortador de frios.
- Forno de microondas
- Fogão industrial (4 bocas).

Os equipamentos devem estar conservados, limpos e funcionando bem. A temperatura deve estar regulada de forma que os alimentos quentes permaneçam acima de 60°C e os alimentos frios abaixo de 5°C.

No caso de uma empresa pequena, deve-se levar em consideração a necessidade de todos os equipamentos acima especificados e o tipo, pois existem dos mais sofisticados aos mais simples. 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.

Existe a necessidade de outros equipamentos não destinados à atividade produtiva, mas que devem estar presentes em qualquer das estruturas, pequenas ou médias, que são os computadores, impressoras, telefones, ventiladores, ar condicionado, móveis e utensílios de escritório, dentre outros. Verifique a necessidade de acordo com o seu negócio.

Matéria Prima / Mercadoria

Organização do processo produtivo

O processo produtivo de uma creperia pode ser dividido em duas etapas: preparação dos ingredientes e montagem.

Na preparação dos ingredientes, a massa e os recheios devem ser elaborados, preferencialmente, no dia da utilização. Para a produção da massa, deve-se bater os ovos com o sal, juntar a farinha de trigo, diluir o leite e deixar descansar o mingau por 30 minutos. Já a produção dos recheios pode variar de acordo com o cardápio oferecido. Muitos recheios exigem o consumo no dia do preparo, enquanto outros podem ser armazenados em local adequadamente refrigerado.

A montagem refere-se à confecção do crepe conforme a escolha do cliente. Sempre deve ser realizado no momento do pedido, de preferência na frente do cliente. Para o crepe francês, basta despejar a massa na chapa para crepe

aquecida, espalhar a massa de forma uniforme, inserir o recheio, aguardar para que a massa endureça e fechar o crepe. Para o crepe suíço (no palito), basta despejar a massa na fôrma da máquina de crepe, inserir o palito com o recheio, fechar a fôrma e assar o produto.

Para preparar os alimentos com higiene, deve-se:

- Lavar as mãos antes e depois de manipular alimentos crus.
- Utilizar temperaturas superiores a 70°C para os alimentos cozidos.
- Verificar a mudança na cor e textura da parte interna do alimento para se certificar do completo cozimento.
- Evitar o contato de alimentos crus com alimentos cozidos.
- Lavar os utensílios usados em alimentos crus antes de utilizá-los em alimentos cozidos.
- Não deixar alimentos congelados e refrigerados fora do freezer ou geladeira por tempo prolongado.
- Não descongelar os alimentos à temperatura ambiente.
- Utilizar o forno de microondas se for prepará-lo imediatamente ou deixar o alimento na geladeira até descongelar. As carnes devem ser descongeladas dentro de recipientes.

Frutas, legumes e hortaliças devem ser higienizadas, tendo em vista que esses alimentos podem ser consumidos crus. A correta higienização elimina os micróbios patogênicos e os parasitas. Para preparar estes alimentos para o consumo, deve-se:

- Selecionar, retirando as folhas, partes e unidades deterioradas.
- Lavar em água corrente vegetais folhosos (alface, escarola, rúcula, agrião), folha a folha, e frutas e legumes um a um.
- Colocar de molho por 10 minutos em água clorada, utilizando

produto adequado para este fim (ler o rótulo da embalagem), na diluição de 200 PPM (uma colher de sopa para 1 litro).

- Enxaguar em água corrente vegetais folhosos, folha a folha, e frutas e legumes um a um.
- Cortar os alimentos para montagem dos pratos com as mãos e utensílios bem lavados.
- Manter sob refrigeração até a hora de servir.

Antes da abertura da creperia ao público, deve-se:

Verificar os níveis de estoques de alimentos, bebidas e gás.

- Abastecer a creperia com os insumos necessários para seu funcionamento.
- Limpar o ambiente.
- Preparar previamente os recheios dos crepes que devem ser consumidos naquele dia.
- Preparar o caixa com troco.

