



Tapiocaria



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

Roberto Chamoun

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? Tal como a rapadura e a feijoada, a tapioca é uma comida típica do Brasil, integrando o patrimônio gastronômico e cultural nacional. Seu consumo entre nós é herança indígena, vinculada a outra tradição alimentar de nossa cultura - a mandioca. Muito consumida em todo o norte e nordeste brasileiro a tapioca está, aos poucos, marcando a sua presença nos cardápios de todo o Brasil. Cada lugar tem um jeito próprio de fazer esta delícia. Pode ser salgada ou doce e o recheio incluir ingredientes como banana, chocolate, camarão, carne-de-sol, conforme o gosto do freguês, mas a mais tradicional é feita com coco e queijo. Produto saboroso, de rápido consumo e principalmente barato, seja como substituta do lanche vespertino, ou do jantar, a tapioca que era uma iguaria típica do norte e nordeste, virou coqueluche em outras regiões do Brasil. A cada dia surgem novos pontos especializados na venda do produto, as chamadas Tapiocarias, cujo carro-chefe é a venda de tapioca com recheios inusitados e outros produtos a base de mandioca a reboque do sucesso. Este documento não substitui o plano de negócio. Para elaborá-lo procure o Sebrae.

Mercado

O fluxo migratório e turístico do país transformou a tapioca de vedete da culinária do norte e nordeste em iguaria disputada em muitos restaurantes de outras regiões brasileiras. Sua versatilidade e possibilidade de combinação com diversos ingredientes também conquistou consumidores de todas as classes sociais, sendo servida em ambientes bem diferenciados que vão desde barraquinhas de rua até restaurantes sofisticados. As tapiocarias fazem parte do chamado mercado de alimentação fora do lar (Food Service) que, no Brasil, cresce a taxas acima de 10% ao ano, confirmando uma tendência de mudança no comportamento das famílias brasileiras. Comer fora de casa com maior frequência se tornou um hábito do brasileiro, que já supera a média de algumas economias de países desenvolvidos. É o que aponta o estudo "Alimentação fora do lar na visão do consumidor brasileiro", desenvolvido pela Gouvêa de Souza - GS&MD, consultoria de consumo especializada em varejo, (disponível <http://bgasystems.blogspot.com/2010/11/a....> Acesso em 05 mar 2011). De acordo com o levantamento, nos últimos 10 anos, a alimentação fora do lar subiu de 17% para 31,1% das despesas familiares com alimentação no Brasil. O número ultrapassa a média de 27 países da União Européia, como Alemanha (20%), França (22%) e Itália (14%). O Estudo revela ainda que a força do segmento se mostra mais forte na Classe A, onde a participação nas despesas com alimentação supera a média do país do fast food, maior consumidor de alimentos fora do lar. As classes A1 e A2 registraram, respectivamente, uma participação de 49,3% e 42,2%, enquanto os Estados Unidos tem uma média de 42%. Analistas destacam que o fato das despesas com o gasto de comer e beber fora casa dessas classes estar compatível com o grande consumidor do mundo no segmento é realmente impressionante. E a tendência é de aumento no Brasil com o crescimento da classe C. O mercado de Food Service

movimenta atualmente cerca de 181,1 bilhões de reais no País. Na região Sudeste é onde está concentrado o maior percentual do país, com 37,2% da participação nas despesas com alimentação. O tipo de alimentação fora de casa é bastante variado e abrange todas as refeições do dia, do café da manhã aos lanches fora de hora. Entre os critérios de escolha na hora de fazer essa refeição fora do lar a prioridade é o produto (alimento), com 32%. O estabelecimento (19%), o preço (18%), a conveniência (16%) e o serviço (15%), aparecem na seqüência como quesitos que mais pesam na escolha.

Localização

A Tapioca é um alimento que, tradicionalmente, está inserido na cultura alimentar do povo nortista e nordestino. Desta forma, cada nova Tapiocaria aberta nestes territórios, já conta com uma demanda culturalmente habituada a consumir o produto. Em outras regiões do país, no entanto, a escolha do local de instalação de uma tapiocaria é uma decisão que requer um pouco mais de atenção. Para facilitar sua decisão, o empreendedor pode dividir o seu estudo em duas partes: Escolha da Região de Instalação e Escolha do Imóvel Escolha da Região de Instalação: Apesar da tapioca ser um produto versátil e constar do cardápio até mesmo de restaurantes renomados, a escolha da região de instalação de uma tapiocaria deve envolver uma pré-análise do seu público-alvo. Em estados fora do Eixo Norte e Nordeste do Brasil, o empreendedor deve buscar locais, na cidade onde pretende abrir o negócio, cuja presença de pessoas com laços culturais com o norte e nordeste seja representativa (o que não é uma tarefa difícil em qualquer lugar do Brasil) e isto pode incluir bairros residenciais, regiões centrais, feiras nordestinas, etc, conforme cada estado e cidade do país. Qualquer que seja o

