

DOÇARIA - LOJA DE DOCES

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia: terciário

Ramo de Atividade: comércio

Tipo de Negócio: produção e vendas de doces e salgados

Produtos ofertados: doces, sorvetes, salgados, refrigerantes e sucos

Investimento inicial: R\$ 60 mil

Área mínima: 50 m²

APRESENTAÇÃO

Oportunidades açucaradas de empreendimento estão sempre surgindo no mercado. Por ser um dos últimos setores a ser abalado por crises econômicas - o que pode ser traduzido como dinheiro em caixa diariamente e adaptação a todo tipo de público e investimento - a área de alimentação é opção freqüente entre empreendedores que pretendem iniciar um negócio.

Aí é que entram em cena as doçarias, que além de ser empreendimentos da área de alimentação, e por esta característica beneficiada, são uma alternativa cada vez mais freqüente para realização de uma atividade agradável.

Normalmente, o empreendedor opta por montar uma doçaria por se identificar com o produto, quer dizer, gosta de comer, criar pratos, servir seus experimentos aos amigos e freqüentar os templos gastronômicos em que se transformaram hoje os restaurantes, lanchonetes, bares e doçarias.

Também é comum encontrar neste setor pessoas que dão continuidade à tradição familiar ou que encontram a oportunidade de se associar a alguém que conheça bem a atividade.

De qualquer modo, lembramos que o empreendedor não necessariamente precisará possuir estas características, o importante é que haja alguém diretamente envolvido com o dia a dia do negócio (gerente, sócio, responsável, etc.) que apresente este perfil, como também é importante destacar que este tipo de negócio exige bastante do empreendedor, seja para as compras diárias como também com relação ao horário de funcionamento.

MERCADO

O setor de alimentação vem crescendo nos últimos anos e uma nova tendência de mercado se destaca: produtos prontos, dentre eles, doces. Já se foi o tempo em que se fazia tudo em casa, hoje existem lojas especializadas nos mais diversos doces.

É necessário ter criatividade e flexibilidade para acompanhar as oscilações de

mercado e solicitações da clientela. Há no mercado desde estabelecimentos bastante simples até aqueles que desenvolvem uma linha de doces primeira linha, voltados para o chamado público “classe A”. Enfim, tudo será determinado pelo público-alvo, que por sua vez é resultado de uma reunião de fatores como: tipo de produtos, serviços ofertados, e localização do estabelecimento.

Os clientes são na grande maioria de classe média e alta, dependendo do local do estabelecimento. Ou seja, os principais clientes serão pessoas da vizinhança, pessoas que trabalham nas proximidades e pessoas que passam com frequência pelo local.

Se a empresa trabalhar também com doces para festas ela terá outro público que são: empresas organizadoras de eventos, pessoas que desejam realizar algum tipo de evento e cantinas.

Quanto aos fornecedores, existem inúmeras opções. Mas é importante realizar uma pesquisa de mercado a fim de montar um cadastro dos fornecedores que melhor se adequem às suas necessidades. A gama é enorme: atacadistas, distribuidores, importadoras, supermercados, feiras-livres, açougues, casas de frios, panificadoras, adegas, doceiras e salgadeiras. Outra alternativa são as visitas a hipermercados, que muitas vezes oferecem produtos a preços mais baixos que o distribuidor.

LOCALIZAÇÃO

Na escolha do ponto da sua doçaria observe, ainda, os seguintes detalhes de localização: trânsito de pedestres - quanto maior, melhor; proximidade de avenidas ou praças de grande movimento de veículos; facilidade de estacionamento, de preferência em frente à loja; facilidade de acesso de clientes, a pé, de ônibus ou metrô e de carro; condições de urbanização, limpeza e infra-estrutura da área.

Algumas sugestões de pontos são quiosques em centros comerciais ou pequenas lojas em corredores comerciais, galerias, centros de convenções, centros culturais, nas vizinhanças de teatros, cinemas, galerias de artes e universidades. O empreendedor precisará analisar os imóveis disponíveis no bairro, o poder aquisitivo da população local, o número de concorrentes e a qualidade dos produtos oferecidos por eles.