Durante o funcionamento, deve-se:

- Manter as mesas limpas e arrumadas.
- Fechar as contas com rapidez.
- Receber e emitir as notas fiscais.

Após o horário de funcionamento, deve-se:

- Fechar e conferir o caixa.
- Limpar o ambiente.
- Lavar todos os pratos, talheres e utensílios e guardá-los.
- Recolher o lixo.
- Trancar a loja.

A própria rotina do estabelecimento fornecerá dados para a estruturação do programa de compras. Embora o sistema de

trabalho varie de um estabelecimento para outro, algumas rotinas são comuns a todos eles. Diariamente, o empreendedor deverá certificar-se de que todos os itens do cardápio estão disponíveis e de que o local está em perfeitas condições de higiene. É recomendável que a verificação de estoque e a limpeza sejam feitas logo após o fechamento do estabelecimento. No dia seguinte, a rotina prosseguirá com a realização das compras necessárias e com a armazenagem dos produtos.

Em geral, as creperias funcionam doze meses ao ano, vinte e seis dias por mês e doze horas por dia. O horário de funcionamento dependerá da localização do estabelecimento e do público que se pretende atingir. Porém, trabalha-se além do horário de atendimento ao público, em tarefas como compras de mercadorias, limpeza, preparo dos alimentos e atividades administrativas.

O crepe é um alimento mais consumido à noite. Dependendo do perfil da creperia, o produto pode adquirir as características de um lanche noturno ou de um jantar. O horário de atendimento também dependerá do perfil do negócio.

Independente do tamanho, todas essas etapas devem ser cumpridas. A variação dependerá do tamanho da produção e automação necessária e desejada para um produto de melhor qualidade. Cada etapa mencionada deve ser entendida e pensada antes de iniciar a produção.

Este perfil de negócio tem apenas a intenção de informar e direcionar as ações do futuro empresário. No caso de possuir mais dúvidas, procure um SEBRAE mais próximo.

Automação

Há no mercado uma boa oferta de sistemas para

gerenciamento de empresas dos mais variados portes e tipos. Esses softwares possibilitam o controle do agendamento de clientes, cadastro e histórico de serviços prestados a cada um, serviços de mala direta para clientes e potenciais clientes, controle de estoque de produtos, cadastro de equipamentos, gerenciamento de serviços dos empregados, controle de comissionamento, controle de contas a pagar e a receber, fornecedores, folha de pagamento, fluxo de caixa, fechamento de caixa, etc.

Também é imprescindível a presença de computador, móveis e utensílios diversos. Internet também é uma excelente ferramenta que pode gerar vários benefícios como permanente atualização no setor, possibilidade de agendamento de clientes quando for o caso, facilidade de busca de alternativas de fornecedor e mesmo de efetivação de encomendas e – até mesmo, eventualmente – se constituir em entretenimento para os clientes.

Outras opções de softwares e equipamentos são caixas eletrônicas isoladas ou integradas, impressoras para preenchimento automático de cheques, impressoras de notas fiscais nos caixas, código de barras nos produtos, banco de dados sobre cada produto ou serviço e cadastro de clientes. Portanto, a automação a ser exigida irá depender diretamente do tamanho do empreendimento a ser montado, e o uso de sistemas de automação mais complexos e sofisticados só se justifica para empresas de maior porte.

Canais de distribuição

Um dono de uma creperia não pode contar apenas com o seu ponto próprio de venda para garantir a viabilidade do negócio. Deve estar sempre atento à realização de parcerias para

ampliar seus canais de distribuição, fundamental para o sucesso do negócio. E é justamente neste aspecto que o empreendedor encontra as maiores dificuldades para a comercialização do produto.

O canal de distribuição de uma creperia pode ser feita de duas formas:

- Vendas realizadas na própria creperia: exige um ponto comercial e o atendimento eficiente aos clientes. O produto pode ser consumido na própria creperia ou preparado para viagem.
- Entrega domiciliar: pode utilizar um serviço próprio de motoboy ou contratar uma empresa especializada. Trata-se de um canal de distribuição imprescindível para ampliar as vendas e divulgar a creperia. Os pedidos podem ser feitos por telefone ou internet.