grupo cultural predominante do público-alvo de sua tapiocaria, ele certamente irá contar pessoas de ambos os sexos e de todas as faixas etárias, podendo variar a classe social, conforme o local e a estrutura do negócio. Vale lembrar, que no ramo de alimentação os pontos comerciais próximos a locais de grande circulação de pessoas são promessa de um bom faturamento. Sendo assim, o empreendedor deve dar preferência a regiões centrais de bairros ou da própria cidade, como por exemplo, locais próximos a terminais de ônibus, metrô, táxi, praças de alimentação, dentre outros. A proximidade de universidades, hipermercados, hospitais, ou empreendimentos com grande concentração de pessoas, pode garantir uma demanda “cativa”, mas por outro lado, traz os riscos inerentes a concentração da clientela e vinculação do faturamento ao fluxo de pessoas que frequenta exclusivamente e horários de funcionamento destes locais. Por isso, analisar a frequência, horários de maior movimento, fluxo, etc., do público consumidor potencial também é importante. Outros itens importantes em relação a escolha da região incluem: facilidade de acesso, visibilidade e segurança do local, dentre outros.

Escolha do Imóvel: Para definir o imóvel em que irá instalar sua tapiocaria, atente para os seguintes detalhes:- Avalie se os custos de aluguel, taxas, reformas, adaptação e manutenção são compatíveis com seu orçamento de investimento e despesas;- Se o imóvel atende às suas necessidades operacionais referentes à localização, capacidade de instalação do negócio, possibilidade de expansão, características dos estabelecimentos comerciais vizinhos e disponibilidade dos serviços de água, luz, esgoto, telefone, internet, etc;- Facilidade de acesso a loja e se o estabelecimento possui local para carga e descarga de mercadorias, estacionamento para clientes e conta com serviços de transporte coletivo nas redondezas;- Se o local está sujeito a inundações ou próximo a zonas de risco;- Se o imóvel

está legalizado e regularizado junto aos órgãos públicos municipais;- Se a planta do imóvel está aprovada pela Prefeitura. Neste caso, verifique se houve alguma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área primitiva.; - Se a atividade a ser desenvolvidas no local respeita a Lei de Zoneamento ou o Plano Diretor do Município;- Se os pagamentos do IPTU, referente ao imóvel, encontram-se em dia;- Se é possível a instalação de letreiros. Verifique o que a legislação local determina sobre o licenciamento de letreiros e placas de sinalização. Caso o empreendedor não instale o negócio em um imóvel comercial e opte somente pela instalação de um carrinho ou barraca de tapioca em suporte/plataforma de “trailer” não altera a natureza jurídica do negócio. O estabelecimento está sujeito à mesma regulamentação legal de outra loja qualquer, principalmente no que se refere à fiscalização e à vigilância sanitária. O negócio não pode ser considerado móvel ou itinerante, pois funciona fixada no endereço para o qual o alvará de localização foi expedido. No caso de comércio ambulante, com característica de loja móvel itinerante (por exemplo, “trailers” e barracas de tapioca em feiras livres e eventos populares), 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 sociedade, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto, informar sobre a legislação tributária pertinente ao negócio e efetuar os registros exigidos nos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. Os seguintes passos são obrigatórios