Estar próximo de escolas, comércio ou escritórios, em geral, traz bons resultados.

Além desses pré-requisitos, pesquisas e estudos já realizados aconselham a tomar outros cuidados, quase nunca observados pelo empreendedor iniciante. Por exemplo, o de evitar lojas que fiquem em frente a pontos de ônibus. A concentração de pessoas pode atrapalhar a visibilidade da sua fachada. Também porque seu negócio deve ficar o mais exposto possível. Evite lojas de fundo ou em galerias, a não ser que você possa se utilizar fartamente de placas indicativas para atrair e orientar sua clientela.

É importante lembrar que a escolha do local também irá depender do (PDU) plano diretor urbano de cada cidade, portanto, é necessário buscar informações da prefeitura de seu município.

ESTRUTURA

A estrutura da empresa será inicialmente de 50 m², dividida entre a loja e a cozinha. A distribuição dos equipamentos será bastante importante, pois dela dependerá a facilidade de locomoção dos funcionários.

Desta forma, o uso racional do espaço deve ser bem feito, um exemplo é do aproveitamento da parte inferior interna do balcão, que poderá ser utilizada para a instalação de balcão frigorífico, freezer horizontal, prateleiras para armazenagem de louças, garrafas, etc.

É interessante que a bancada de trabalho e pia sejam vistas pelo público, criando assim maior segurança e confiabilidade. A área destinada ao público deverá dispor de dois banheiros (masculino/feminino), sendo que o banheiro de funcionários deverá ser instalado distante da área de atendimento. Para instalações em áreas mais reduzidas, com pequeno balcão e sem lugar para sentar, poderá haver apenas um lavabo.

A área reservada para estoque deverá ser bem protegida, arejada e separada do público.

Aviso importante, deve-se dar especial atenção à instalação elétrica devido ao tipo e número de equipamentos utilizados. O objetivo é evitar sobrecarga.

EQUIPAMENTOS

Os equipamentos básicos para sua implantação são:

- Freezer horizontal com geladeira;
- Balcão frigorífico;
- Exaustor;
- Espremedor de frutas;
- Liquidificador;
- Batedeira;
- Vitrine quente;
- Estufa;
- Forno microondas;
- Fogão de seis bocas;
- Forno elétrico;
- Louças em geral - talheres, pratos, copos, etc.;
- Prateleiras para exposição de caixas de doces;
- Banquetas, mesas e cadeiras;
- Computador, fax e impressora;
- Prateleiras para estocagem e caixa registradora.

E conforme o tipo de estabelecimento implantado, poderá haver variações significativas quanto aos equipamentos, móveis e louças.

INVESTIMENTOS

É variável de acordo com o tamanho do empreendimento, mas é válido lembrar que o veículo próprio será de grande utilidade, especialmente em relação à aquisição das mercadorias.

Para iniciar a empresa será necessário um investimento de aproximadamente R\$ 60.000,00. Os gastos iniciais vão para a abertura da empresa, montagem do local, aquisição de equipamentos e legalização.

Investindo em Informatização

Toda compra de equipamento deve ser planejada e analisada de acordo com a necessidade de uso dentro da empresa. Tomar a decisão certa é imprescindível para o bom andamento de seus negócios.

Sugere-se contar com computadores e impressoras para facilitar trocas de informações com clientes, bem como a gestão do negócio, através da aquisição de software de gerenciamento.

Para ajudar a diminuir esta incerteza, seguem algumas considerações a serem seguidas no momento da compra:

- Tenha sempre em mente a sua real necessidade de uso, estabeleça detalhadamente as características deles, e os benefícios que os equipamentos deverão lhe dar.
- Procure no mínimo 03 fornecedores e faça comparações, levando em consideração o custo/benefício de cada um deles.
- Nunca se esqueça de solicitar informações sobre os serviços de assistência técnica e, principalmente da garantia.

Fonte: site Sebrae/SP

PESSOAL

Serão necessários, além de considerarmos o empreendedor gerenciando pessoalmente o estabelecimento, um balconista, responsável pelo atendimento; um mestre cuca (que poderá ser o proprietário) e dois ajudantes de cozinha que poderão ajudar no atendimento ao público, preparo de sucos e coquetéis.