Para o pequeno empreendedor, restam outros canais: pequenas lojas, mercearias e bancas em feiras. Canais alternativos também podem ser utilizados, como encomendas pela internet, telefone e venda direta.

Por fim, outro canal interessante é o contrato com buffets de festas para a realização de produção extra. Esta opção diminui os custos de marketing, pois não exige maciços investimentos em propaganda para a divulgação da marca do fabricante e garante o acesso a outros consumidores.

Investimentos

Investimento compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento de sua auto-sustentação.

Pode ser caracterizado como:

- Investimento fixo – compreende o capital empregado na

compra de imóveis, equipamentos, móveis, decoração, utensílios, instalações, reformas etc.;

- Investimentos pré-operacionais – são todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisas de mercado, registro da empresa, honorários profissionais e outros;

Os investimentos necessários, em média, para uma empresa de pequeno porte estão descritos abaixo.

DESCRIÇÃO

QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
------------	----------------	-------

Espaço Físico

R\$ 8.000,00

Reformas e adaptações (incluindo equip. de segurança)

1	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00
---	--------------	--------------

Móveis e Equipamentos

R\$ 43.450,00

Impressora

Fiscal

1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
---	------------	------------

Balcão de recepção

R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	1
--------------	--------------	---

Expositores quentes

1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
---	--------------	--------------

Balcão seco

1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
---	--------------	--------------

Chapa para crepe e panquecas

2	R\$
---	-----

750,00	R\$ 1.500,00		
Crepeira a palito			
1	R\$ 750,00	R\$ 750,00	
Vitrines geladas			
	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	1
Freezer horizontal			
1	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	
Refrigerador			
1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	
Multiprocessador			
1	R\$ 700,00	R\$ 700,00	
Extrator de sucos industrial			
350,00	R\$ 350,00		1 R\$
Liquidificador industrial			
500,00	R\$ 500,00		1 R\$
Batedeira			
1	R\$ 450,00	R\$ 450,00	
Fatiador de frios			
1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	
Forno de microondas			
1	R\$ 400,00	R\$ 400,00	
Fogão industrial			
1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	
Mesas e 4 cadeiras			
5	R\$ 600,00	R\$ 3.000,00	

Móveis e utensílios para cozinha - atendimento aos clientes	1	R\$ 3.500,00	R\$ 3,500,00
Insumos para produção inicial + capital de giro	1	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00
Decoração	1	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00
Administração e Vendas			
		R\$ 8.000,00	
Estação de trabalho (mesa + cadeira)	2	R\$ 750,00	R\$ 1.500,00
Computador e impressora	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00
Mesas, cadeiras, arquivos, prateleiras	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
TOTAL GERAL			R\$ 59.450,00

O investimento necessário para abertura da empresa irá variar segundo fatores tais como: equipamentos utilizados, tamanho da equipe quantidade de eventos e festas e serviços oferecidos. Assim, os valores acima descritos servem apenas como referência para o empreendedor.

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 típicos deste tipo de empreendimento devem ser estimados considerando pelo menos os itens abaixo, quando houver:

DESCRIÇÃO	CUSTO
MENSAL	CUSTO ANUAL
Salários, comissões e encargos; 6.840,00	R\$82.080,00
Tributos, impostos, contribuições e taxas; R\$4.200,00	R\$ 350,00
Aluguel, taxa de condomínio, segurança; 1.000,00	R\$12.000,00
Água, Luz, Telefone e acesso a internet; 300,00	R\$3.600,00
Limpeza, higiene, manutenção;	R\$

200,00	R\$2.400,00	
Assessoria contábil;		R\$
400,00	R\$4.800,00	
Propaganda e Publicidade da empresa;		R\$
500,00	R\$6.000,00	
Aquisição de matéria-prima e insumos;		R\$
5.000,00	R\$60.000,00	
TOTAL		R\$
14.590,00	R\$ 175.080,00	

Obs.: Valores de referência para uma creperia com as dimensões apresentadas aqui.