para se legalizar uma tapiocaria (etapas do registro): Registro da empresa nos seguintes órgãos: - Junta Comercial;- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);- Secretaria Estadual da Fazenda;- Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (a empresa ficará obrigada ao recolhimento anual da Contribuição Sindical Patronal);- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;- Corpo de Bombeiros Militar;- Visita à prefeitura da cidade onde pretende montar a sua indústria (quando for o caso) para fazer a consulta de local;- Obtenção do alvará de licença sanitária, adequando 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, já em âmbito estadual e municipal fica a cargo das Secretarias Estaduais e Municipais de Saúde (quando for o caso);- Preparar e enviar o requerimento ao Chefe da Delegacia Federal da Agricultura/Serviço de Inspeção Vegetal (DFA/SIV), do seu estado para solicitar a vistoria das instalações e equipamentos; 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;Lei n.º 8.069, de 13 de julho de 1990 – O Estatuto da Criança e do Adolescente proíbe a venda à criança ou ao adolescente de bebidas alcoólicas dentre outros itens;- 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 Higiénico-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 Higiénico-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. A manipulação e a montagem de cardápios alimentares devem ser realizadas por profissionais tecnicamente qualificados. Poderão ser encontrados na Resolução CFN n.º 218, de 25 de março de 1999, do Conselho Federal de Nutricionistas – CFN, os critérios da Responsabilidade Técnica exercida pelo nutricionista, seu compromisso profissional e legal na execução de suas atividades, compatível com a formação e os princípios éticos da profissão, visando à qualidade dos serviços prestados à sociedade. Destaca-se a Resolução CFN n.º 378, de 28 de dezembro de 2005, também do Conselho Federal de Nutricionistas – CFN, que dispõe sobre o registro e cadastro de Pessoas Jurídicas nos Conselhos Regionais de Nutricionistas e dá outras providências. 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 tapiocaria, vale uma consulta ao contador sobre a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa - Lei Complementar nº 123, de 14 de

dezembro de 2006 (disponível em <http://www.leigeral.com.br>), em vigor a partir de 01 de julho de 2007

Estrutura

Uma pequena tapiocaria requer uma estrutura com cerca de 40m² a 50m², com flexibilidade para ampliação conforme o desenvolvimento do negócio. Esta área inclui a produção dos beijus, o atendimento aos clientes e o espaço necessário para mesas, cadeiras e banheiros. O estabelecimento deve ser mantido em perfeitas condições de ordem e higiene. Segundo orientações da Agência 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 (quiosques e shopping centers, por exemplo), a estrutura deve prever um balcão de atendimento, uma bancada para a produção dos beijus, com espaço para acomodar as cubas com os recheios utilizados e local reservado a instalação do caixa. Além de local de estoque de produtos utilizados no preparo da tapioca e geladeria. 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 beijus, reduzindo o trânsito desnecessário dos funcionários. Os equipamentos fixos devem permitir fácil acesso e limpeza adequada. É preferível que a área de preparo dos beijus 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. O ambiente deve ser arejado, limpo, claro e dentro

das normas de segurança pré-estabelecidas pelo Corpo de Bombeiros. O local de trabalho deve ser organizado e acima de tudo limpo, 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. 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 superfícies que entram em contato com os ingredientes, 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 empresa, orientando em questões sobre ergonomia, fluxo de operação, cores que estimulam o apetite, design dos móveis, iluminação, ventilação, etc. Os pisos e 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 das frutas. 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 o 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, devem-se lavar as mãos.

Pessoal

O número de empregados irá variar de acordo com a estrutura do empreendimento e horário de funcionamento da Casa. Em geral uma tapiocaria convencional (instalada em um imóvel comercial) exige uma equipe composta de: - 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.- Manipulador (es) ou cozinheiro(s): responsável por preparar os beijos de tapioca, colocar os recheios e atender aos pedidos (comandas) das mesas entregue pelos garçons. Devem ser extremamente higiênicos, cuidadosos e interessados em novas receitas. As mulheres devem utilizar cabelos presos, cobertos com redes ou toucas, 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 beijos, com troca diária.- Garçons / Atendentes / Auxiliares: responsáveis pelo atendimento ao público, tirar dúvidas, servir os produtos e auxiliar na arrumação das mesas, cozinha, etc. - 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, essa função é desempenhada também pelo próprio gerente 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.

Equipamentos

Os itens básicos para a operação de uma tapiocaria são:- bancada de mármore com cubas separadas para colocação de cada recheio e queimadores para o preparo da tapioca;- caixa registradora com impressora fiscal;- cortador de frios e laticínios;- descartáveis (guardanapos, filtro de papel, etc.);- embalagens;- fax e telefone;- fogão industrial;;- freezer;- geladeira;- material de escritório em geral;- mesas e cadeiras para os clientes;- mini-balcões tipo estufa;- processadores de alimentos, liquidificadores e espremedores industriais de frutas;- sistema exaustor;- uniformes.- utensílios de cozinha (panelas, talheres, tabuleiros, pratos, copos, tulipas, toalhas, portas-guardanapo, saleiro, etc.);