Dependendo do horário de funcionamento do estabelecimento, será necessário adotar dois turnos de trabalho, o que implica aumento do número de funcionários. A oferta deste tipo de mão-de-obra é grande, mas o empreendedor deverá ser criterioso na seleção dos funcionários, porque eles terão influência direta no sucesso do negócio, uma vez que serão os responsáveis pela motivação dos clientes na compra dos doces, e o que é mais importante: estarão em contato com a clientela.

Algumas características são particularmente importantes para estes profissionais, tais como: preocupação com o asseio pessoal e higiene, boa aparência e bom contato pessoal.

PROCESSOS PRODUTIVOS

Como qualquer outro empreendimento, para se abrir uma doçaria tem de ser levado em conta alguns aspectos. O primeiro deles está na aptidão pessoal. Pergunte-se: eu conheço o negócio? Gosto dessa atividade? Se a resposta for sim, prossiga se questionando, desta vez sobre a viabilidade econômica. É preciso saber se você tem recursos suficientes para a abertura e investimento inicial, além de um conhecimento sobre a concorrência.

Esse é um ramo que se exige dedicação integral, sem descanso aos sábados, domingos ou feriados. Para garantir as vendas desde o início, a doçaria se baseia em três características principais: qualidade nos produtos, bom atendimento e higiene.

Saiba que para iniciar a atividade não é preciso mais do que um forno em ótimas condições, panelas, formas, uma batedeira e um liquidificador. Além, é claro, de disposição para trabalhar nos fins de semana, quando a demanda aumenta.

É certo que o mercado é concorrido, já que a atividade é típica de quem quer engordar o orçamento familiar. Mas você pode se diferenciar, se lançar mão de receitas de família, produzindo doces, salgados e bolos.

Nunca é demais reforçar que os negócios ligados à alimentação só decolam quando se usam ingredientes de boa qualidade, com o máximo de higiene. Na hora de cozinhar, é fundamental usar avental, touca e luvas.

1. Compras e estoques

Como se trabalha com produtos altamente perecíveis, as compras são outro ponto com o qual o empreendedor deve se preocupar. Deve-se fazer compras quase que diárias, para não usar produtos congelados, pois eles interferem no sabor final. No entanto, ingredientes como farinha de trigo e açúcar podem ser comprados sem pensar em perdas.

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 de maior procura 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, seguidas de armazenagem dos produtos.

E lembre-se: alimentação é um segmento que exige um bom conhecimento de matéria-prima, combinações de produtos e a busca por novidades.

2. Custos de operação

As despesas gerais de administração de uma doçaria variam de acordo com as características do empreendimento. Por exemplo, o valor do aluguel do imóvel será diferente em cada região e proporcional às dimensões e tipo do imóvel. Mas algumas despesas são praticamente padronizadas tais como energia elétrica, água, telefone, honorários do contador.

A aquisição das mercadorias deve ser bem planejada e variará de acordo com as características do estabelecimento e especialmente com os hábitos de consumo da clientela.

3. A opção pelos dietéticos

A idéia é oferecer na loja produtos totalmente sem açúcar e com o mínimo de gordura. Bolos, trufas, cocadas, paçocas - sempre dietéticos - entre outros, transformaram-se em uma linha de produtos, carentes de produtos livres de açúcar e com uma demanda crescente.

DIVULGAÇÃO

A divulgação, direcionada ao consumidor final, tem por objetivo estimular o consumo e fixar a marca do estabelecimento. Este é um setor da economia que faz maior e melhor uso da propaganda, pois ela representa a principal força de comunicação e venda devido à diversificação dos produtos e a facilidade de substituição.

E quanto maior o universo de público a ser atingido, através dos mais diversos meios de comunicação (TV, panfletos, promoções, outdoor, rádio etc), maior será o retorno do investimento.