Estima-se que o custo represente aproximadamente 75% a 80% da receita total estimada.

Diversificação / Agregação de valor

A diversificação de um produto ou serviço deve sempre ser buscada pelo empresário, seja para em momentos de recessão poder escoar e vender seus produtos, seja para aproveitar momentos e processos ociosos, ampliando assim sua receita, sempre complementado o serviço principal ofertado.

Não basta ao empresário apenas 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 ofertado.

Um outro item importante para agregação de valor é desenvolver produtos da linha diet e light, destinados aos clientes que querem se deliciar com as guloseimas, mas se preocupam com o ganho de alguns quilinhos a mais, ou aqueles que por motivo de doenças não podem consumir açúcar. A linha de produtos deverá ser planejada de acordo

com as características da clientela e os seus hábitos de consumo.

Uma decoração visualmente bem explorada é um fator que permite a diferenciação, já que o ser humano se sente atraído por formas, cores e texturas visualmente sedutoras e iguarias que combinam uma estética perfeita e um sabor irresistível. Outro item importante é manter uma área para degustação, apresentando novidades e variedades para atrair os clientes.

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

- Decoração temática do ponto comercial.
- Receitas exclusivas de crepe, adaptadas à cultura local.
- Utilização de trigo e queijo importados para a confecção do produto.
- Utilização de recheios diet.
- Cardápio de crepes infantis.
- Serviços diferenciados de entrega em domicílio e escritórios.
- Estrutura móvel para atendimento em festas particulares.
- Música ao vivo.
- Bem como diferentes tamanhos e formatos para os crepes, como o crepe Suzette, o normal, mini e extra, aberto ou fechado.

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.

Além disso, conversar com os clientes atuais para identificar

suas expectativas é muito importante para o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os atuais clientes, além de cativar novos.

Foram apresentadas apenas algumas opções de diversificação, sendo sempre 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 e produtos 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 associada ao público-alvo, enquadra-se 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 poderá utilizar-se de panfletos a serem distribuídos de forma dirigida, em locais de grande circulação de pessoas (próximos ao estabelecimento), ou no bairro onde está localizado.

Oferecer descontos para compras combinadas (por exemplo, compre 1, leve 2) é sempre uma boa forma de atrair a clientela, principalmente crepes no palito. Outra forma bastante eficaz para esse segmento é convidar clientes potenciais para conhecer a qualidade e atendimento dos serviços e produtos. 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.

Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de CREPERIA, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 5611-2/03 como a atividade de vender e servir crepe para consumo local, com venda ou não de bebidas, em estabelecimentos com ou sem serviço completo, 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:

l) 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

A seguir, são indicados os principais eventos sobre o segmento:

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

Alguns fornecedores:

BERNAUER ENGENHARIA e SERVIÇOS LTDA

Desidratadores de alimentos (tomates e frutas) desenvolvidos a partir da necessidade do cliente e/ou projeto.

End: Rua Forte do Araxá, 253. São Paulo – SP. Cep: 08340-170.

Tel: (11) 6115-7000 / Fax: (11) 6115-8533

E-mail bernauer@bernauer-eng.com.br

Site: <http://www.bernauer-eng.com.br>

CIRATI MÁQUINAS LTDA

Secadoras de frutas.

End: Rua Estanilo Francisco Xavier, 888. Miguel Pereira – RJ.
Cep: 26900-000.

Tel: (24) 2484-6718 / Fax: (24) 2484-6718

E-mail: ciratimaquinas@uol.com.br

Site: <http://www.cirati.com.br/ciratimaquinas/...>

DEFUMAX EQUIPAMENTOS E PRODUTOS LTDA-ME

Desidratador utilizado para tomates, banana, abacaxi, caqui, hortaliças e legumes em geral.

End: Rua Pedro Verardino, 77, Jrd. Kennedy. Jaboticabal - SP.
Cep: 14871-430.