Matéria Prima / Mercadoria

Organização do processo produtivo

Podemos dividir o processo produtivo de uma tapiocaria nas seguintes principais atividades: 1. Atendimento aos clientes e preparo das tapiocas: É o processo no qual se dá o primeiro contato com o cliente, a apresentação do cardápio, o entendimento da sua necessidade e a entrega do produto desejado. Após recebido o pedido das mesas, este é entregue ao manipulador ou cozinheiro (responsável pelo preparo dos beijos) para preparo do beiju com a goma da tapioca. Esta, ao

ser espalhada numa chapa ou frigideira aquecida, coagula-se e vira um tipo de panqueca ou crepe seco, em forma de meia-lua, que é preenchida com o recheio solicitado pelo cliente. Cardápio: apesar de uma tapiocaria (poder) ter um cardápio não restrito ao beiju de tapioca, montar um estabelecimento desta natureza significa trabalhar com um cardápio composto majoritariamente por um carro-chefe e suas variações. Ao mesmo tempo em que este perfil de cardápio restringe a fatia de consumidores àqueles apreciadores do produto, a possibilidade de variação de recheios do beiju permite a formação de uma clientela variada. Este tema, contudo, exige uma avaliação do empreendedor para se definir um cardápio eficiente, que agrade aos clientes mas que também gere lucros para a casa. É por isto que um dos itens de grande importância para o sucesso de uma tapiocaria, juntamente com a qualidade dos produtos, é a seleção do cardápio oferecido. É fundamental para o sucesso do negócio que ele seja bem planejado, considerando-se diversos aspectos tais como: custo, praticidade, demanda, dentre outros fatores. Uma sugestão para evitar sobrecarga nos horários de maior movimento e atrasos nos pedidos, é o preparo antecipado dos recheios e sua disposição já cortada em porções em cubas dispostas no balcão, sem esquecer jamais dos cuidados com a conservação e a higiene dos alimentos.

2. Compra de Insumos: A própria rotina do estabelecimento é que 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 a casa está em perfeitas condições de higiene. É recomendável que a verificação de estoque seja feita logo após o fechamento do estabelecimento, quando também será feita a limpeza. No dia seguinte, a rotina prosseguirá com a realização das compras

necessárias, seguido de armazenagem dos produtos. Produtos não perecíveis ou congelados poderão ser comprados dentro de prazos maiores. Armazenagem e Controle de Estoque: As dependências onde se guardam alimentos, quer sejam refrigeradas ou não, devem ser limpas no mínimo duas vezes por semana, quando não é possível fazê-lo todos os dias. Na geladeira, todos os alimentos devem ser conservados tampados, e periodicamente deve-se retirar dali alimentos velhos, se houver. Laticínios, carnes e outros produtos perecíveis deverão ser comprados em menores quantidades e com maior frequência para se evitarem perdas e garantir produtos sempre frescos. Os prazos de validade dos alimentos, especialmente da goma de tapioca, deve ser cuidadosamente observados. Caso seja constatada a presença de carunchos, todo o conteúdo deve ser eliminado. E ainda, os alimentos cujos lacres já foram abertos devem ser mantidos fechados, pois o contato com ar acelera o envelhecimento. Ao serem usadas as farinhas, cuidados para não introduzir em seu recipiente colheres usados em outros ingredientes ou sem a devida higiene. Não introduzir as mãos, ainda que elas sejam bem lavadas, nos recipientes dos alimentos. Para maiores informações consulte a Resolução RDC nº. 216 - Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação da ANVISA;3. Serviços Gerais e Administrativos: O horário de funcionamento dependerá do público que se pretende atingir, além da localização do estabelecimento. Geralmente, trabalha-se além do horário de atendimento ao público, em tarefas como compras de mercadorias, preparo da folha e pagamento aos empregados, visita ao banco, etc. Atividades Operacionais Antes da abertura ao público:- verificar os níveis de estoques de alimentos, bebidas e gás;- abastecer a tapiocaria com os insumos necessários para seu funcionamento;- limpar o ambiente e mantê-lo limpo;- preparar o caixa com troco. Durante o funcionamento manter:- limpas e

arrumadas às mesas;- fechar as contas com rapidez, receber e emitir as notas fiscais. Fechamento do estabelecimento:- fechar e conferir o caixa;- limpar o ambiente;- lavar todos os pratos, talheres e utensílios e guardá-los;- recolher o lixo;- fechar a tapiocaria.