Você poderá começar sua divulgação com as pessoas das redondezas, distribuindo panfletos de qualidade, fazendo promoções atrativas e merchandising em locais sugestivos tais como: escolas, faculdades, cursinhos, escritórios entre outros. Além disso, é necessário ter um atendimento e produtos de qualidade e diferenciados. Isso irá cativar os clientes e estimular a propaganda boca a boca, um dos métodos de divulgação mais eficaz.

Outra forma de promoção é investir em anúncios nas publicações especializadas e em mala-direta, consideradas ações publicitárias eficientes.

DIVERSIFICAÇÃO

SABOR CANINO. REVISTA MEU PRÓPRIO NEGÓCIO-ESPECIAL, 01/06/2005

Doceria trabalha com doces e salgados para cães

Em certos locais nobres de São Paulo, vida de cachorro não é, digamos assim, nenhum osso duro de roer. Quem conhece o tradicional bairro de Higienópolis sabe que, por lá, muitos cães são considerados como um membro da família. É só dar uma olhada nas praças da região e ver como os donos tratam seus animais de estimação. Para os empresários que têm vocação empreendedora, trata-se de uma boa oportunidade de negócios.

Há pouco mais de um ano, a empreendedora Maria José França viajou para Seattle, nos Estados Unidos, onde conheceu uma confeitaria canina. Achou a idéia fantástica. Na volta, fez cursos de confeitagem tradicional e consultou veterinários sobre a melhor forma de adaptar as receitas. "Animais não devem ingerir açúcar e chocolate. Então, faço substituições por frutos e por soja, que são mais saudáveis",

explica.

Sua doceria - a Nicole's Candies for Dogs - foi montada em Higienópolis e passou a oferecer doces e salgados apenas para cães. O negócio recebe clientes de todos os tipos. Há pessoas que, uma vez por semana, compram um doce para o cão, e as que praticamente são puxadas pelo animal, que sente de longe o cheiro dos doces. Em ocasiões especiais, também ocorrem casamentos e a Nicole's oferece o bolo para os noivos. Detalhe: aqui, continuamos falando da união de cãezinhos.

De acordo com Maria José, os cães são atraídos pelo cheiro, enquanto os donos ficam fascinados pelo visual das guloseimas. Recentemente, a empresária chegou a pendurar um aviso alertando sobre o perfil do cliente. Tudo para evitar que os desavisados - e desta vez estamos falando de pessoas continuassem pedindo brigadeiros.

Investimento R\$ 40 mil

Lucro R\$ 4 mil

Tempo Estimado de Retorno 12 meses

Nicole's Candies For Dogs- Tel.: (11) 9912-5094

CURSOS

Os cursos de empreendedorismo dão base para estruturar o seu plano de negócios, planejar a empresa e desenvolver características próprias e indispensáveis a empreendedores.

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935, Ed. Sebrae, Centro. Vitória/ES CEP: 29010-003

Canal de Relacionamento: 0500 570 0800

Cursos: Técnicas de Vendas; Marketing: Uma Estratégia de Vendas; Gerência de Equipes de Vendas; Gerência de Rotinas e Procedimentos em Vendas; Atendimento ao Cliente; Como Vender mais e Melhor; Iniciando um Pequeno Grande Negócio (com carga horária de 30h); Empretec (carga horária de 72h); Administração Básica para Pequenas Empresas (carga horária de 20h); entre outros.

Palestras Gerenciais: Atendimento a Clientes; Comece Certo – Planejamento e Análise; Determinação do Capital de Giro; Gerenciando o Fluxo de Caixa com Eficiência; Promoção de vendas; Entendendo Custos, Despesas e Preço de Venda; A Empresa e os Novos Tempos; Qualidade no relacionamento ao cliente; Como Conquistar e Manter Clientes.

SENAC - SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL

Tel: 0800-314440

www.es.senac.br

A entidade oferece os seguintes cursos:

Curso de cozinheiro

Curso de garçom

Culinária para microondas

Culinária para executivos

Técnicas de vendas em restaurante

Higiene e manipulação de alimentos e outros

Controle de qualidade dos alimentos

Higiene e limpeza geral

EVENTOS

Nova Equipotel

Setores/Produtos: alimentos e bebidas; automóveis utilitários; cama, mesa e banho; tecidos para revestimento e forração; decoração e materiais de construção; equipamentos e produtos para higiene e limpeza; equipamentos leves para copa e cozinha; equipamentos pesados para cozinhas industriais e lavanderias, refrigeração e aquecimento; informática, telefonia, telecomunicação, eletroeletrônicos e som; recreação e lazer; uniformes; outros.