Tel: (16) 3203-1449 / Fax: (16) 3203-3042

E-mail: defumax@netsite.com.br

Site: www.defumax.com.br

GRISANTI MÁQUINAS INDUSTRIAIS LTDA.

R. Boa Esperança, 300 - Ribeirão Pires, SP. CEP: 09400-970

Fone: (11)4828-4788, Fax: (11)4828-1205

E-mail: grisanti@grisanti.com.br

Site : <http://www.grisanti.com.br>

Equipamentos: Despoldadora de fruta; Lavador de fruta de esteira; Lavador de fruta tipo tanque; Lavador de fruta tipo tubular.

ITAMETAL

Endereço: Rua Senhor do Bonfim, s/n Nova Itabuna Itabuna - Bahia Brasil.

Telefone: (73) 3616-1860/3616-1765/3616-1531, Fax: (73) 3616-1529

E-mail: vendas@itametal.com.br

Site: <http://www.itametal.com.br/>

Equipamentos: despoldadeiras, prensas, dosador e sistema integrado para lavagem e preparo de frutas por imersão ou aspersão.

INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE MÁQUINAS POLIDRYER LTDA

Máquinas para desidratação de frutas em geral, hortaliças e cogumelos.

End: José Timotéo Silva, 05, Santo Antônio. Viçosa – MG. Cep: 36.570-000.

Tel: (31) 3891-4996 / Fax: (31) 3891-6120

Site: www.polidryer.com.br

E-mail: polidryer@polidryer.com.br

MELONI

End.: Rua Vinicius de Moraes, 314/401 Bairro de Fátima.

Viçosa - MG. Cep: 36570-000.

Tel /Fax: (31) 3891-6198

E-mail: contato@meloni.com.br

Site: <http://www.meloni.com.br>



METALÚRGICA RICEFER LTDA.

Rodovia RST 470 - Km 222. CEP: 95720-000 - Garibaldi - RS

Fone: (54) 463-8466, Fax: (54) 463-8590

E-mail: ricefer@italnet.com.br

Site: www.ricefer.com.br

Equipamentos: Lavador de fruta de esteira; Lavador de fruta tipo tanque e tubular.

A seguir, são indicadas as principais entidades de auxílio ao empreendedor:

ABIA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE ALIMENTAÇÃO

[HTTP://WWW.ABIA.ORG.BR](http://www.abia.org.br)

ABRASEL

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES

[HTTP://WWW.ABRASEL.COM.BR](http://www.abrasel.com.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)

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)

ABIA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE
ALIMENTAÇÃO

AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 1.478, 11º ANDAR

CEP: 01451-001

SÃO PAULO – SP

FONE: (11) 3030-1353

WEBSITE: [HTTP://WWW.ABIA.ORG.BR](http://www.abia.org.br)

E-MAIL: ABIA@ABIA.ORG.BR

ASSOCIAÇÃO DO TURISMO RURAL DO CIRCUITO DAS
FRUTAS

FONE: (11) 4817-1618

WEBSITE: [HTTP://WWW.CIRCUITODASFRUTAS.COM.BR](http://www.circuitodasfrutas.com.br)

E-MAIL: ABIA@ABIA.ORG.BR

MINISTÉRIO DA SAÚDE

ESPLANADA DOS MINISTÉRIOS, BLOCO G

CEP: 70058-900

BRASÍLIA – DF

FONE: 0800 61 1997



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

RECEITA FEDERAL

BRASÍLIA - DF

WEBSITE: [HTTP://WWW.RECEITA.FAZENDA.GOV.BR](http://www.receita.fazenda.gov.br)

Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1. Normas específicas para uma Creperia:

Não existem normas aplicadas a este negócio

2. Normas aplicáveis na execução de uma Creperia:

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

essenciais.

Esta Norma especifica os requisitos de boas práticas e dos controles operacionais essenciais a serem seguidos por estabelecimentos que desejam comprovar e documentar que produzem alimentos em condições higiênicas 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.

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

ABNT NBR 15526:2009 Redes de distribuição interna para gases combustíveis em instalações residenciais e comerciais - Projeto e execução.