Automação

Com exceção da utilização de equipamento Emissor de Cupom Fiscal (ECF), obrigatória na maioria dos estados brasileiros, a automação dos demais processos internos de uma tapiocaria não é condição fundamental para o seu funcionamento. Caso o empreendedor tenha interesse em melhorar seus controles e o atendimento de seus clientes, no entanto, existem diversos sistemas informatizados (softwares) que podem auxiliá-lo (vide www.baixaki.com.br ou www.superdownloads.com.br). Seguem algumas opções:- Bom Apetite 4.0;- Dataprol Gourmet Máster 4.121;- Food Pay Live;- Snack Control-BAR Manager 2.10 -Bares_Restaurantes_Raiz 1.0 -Cardápio-Cash Register -Comanda Bar e Restaurante -Conta Certa 4.3 -Controle de Bares 5.7 -Controle de Bares e Restaurantes 1.5 -Controle Integrado de Estoque e PDV 2.0 9 -Dat@Cook - Restaurante 1.1;- SCL – Sistema para Controle de Lanchonetes 3.0;- Sigebars – Sistema de Gerenciamento de Bares e Restaurantes. Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor, verificando ainda se o aplicativo possui funcionalidades, tais como:- Controle dos dados sobre faturamento/vendas, gestão de caixa e bancos (conta corrente);- Controle do estoque e validade de produtos;- Organização de compras e contas a pagar;- Emissão de

pedidos;- Controle de taxa de serviço;- Lista de espera;- Relatórios e gráficos gerenciais para análise real do faturamento do estabelecimento.

Canais de distribuição

Devido à preferência do cliente em consumir uma tapioca sempre fresquinha feita “na hora”, em geral as vendas são realizadas na própria loja, trailer ou barraca de feiras livres. Isto exige um ponto comercial e um bom atendimento aos clientes. Assim, a melhor forma de distribuição do produto é a própria tapiocaria, onde a tapioca é consumida ali mesmo ou embalada para viagem. Nada impede que a tapiocaria possua filiais ou faça parte de uma rede de franquias (como franqueado ou franqueador). Caso possua interesse em tornar-se um franqueado de uma rede de tapiocarias ou franquiar a sua, procure o SEBRAE de sua região para maiores informações.

Investimentos

O valor necessário para investimento na instalação de uma tapiocaria irá variar muito de acordo com o modelo de negócio definido pelo empreendedor. Por esta razão sugerimos a elaboração de um Plano de Negócio, onde os recursos necessários, em função dos objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado, poderão ser determinados. (vide modelo disponível em:

http://www.sebrae.com.br/momento/quero-abrir-um-negocio/integra_bia?

Estimamos que a montagem de uma pequena tapiocaria em um imóvel de cerca de 40m² requeira um investimento inicial de cerca de R\$ 45 mil (não inclui valor de aquisição ou luvas do ponto comercial), a ser alocado majoritariamente na instalação e aquisição dos seguintes itens:- Abertura da empresa – R\$ 3.000,00- Aparelho de fax e telefone - R\$ 400,00;- Caixa

Registradora ou PDV com impressora fiscal – R\$ 3.000,00-
Capital de giro inicial - R\$ 8.000,00- Equipamentos diversos –
R\$ 6.000,00.- Letreiro -R\$ 1.200,00;- Marketing inicial - R\$
1.500,00;- Mobiliário (balcão, Mesas e cadeiras para clientes) -
R\$ 12.000,00;- Obras para adaptação do imóvel – R\$
10.000,00

Capital de giro

Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no processo de produção / prestação do serviço. Em geral, os custos mensais de operação de uma tapiocaria podem ser estimados dentro de três grupos principais: Custos Fixos- água, luz, telefone e acesso à Internet - R\$ 550,00;- aluguel e taxas – R\$ 800,00;- assessoria contábil – R\$ 510,00;- produtos para higiene e limpeza da empresa e funcionários – R\$ 200,00- propaganda e publicidade da empresa – R\$ 200,00- recursos para manutenções corretivas – R\$ 200,00- salários, e encargos – R\$ 3.000,00.- tributos, impostos, contribuições e taxas – R\$ 1.500,00. Variáveis- comissões - R\$ 900,00- Embalagens – R\$ 300,00- Tarifa Administradora Cartões de Crédito – R\$ 450,00 Custo da Mercadoria Vendida (CMV) De forma simplificada podemos considerar como o custo de reposição do estoque de mercadoria para revenda. Neste ramo, variando entre 25% e 35% do faturamento da tapiocaria.