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

FENADOCE

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

NOTÍCIAS

Comerciantes esperam aquecer vendas com o Dia de São Cosme e Damião

Há apenas dois dias da comemoração do Dia de São Cosme e Damião, os comerciantes do setor no município esperam ter um aumento de 10% a 15% nas vendas. Mas um fato é unanimidade: os comerciantes acham que muita gente deixou as compras para os últimos dias.

A auxiliar de gerente de uma loja especializada em doces no bairro Ano Bom, Rafaela Souza Leite, diz ter reparado que o movimento está maior do que no ano passado. “Em 2007, o movimento começou um pouco antes. Semana passada, observamos muita gente procurando esses produtos, mas acredito que nesses últimos dias o movimento cresça bastante, principalmente na manhã de sábado”, diz.

A gerente de uma outra loja especializada em doces, no Centro da cidade, Ludmila da Costa Borges, já tem outra análise. Ela acha que o movimento está menor do que o registrado no ano passado. “Estou sentindo a movimentação mais fraca. Espero que até sábado ela acelere. Até porque o brasileiro deixa tudo para cima da hora”, observa a gerente, acrescentando que em sua opinião a tradição está diminuindo. “Pelo que tenho percebido a tradição de distribuir doces está se perdendo a cada ano”, diz. Mesmo assim Rafaela acredita que as vendas aumentem cerca de 10%. Segundo ela, o suspiro é um dos doces mais procurados nesta época.

Uma consumidora que ainda mantém a tradição de entregar doces em comemoração do Dia de São Cosme e Damião, a dona-de-casa Rosenira Silva, 36 anos, diz estar pesquisando os preços antes de fazer as compras. “Tem ficado cada vez mais difícil manter a tradição. Tenho percebido que os preços estão mais altos. Antes de comprar é preciso pesquisar bem” cita. Ela entrega todo ano 300

saquinhos de doces.

Fonte: - REDAÇÃO. **Comerciantes esperam aquecer vendas com o Dia de São Cosme e Damião.** Disponível em:

<<http://www.avozdacidade.com/portal/Economia/htm000020089.asp>

>. Acesso em: 09 out. 2008.

LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

Cabe sugerir consulta à “**CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA**”, que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES ou pelo site: http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha_Fornecedor_Capixaba.pdf

Essa atividade exige o conhecimento de algumas leis:

- Lei Federal nº. 8.078/1990 - Alterada pela Lei nº 8.656/1993, Lei nº 8.703/1993, Lei nº 8.884/1994, Lei nº 9.008/1995, Lei nº 9.298/1996, Lei nº 9.870/1999 e Medida Provisória nº 1.890-67/1999.

Algumas leis que o empreendedor deve ter conhecimento.

Federal:

- LEI Nº 7967/89. Dispõe sobre o valor das multas por infração à legislação sanitária.

Nível Municipal:

- LEI Nº 4742/98. Dispõe sobre o funcionamento dos estabelecimentos prestadores de serviços, comerciais e industriais no Município de Vitória, aos sábados domingos e feriados. revoga os artigos 217, 218, 219 e 220 da Lei 2481/77, as Leis nºs 3167/84, 3500/87, 3979/93 e 4098/94. Suprimido o item 3 do art. 1º; alterada a alínea b, item 2 do art. 2º; acrescentado um art. 3º, renumerando os seguintes. Alterada pela Lei nº 4875/99. Revogada pela Lei nº 6080/03.

- Lei Municipal nº. 6.080/2003 – Institui o Código de Posturas e de Atividades Urbanas do Município de Vitória. - Lei nº. 6.080/2003 – Código de Posturas e Atividades Urbanas do Município de Vitória - Regulamentada pelo Decreto nº 11.975/04. Ref. Proc. 5766168/03. Lei nº 6412-05-acrescenta inciso IX ao § 2º. Alterada pelas Leis nºs 6679/06 e 6680/06. Acrescentado inciso IX ao § 2º do Art. 99, pela Lei nº 7.063/07. Regulamentado inciso III do Art. 194, pelo Decreto nº 13.853/08.