Esta Norma estabelece os requisitos mínimos exigíveis para o projeto e a execução de redes de distribuição interna para gases combustíveis em instalações residenciais e comerciais que não excedam a pressão de operação de 150 kPa (1,53 kgf/cm²) e que possam ser abastecidas tanto por canalização de rua (conforme ABNT NBR 12712 e ABNT NBR 14461) como por uma central de gás (conforme ABNT NBR 13523 ou outra norma aplicável), sendo o gás conduzido até os pontos de utilização através de um sistema de tubulações.

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

Esta Norma 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.

Esta Norma 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.

Esta Norma 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.

Esta Norma estabelece os valores de iluminâncias médias mínimas em serviço para iluminação artificial em interiores, onde se realizem atividades de comércio, indústria, ensino, esporte e outras.

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

Esta Norma 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 destas edificações e estruturas ou no interior da proteção impostas pelo SPDA instalado.

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

Esta Norma 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 9050:2004 Versão Corrigida: 2005 - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.

Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

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

Esta Norma 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.

Glossário

Seguem alguns termos técnicos extraídos do Glossário Temático de Alimentação e Nutrição, produzido pelo Ministério da Saúde e disponível em:

<http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacaoe...> .

Alimentação saudável: padrão alimentar adequado às necessidades biológicas e sociais dos indivíduos e de acordo com as fases do curso da vida. Deve ser acessível (física e financeiramente), saborosa, variada, colorida, harmônica e segura quanto aos aspectos sanitários. Esse conceito considera as práticas alimentares culturalmente referenciadas e valoriza o consumo de alimentos saudáveis regionais (como legumes, verduras e frutas), sempre levando em consideração os aspectos comportamentais e afetivos relacionados às práticas alimentares.

Alimento diet: alimento industrializado em que determinados nutrientes como proteína, carboidrato, gordura, sódio, entre outros, estão ausentes ou em quantidades muito reduzidas, não resultando, necessariamente em um produto com baixas calorias.

Alimento in natura: alimento ofertado e consumido em seu estado natural, sem sofrer alterações industriais que modifiquem suas propriedades físico-químicas (textura, composição, propriedades organolépticas). As frutas e o leite fresco são exemplos de alimentos in natura.

Alimento integral: alimento pouco ou não-processado e que mantém em perfeitas condições o conteúdo de fibras e nutrientes. Não existe legislação que defina esse tipo de alimento.

Alimento light: alimento produzido de forma que sua composição reduza em, no mínimo, 25% o valor calórico e/ou

os seguintes nutrientes: açúcares, gordura saturada, gorduras totais, colesterol e sódio, comparado como produto tradicional ou similar de marcas diferentes.

Boas práticas de fabricação de alimentos: procedimentos necessários para garantir a qualidade dos alimentos. O regulamento que estabelece os procedimentos necessários para a garantia da qualidade higiênico-sanitária dos alimentos preparados é a Resolução RDC nº. 216, de 2004, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), denominado Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação.

Composição dos alimentos: descrição do valor nutritivo dos alimentos e de substâncias específicas existentes neles, como vitaminas, minerais e outros princípios.

Deficiência nutricional: estado orgânico que resulta de um processo em que as necessidades fisiológicas de nutrientes não estão sendo atendidas. A deficiência nutricional pode ser decorrente tanto de problemas alimentares quanto de problemas orgânicos.

Estado nutricional: resultado do equilíbrio entre o consumo de nutrientes e o gasto energético do organismo para suprir as necessidades nutricionais, em plano individual ou coletivo. Há três tipos de manifestação: adequação nutricional, carência nutricional e distúrbio nutricional.