Diversificação / Agregação de valor

Uma tapiocaria pode agregar valor ao seu produto oferecendo serviços que cativem ou tragam conveniências aos seus clientes. Neste rol de possibilidades estão a existência de estacionamento para clientes, permitir que estes efetuem o pagamento da conta utilizando o meio de pagamento que melhor lhes convierem (cheque, cartão, ticket alimentação, etc), disponibilizar mesas para comemoração de grupos, oferecer musica ao vivo ou som ambiente, neste caso as possibilidades são infinitas. Em relação a diversificação, o empreendedor poderá avaliar a oportunidade de vender ou mesmo produzir outros produtos à base de tapioca. Dentre eles o pão de tapioca, salgados de tapioca recheados, churros de tapioca, cones de tapioca (Tapiocone) Pizza de Tapioca, Pudim ou Quindim de Tapioca, etc.

Divulgação

Embora as ações de divulgação de uma tapiocaria possam variar de acordo com a estratégia a ser atingida, o porte do estabelecimento, público-alvo e orçamento disponível, elas em geral incluem medidas que passam pela escolha da decoração da loja (que deve utilizar temas associados ao produto e sua origem), o uso de letreiros que despertem o interesse do cliente a consumir o seu produto e freqüentar a tapiocaria, dentre outras ações. Vale lembrar que qualquer ação de divulgação, precisa estar embasada em um cardápio bem elaborado com produtos bem feitos, com recheios variados, que agradem e surpreendam os clientes, fidelizando-os e estimulando-os a promover o “boca-a-boca” a favor de sua tapiocaria. Outras ações de divulgação incluem desde a distribuição de panfletos nas proximidades da loja e em local de grande circulação de pessoas até a publicação de

anúncios em jornais, rádio, revistas, outdoor, etc. mencionando as qualidades do seu produto. A divulgação através da exibição de um website na internet representa uma alternativa muito interessante, onde podem ser utilizadas fotografias do ambiente e também dos produtos servidos. A promoção de vendas é também uma estratégia bastante utilizada pelos empresários e incluem: o uso de cartão de descontos, brindes, estímulos para compra de quantidades maiores, etc. O empreendedor pode investir esforços e recursos na criação e divulgação de sua marca própria ou optar pelo uso de uma marca licenciada ou franqueada. A marca representa o produto frente aos consumidores e a imagem do negócio é fundamental para o sucesso. Lembre-se que colocar um letreiro com o nome do seu negócio na porta de sua loja é simples, mas criar uma marca que dure e seja lembrada como um produto de qualidade pelos clientes exigirá esforço e dedicação ao negócio ou, se o empreendedor quiser queimar etapas, pagar royalties pelo uso de marcas de tapiocarias já conhecidas (no caso das franquias).

Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de TAPIOCARIA, 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

EQUIPAR - Feira de Equipamentos, Produtos e Serviços para Alimentação Fora do Lar
Realização: Abrasel Juiz de Fora
Evento anual
Local: Juiz de Fora
Mais informações: Tel: (32) 3218-4080 (Abrasel JF – de 13h às 19h) 8401-0581 ou (32) 3215-7075 – 8814-0688 (Thiago – Artwork)
Website: <http://www.abraseljf.com.br>
Festival Gastronômico da Pipa
Pipa – RN
Website: <http://www.festivalgastronomicodapipa.com/programa.php>
Festival da Tapioca da Ilha do Mosqueiro
Mosqueiro – Pará
Website: <http://tapioquinhadavilademosqueiro.blogspot.com/>
Fispal Food Service São Paulo - SP
Organização: Brazil Trade Shows
Edifício Morumbi Square
Av. Dr. Chucri Zaidan, 80 - 2º And. – Bl. C
Brooklin - São Paulo, SP - CEP 04583-110
Tel: +55 11 3598-7800 / +55 11 3598-7800 Fax: +55 11 3598-7801
Website: www.fispal.com
E-mail: fispal.sp@fispal.com
FISPAL BAHIA – Feira Internacional de Produtos, Embalagens, Equipamentos, Acessórios e Serviços para Alimentação.
Conhecida até o ano de 2008 como FISPAL Nordeste e realizada durante 6 anos em Pernambuco, a feira a partir de sua edição de 2009 se realizará em Salvador como FISPAL Bahia.
Evento: anual
Local: Salvador
Mais informações: http://www.fispal.com/main.asp?cod_nucleo=3&cod_evento=SHOW
SHOW - Feira de Equipamentos, Produtos e Serviços para Hotéis, Flats, motéis, Restaurantes, Fast-Foods, Lanchonetes,