- LEI Nº 4987/99. Dispões sobre a proibição da venda de bebidas alcoolicas a menores de 18 anos, no município de Vitória.

- Resolução de Diretoria Colegiada - RDC N.º 216 da ANVISA, de 15 de setembro de 2004 - Em vigor dia 15 de março de 2005.

As Boas Práticas (BP) são procedimentos que devem ser adotados por serviços de alimentação, a fim de garantir a qualidade higiênico-sanitária e a conformidade destes produtos com a legislação vigente.

A RDC 216/04 tem como principal objetivo: proteger a saúde da população; aperfeiçoar as ações de controle sanitário; e proporcionar a melhoria das condições higiênico-sanitárias dos alimentos preparados.

Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação.

Maiores informações ANVISA (Agência Nacional da Vigilância Sanitária)

Para maiores informações consultar o site da ANVISA.

REGISTRO ESPECIAL

Para registrar sua empresa você precisa de 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. Além disso, ele é conhecedor da legislação tributária à qual está subordinada a nossa produção e comercialização. Mas, na hora de escolher tal prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais qualificados, que tenha boa reputação no mercado e melhor que seja indicado por alguém que já tenha estabelecido com ele uma relação de trabalho.

Para legalizar a empresa é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Fazenda;
- Registro na Prefeitura do Município;
- Registro no INSS;
- Registro no Sindicato Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Registro na Prefeitura para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social - INSS”;
- Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar a sua doçaria para fazer a consulta de local e efetuar a inscrição municipal para obter o alvará de funcionamento.
- Liberação e registro na vigilância sanitária Estadual - o alvará de licença fornecido pela vigilância sanitária é renovado anualmente.

ENTIDADES

CENTRAL FÁCIL – CENTRAL DE ATENDIMENTO EMPRESARIAL

É um sistema de atendimento que prevê a simplificação, racionalização e padronização dos processos de abertura de empresas com redução da burocracia.

Avenida Nossa Senhora da Penha, 1433 – Santa Luzia – Vitória – ES

CEP 29045-401

Fone: (27) 2127- 3000

CIC - CENTRO INTEGRADO DE CIDADANIA

PROCON (Coordenação de Atendimento)

Av. Maruípe, nº. 2544 – Itararé, Vitória/ES - CEP: 29.045-230

Tel.: (27) 3382-5545 / 5539 / 5536

Site: <http://www.vitoria.es.gov.br/procon/procon.htm>

E-mail: procon@vitoria.es.gov.br

JUCEES - JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433, Santa Luíza - Vitória/ES

CEP: 29045-401

Tel.: (027) 3135-3167 / 3135-3163

Site: www.jucees.es.gov.br

E-mail: atendimento@jucees.es.gov.br

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 1927 - Bento Ferreira, Vitória/ES

CEP: 29.050--945

Tel.: (27) 3382-6000

<http://www.vitoria.es.gov.br>

SEMUS - SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE – VIGILÂNCIA SANITÁRIA DO MUNICÍPIO DE VITÓRIA.

Rua Leoni Souza, 2132 – Ed. Bruno

Ilha de Santa Maria, Vitória / ES

CEP: 29.053-305

Tel.: (27) 3223-4112 / 3223-4048

Site: <http://www.vitoria.es.gov.br>

SEDEC / GECON / CTP – SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO URBANO

Rua Vitória Nunes da Mota, 220, CIAC, Ed. Ítalo Batan Regis

Enseada do Suá – Vitória/ES

CEP: 29010-331

Tel.: (27) 3135-1097

<http://www.vitoria.es.gov.br>

SEFAZ-ES - SECRETARIA DE ESTADO DA FAZENDA DO ESPÍRITO SANTO

Av. Jerônimo Monteiro, 96 - Ed. Aureliano Hoffman – Centro, Vitória/ES.