Gordura trans: tipo específico de gordura formada por meio de um processo de hidrogenação natural (na gordura de animais ruminantes) ou industrial. Essas gorduras estão presentes na maioria dos alimentos industrializados, em concentrações variáveis. Os alimentos de origem animal, como a carne e o leite, possuem pequenas quantidades de gorduras trans. A gordura hidrogenada é um tipo específico de gordura trans produzido pela indústria. O processo de hidrogenação industrial que transforma óleos vegetais líquidos em gordura sólida à temperatura ambiente é utilizado para melhorar a consistência

dos alimentos e o tempo de prateleira de alguns produtos. A gordura trans (hidrogenada) é prejudicial à saúde, podendo contribuir para o desenvolvimento de algumas doenças crônicas como dislipidemias.

Manipulação de alimentos: conjunto de procedimentos e técnicas operacionais aplicadas aos alimentos, desde o tratamento da matéria-prima até a obtenção do alimento acabado. Esses procedimentos e técnicas ocorrem nas fases de processamento, de armazenamento e de transporte e de distribuição dos alimentos.

Recomendações nutricionais: prescrições quantitativas que se aplicam aos indivíduos para ingestão diária de nutrientes e calorias, conforme as suas necessidades nutricionais. As recomendações são determinadas por meio de pesquisas científicas.

Rotulagem nutricional: informação ao consumidor sobre os componentes nutricionais de um alimento ou de sua preparação, incluindo a declaração de valor energético e de nutrientes que o compõem. Existe legislação específica elaborada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária para a rotulagem de alimentos.

Segurança alimentar e nutricional: conjunto de princípios, políticas, medidas e instrumentos que assegure a realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, tendo como base práticas alimentares promotoras de saúde, que respeitem a diversidade cultural e que sejam social, econômica e ambientalmente sustentáveis. Acrescenta-se, que, além de acesso e consumo, o organismo deve dispor de condições fisiológicas adequadas para o aproveitamento dos alimentos por meio de boa digestão, absorção e metabolismo de nutrientes.

Tradições alimentares: usos e costumes alimentares que se

transmitem de geração a geração, segundo a cultura tradicional de determinadas etnias ou grupamentos antropologicamente homogêneos.

Vigilância sanitária: conjunto de ações capazes de eliminar, de diminuir ou de prevenir riscos à saúde e de intervir nos problemas sanitários decorrentes do meio ambiente, da produção e da circulação de bens e da prestação de serviços de interesse da saúde. Essa vigilância abrange o controle de bens de consumo que, direta ou indiretamente, se relacionem com a saúde, em todas as etapas, do processo de produção até o consumo; o controle da prestação de serviços que se relacione, direta ou indiretamente, com a saúde..

Dicas do Negócio

Uma creperia precisa ser um local moderno e antenado com a sua clientela. Por servir uma comida de origem francesa, o ponto exige uma atmosfera agradável e diferenciada de um restaurante popular. A limpeza do ambiente é fundamental. O cardápio deve apresentar uma grande variedade de recheios, se possível com receitas exclusivas. Deve-se utilizar intensamente alimentos frescos e integrais e ofertar produtos relacionados que possam aumentar o faturamento: sucos, sorvetes, vinhos, espumantes, saladas, etc.

A oferta de produtos deve se limitar a alimentos relacionados ao crepe. A expansão sem controle da oferta pode descaracterizar o conceito de creperia e afastar clientes.

Além da qualidade dos ingredientes utilizados, o crepe precisa conter uma apresentação visual capaz de “encher os olhos” do consumidor. Pequenos detalhes contribuem para este enobrecimento do produto final: louça impecável, decoração no prato e formatos inusitados de crepe.

Para incrementar o faturamento, algumas noites podem ser dedicadas a festivais de crepes, com a cobrança por pessoa. Os crepes podem ser disponibilizados em buffet ou em rodízio. Dependendo da viabilidade financeira, pode haver compensação financeira em esticar o horário de funcionamento do estabelecimento até a madrugada. A creperia pode se tornar um ponto de encontro de jovens que desejam matar a fome após a balada.

Da mesma forma, deve ser estudada a possibilidade de oferecer café da manhã. Esta opção torna-se atraente para creperias instaladas próximas a centros comerciais.