Hospitais e Similares
Evento anual
Local: São Paulo
Mais informações: <http://www.restaubar.com.br/index.php?pgID=perfil-evento>
e Capacitação
Programa Alimentos Seguros (SENAI, SESC, SEBRAE, SESI, SENASC e SENAR)
O Programa Alimentos Seguros orienta os empresários e capacita as empresas do setor da indústria, do campo, do comércio, do transporte e da distribuição a produzir, preparar e distribuir, com segurança, alimentos que primam pela qualidade. Website: www.senai.br
Gerenciamento de Bares e Restaurantes
Instituição: Universidade Anhembi Morumbi
Rua Casa do Ator, 275 – Vila Olímpia
Cep: 04546-001 São Paulo - SP
Tel: (11) 3847-3241/3050/3079

Entidades em Geral

ABRASEL Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
Website: www.abrasel.com.br
ANVISA Agência Nacional de Vigilância Sanitária
Website: www.anvisa.gov.br
ABAM - Associação Brasileira dos Produtores de Amido de Mandioca
Rua Antônio Felipe, 145587704-080 Paranavaí PR
Fone: (44) 3422-8217
Website: www.abam.com.br
EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA - Embrapa Mandioca e Fruticultura
End.: Rua Embrapa, s/n.º Cruz das Almas - BA.
Tel.: (75) 3621-8000 / Fax: (75) 3621-1118
Contato: Dr. Joselito. Tel.: (75) 3621-8015 / 8052
E-mail: sac@cnpmf.embrapa.br
Website: <http://www.cnpmf.embrapa.br>
SBGAN Sociedade Brasileira de Gastronomia e Nutrição
Website: www.sbgan.org.br

Normas Técnicas

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, sendo importantes referências para o mercado. As normas técnicas ABNT NBR

ISO 22000 - Sistemas de gestão da segurança de alimentos - Requisitos para qualquer organização na cadeia produtiva de alimentos e ABNT NBR 15635:2008 - Serviços de alimentação - Requisitos de boas práticas higiênico-sanitárias e controles operacionais essenciais são aplicáveis ao negócio.

Glossário

Beiju ou Biju: Quitute recheado feito com a fécula de mandioca ou tapioca. Esta, ao ser espalhada numa chapa ou frigideira aquecida, coagula-se e vira um tipo de panqueca ou crepe seco, em forma de meia-lua de sabor quase neutro e nutritivo.

Mandioca: é o nome pelo qual é conhecida a espécie comestível e mais largamente difundida do gênero *Manihot*, composto por diversas variedades de raízes comestíveis. No Brasil possui muitos sinônimos, usados em diferentes regiões, tais como aipi, aipim, castelinha, macaxeira, mandioca-doce, mandioca-mansa, maniva, maniveira, pão-de-pobre, etc.

Manteiga-de-Garrafa: Manteiga de garrafa é um tipo de manteiga que se mantém líquida em temperatura ambiente. É obtida pelo cozimento do creme de leite até que se evapore toda a água e restem apenas a gordura e as partículas sólidas da nata. É comercializada em garrafas, por isso o nome.

Polvilho azedo: O polvilho azedo é um produto obtido da mesma forma que o doce, mas que sofre uma fermentação após a etapa de decantação da fécula e antes da secagem, que é obrigatoriamente feita por método solar. O polvilho azedo é um amido modificado. O ingrediente é indispensável para a fabricação de biscoitos de polvilho e do pão-de-queijo.

Tapioca: feita com a fécula extraída das partes subterrâneas comestíveis da mandioca, também conhecida como goma da tapioca, goma

seca ou polvilho doce. É utilizado no preparo do beiju, cuscuz, bolo, pudim e outras iguarias. É extremamente versátil e alcança eficiência incomparável em todas as suas aplicações, sendo, habitualmente, utilizado como componente, nos mais variados segmentos domésticos e industriais. Sagu: Também conhecido como tapioca pérola. É um tipo de tapioca de grãos esféricos regulares. Tradicionalmente o sagu é cozido com vinho tinto e açúcar, mas também pode ser preparado com sucos de frutas (uva ou laranja) ou mesmo com leite.