CEP: 29010-002

Tel.: (27) 3380-3922

Site: www.sefaz.es.gov.br

SESA – SECRETARIA ESTADUAL DE SAÚDE

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2025 - Bento Ferreira, Vitória / ES

CEP: 29.050-625

Tel.: (27) 3137 –2300

Site: <http://www.saude.es.gov.br>

E-mail: visa@saude.es.gov.br

MINISTÉRIO DA SAÚDE

<http://www.saude.gov.br>

ANVISA - AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA

SEPN 515, Bloco B, Edifício Ômega / Brasília (DF)

CEP: 70.770-502

Tel.: (61) 3448.1000

<http://www.anvisa.gov.br>

ABRASEL - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES

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

ABRASEL - ES

Rua Frederico Lagassa, 30, salas 201 a 206
Edifício Scheila, esquina com a Av. Leitão da Silva, Gurigica, Vitória, ES
Tel. (27) 3038-1271 / 8128-9175
Site: <http://www.abraseles.com.br/>
E-mail abraseles@abrasel.com.br

SINDBARES – ABRASEL / ES SINDICATO DOS RESTAURANTES BARES E SIMILARES DO ES.

E-mail: sindibares@sindibares.com.br
Site: <http://www.sindibares.com.br>
Site: <http://www.sirva-se.com.br>

SINCADES – SINDICATO DO COMÉRCIO ATACADISTA E DISTRIBUIDOR DO ESPÍRITO SANTO.

Av. Nossa Senhora dos Navegantes, 755, Ed. Palácio da Praia, Sala 408/411,
Enseada do Suá, Vitória/ES
CEP 29.052-157

Tel.: (27) 3325-3515

Site: <http://www.acades.com.br>
E-mail: sincades@sincades.com.br

FISPAL - AGÊNCIA INTERNACIONAL PRIVADA DE DESENVOLVIMENTO DO MERCADO DE ALIMENTOS .

Rua Funchal, 418 - 23º andar, Vila Olímpia / SP
CEP. 04551-060 -
Tel.: (11) 3234-7725 Fax: (11) 3234-7700
Central de Relacionamento: (11) 4003 - 3004
Site: <http://www.fispal.com.br>
E-mail: fispal.sp@fispal.com

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA ALTA GASTRONOMIA

Av. Brigadeiro Faria Lima, 1478, 4º andar, cj 416 - São Paulo/SP.
Cep 01451-913
Tel.:: (011) 3032-9947 / 3032-9701
<http://www.abaga.com.br/>

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE ALIMENTAÇÃO

Av. Brig. Faria Lima, 1478 - 11º andar 01451-913 - São Paulo/SP.
Tel.11 3030.1353
<http://www.abia.org.br>

CRN-4 - CONSELHO REGIONAL DE NUTRIÇÃO

[Região Espírito Santo](#)

R. Misael Pedreira da Silva, 98/101 - Praia do Suá - Vitória - CEP: 29.056-940 Tel.:
(27) 3315.5311 / **Atendimento:** das 10:00 às 17:00h
Site: [http:// www.crn4.org.br](http://www.crn4.org.br)

FORNECEDORES E FABRICANTES

O SEBRAE/ES se isenta de responsabilidades quanto à forma da atuação das empresas no mercado.

COZINHA & CIA

End.: Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2741, Bento Ferreira Vitória / ES
CEP: 29050-625
Telefone: (27) 3325-4122
E-mail: vendas@cozinhaeciaes.com.br

PORTUGAL MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

Instalações comerciais (bares, restaurantes, lanchonetes, supermercados etc).
End.: Av. Fernando Ferrari, 3315, loja 02, Jabour – Vitória/ES
CEP. 29.075-053
Tele fax: 3327-6262
E-mail: comercial@portugalmaz.com.br
Site:<http://www.portugalmaz.com.br>

ACIMAZ – Máquinas e Equipamentos

www.acimaz.com.br
Vitória / ES
Av. Alexandre Buaiz, 324 – Ilha do Príncipe
CEP:29020-300
Telefone:27-2124-5200
E-mail:vitoria@acimaz.com.br

Cariacica/ES

Av. Expedito Garcia, 21 - Campo Grande
CEP: 29.146-210
Telefone: 27-3346-5100
E-mail: vendas@acimaz.com.br

FERRI - CAMARGO E GOMIERO INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE FORNOS LTDA.