Convênios e parcerias de descontos com empresas, escolas e faculdades auxiliam na formação de uma clientela cativa. A divulgação precisa ser permanente, sempre prezando pela criatividade e qualidade do material produzido.

O sistema de entregas é fundamental para o incremento do negócio. Entregas rápidas em escritórios e domicílios trazem comodidade ao cliente e expandem a área de atuação da empresa.

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

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.

Um caso típico desta flexibilidade é a freqüente aparição de gastos imprevistos nos 100 primeiros dias da empresa. Isto ocorre com freqüência 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.

Outro cuidado relevante é com o foco da empresa: é fundamental evitar a tentação de improvisar para agregar valor e acabar fazendo muitas coisas e mal feitas. Sempre seguir planejamento e simulações.

Avaliar permanentemente a receptividade da clientela à venda de produtos. Lembrar que comércio requer registro de empresa diferenciado de prestação de serviços;

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, facilidade de agendamento de horário, cumprimento de horário ou prazos, etc;

Procurar fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos produtos ofertados, etc;

O empreendedor deve estar sintonizado com a evolução do setor, pois esse é um negócio que requer inovação e adaptação constantes, em face das novas tendências que surgem dia-a-dia.

Características específicas do empreendedor

O empreendedor envolvido com atividades ligadas a este setor

precisa adequar-se a um perfil fortemente comprometido com a evolução acelerada de um ramo altamente disputado por concorrentes nem sempre fáceis de serem vencidos. Algumas características desejáveis ao empresário desse ramo são:

- Ser bom comunicador, simpático, 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;
- Saber administrar todas as áreas internas da empresa;
- Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos;
- 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;
- Ter habilidade para liderar sua equipe de profissionais;
- Imaginação criativa;
- Sentido artístico e estético;
- Sentido de pormenor e precisão;
- Boa coordenação visual/motora;
- Boa presença – apresentação – higiene pessoal.

Bibliografia Complementar

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

Porto Alegre: Sebrae, 2000.

ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR. Setor de alimentação fora do lar projeta um avanço de até 15% no ano. Artigo. São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://www.alimentacaoforadolar.com.br/n...&idnoticia=1223>>. Acesso em 06 de outubro de 2010.

ANVISA. Cartilha sobre boas práticas para serviços de alimentação. Disponível em: <<http://www.anvisa.gov.br>>. Acesso em 26 de maio de 2008.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTAÇÃO (ABIA). Economia. Disponível em: <<http://www.abia.org.br>>. Acesso em: 08 de outubro 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS (ABIMAQ). Máquinas e Equipamentos. Disponível em: <<http://www.datamaq.com.br/Sebrae/ListOfF...&partnerInstallation=CREPE>>. Acesso em: 08 agosto 2010.

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.

BEZERRA, M. A..Fomento a alimentação fora do lar in: Área Portal Alimentação. Portal Alimentação Fora do Lar, 2009. Acessado em 19/09/2009 <[http://www.alimentacaoforadolar.com.br/c...>](http://www.alimentacaoforadolar.com.br/c...).

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

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

BRASIL. Código civil brasileiro, 2003.

BRASIL. Alimentos regionais brasileiros. Publicação do Ministério da Saúde. Disponível em: <<http://dtr2004.saude.gov.br/nutricao/pub...>>. Acesso em 26 de maio de 2008.

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: 17 Fev. 2010.

DOCES E GELÉIAS. Cartilha Temática do Ministério da Educação, Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/...>>. Acesso em 26 de maio de 2008.

EMPREGA BRASIL. Disponível em <<http://www.empregabrasil.org.br>>. Acesso em 26 de maio de 2008.

FRUTAS DE “A a Z”. Disponível em <<http://www.maribel.com.br>>. Acesso em 26 de maio de 2008.

GLOSSÁRIO TEMÁTICO DE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO. Disponível em: <<http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacaoe...>>. Acesso em 26 de maio de 2008.



INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL (INPI). Disponível em: <<http://www.inpi.org.br>>. Acessado em: 18 julho 2010.

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

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br>>. Acessado em: 18 julho 2010.

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

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