Dicas do Negócio

A seguir relacionamos algumas dicas ao empreendedor que pretende atuar no ramo de tapiocaria:- A tapioca vendida em uma loja comercial ou num quiosque de shopping precisa ter uma qualidade superior àquela vendida em carrocinhas e ambulantes. Esta diferenciação pode ser obtida pela qualidade dos ingredientes e pela variedade de recheios. O cardápio deve apresentar uma variedade de recheios doces e salgados e, se possível, com receitas exclusivas. Também é muito simpático disponibilizar uma caixinha de sugestões, para o cliente propor novos recheios.- Mantenha o padrão de qualidade e uniformidade do produto; - Invista na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente. Treine, motive e supervisione adequadamente a sua equipe. - Procure fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como: comunicação de promoções, novos produtos e serviços etc; - A presença do proprietário em tempo integral é fundamental para o sucesso do empreendimento, principalmente, no início das atividades do negócio; - Observe os aspectos legais que envolvem o empreendimento, tais como impostos incidentes e legislação trabalhista pertinente;- Acompanhe as variações de receita e controle os custos do seu

negócio com rigor.

Características específicas do empreendedor

O empreendedor envolvido com atividades relacionadas à alimentação fora do lar precisa adequar-se a um perfil que o mantenha na vanguarda do setor. É aconselhável uma auto-análise para verificar qual a situação do futuro empreendedor frente a esse conjunto de características e identificar oportunidades de desenvolvimento. A seguir, algumas características desejáveis ao empresário desse ramo:

- Disposição para envolver-se no negócio, dedicando tempo ao trabalho e conhecimento do ramo de negócios;
- Pesquisar e observar permanentemente o mercado em que está inserido, promovendo ajuste e adaptações no negócio;
- Ter atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias;
- Capacidade de estabelecer objetivos e dedicar-se ao seu alcance, motivando sua equipe;
- Ter conhecimentos administrativos para planejar e acompanhar o desempenho da empresa;
- Saber negociar, vender e manter clientes satisfeitos;
- Ter coragem para assumir riscos calculados;
- Estar sempre disposto a inovar e promover mudanças;
- Ter grande capacidade para perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las;
- Senso de limpeza, organização e higiene.

Bibliografia Complementar

BARES e restaurantes - gestão de pequenos negócios. São Paulo: Ed. SENAC, 2006. CÓDIGO de Conduta das Empresas do Setor de Alimentação Fora do Lar – ABRASEL. Disponível em:

<http://www.abrasel.com.br/index.php?option=com_content&view=article>
Acesso em: 16 fev. 2011. LACERDA, M. NOGUEIRA, M. Vai

uma Tapioca? Artigo disponível em http://vidasimples.abril.com.br/subhomes/comer/comer_237630.shtml?pa
Acesso em 20 fev 2011. MARICATO, Percival. Marketing para bares e restaurantes. São Paulo: Ed. SENAC, 2004. SERVIÇO BRASILEIRO DE RESPOSTAS TÉCNICAS. Assunto Alimentos e Bebidas. Palavras chave: Tapioca. Código da Solicitação: 864. Prazo de validade doce fécula de mandioca, Como aumentar o prazo de validade da tapioca. Código da Resposta: 532 <http://sbrt.ibict.br/>. Acesso em 14 fev 2011. SERVIÇO BRASILEIRO DE RESPOSTAS TÉCNICAS. Assunto Alimentos e Bebidas. Palavras chave: Tapioca. Código da Solicitação: 36594. Solicitação: Esclarecimentos sobre o processo de congelamento e a validade da massa de tapioca. Código da Resposta: 14956. <http://sbrt.ibict.br/>. Acesso em 14 fev 2011. SERVIÇO BRASILEIRO DE RESPOSTAS TÉCNICAS. Assunto Alimentos e Bebidas. Palavras chave: Tapioca. Código da Solicitação: 7714. Solicitação: Informações sobre como fazer a tapioca, bem como indicação de fornecedores de máquinas e equipamentos. Código da Resposta: 326. <http://sbrt.ibict.br/>. Acesso em 14 fev 2011. Títulos de periódicos especializados: Revista Automação. Editora: Associação Brasileira de Automação Comercial –ABAC, atual GS1 Brasil. Website: <http://www.eanbrasil.com> Revista Bares e Restaurantes. Editora: Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – ABRASEL. Endereço: Rua Itápolis, 1468 – Pacaembu - SP. Telefone: (11) 3664-7418 Website: <http://www.revistabaresrestaurantes.com.br> E-mail: faleconosco@revistabaresrestaurantes.com.br Revista Higiene Alimentar – Revista on-line. Website: <http://www.higienealimentar.com.br>