Fornos e Equipamentos
Rua do Orfanato, 1331 - Vila Prudente - São Paulo / SP
CEP : 03131-010 PABX : 6965-4263
Telefones: (11) 2965-4263 / (11) 2021-5568 / 3866
E-mail: vendas@ferri.com.br
Site: www.ferri.com.br

NKS Máquinas –fabricante das máquinas para produção de doces e salgados

Tel.: (11) 2621-2047 / 2623-3044
Rua Augusto Correa Leite, 684 – Engenheiro Goulart CEP 03726-100 – São Paulo/SP
<http://www.nksmaquinas.com.br>

M. GERAIS COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES

Produtos: eletrodomésticos e utensílios

Rua Duckla de Aguiar, 20 Praia de Santa Helena Vitória / ES
CEP: 29052-250 Telefax: (27) 3345 3277
E-mail: mgerais@mgerais.com
Site: www.mgerais.com

BEMATECH – TECNOLOGIA EM AUTOMAÇÃO

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

ESYS SISTEMAS – AUTOMAÇÃO COMERCIAL

R. Coronel Artur de Godói - Nº 7, Vila Mariana / SP
CEP: 04018-050
Tele fax: (11) 3323-3700
Site: <http://www.colibri.com.br>

TRONSOFT – SOLUÇÕES EM SOFTWARES

Softwares comerciais para boates, restaurantes, bares, fast food e similares.
Rua Portinari, 27 – sl. 501 - Santa Luíza Vitória / ES
Tel.: (27) 3225-4207
Site: <http://www.tronsoft.com.br>

LIPPAUS LOJISTICA E DISTRIBUIÇÃO LTDA

Rod. Br 101, Km 292, s/n – Contorno - Cariacica/ES
Tel.: (27) 3346-2210
E-mail: lippaus@lippaus.com
Site: <http://www.lippaus.com>

MEIWA EMBALAGENS

Plástico e isopor
Meiwa Indústria e Comércio Ltda
Rod. Presidente Dutra s/nº - km 203,6
Jd. Tupi - Caixa Postal 281 - Arujá - SP
CEP 07400-970
Telefone: (11) 4654-7100 Fax: (11) 4654-2598
E-mail: atendimento@meiwa.com.br
Site: <http://www.meiwa.com.br>

ATACADÃO SÃO PAULO

Material para escritório (papeleria)
Av. Vitória, 2703 - Horto, Vitória/ES
CEP: 29050-141
Tel.: (27) 2121-5050
<http://www.atacadosaopaulo.com.br>

DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS SALINAS

Av. Adalberto S. Nader, 675 , Vitória/ES
Tel.: (27) 3324 0918
E-mail: framacio.es@uol.com.br

REFRIGERANTES COROA LTDA

Rua Roberto Carlos Kaustsky, 234, Centro - Domingos Martins / ES
CEP 29206-000

Tele fax: (27) 3268 3800
SAC: 0800 701 1370
E-mail: sac@coroa.com.br
Site: <http://www.coroa.com.br>

AMBEV – Companhia de Bebidas das Américas

SAC Antarctica: 0800 725 0003 - disk@antarctica.com.br

SAC Brahma: 0800 725 0001 - sac@brahma.com.br

SAC Skol: 0800 725 0002 - sac@skol.com.br

SAC Pepsi: 0800 725 0004

SAC Gatorade: 0800 725 0005

CAFÉ MERIDIANO INDUSTRIAL E COMÉRCIO

Rua Neves Armond, 399, Praia Suá, Vitória/ES

Tel.: (27) 3225-9886

CAFÉ TABACO - MONIQUE COMERCIAL DE ALIMENTOS

Rua Joaquim Lírio, 455 – loja 1

Praia do Canto, Vitória / ES

Tel.: (27) 3315-7291

ÁGUA PEDRA AZUL

Rua José Alexandre Buaziz, 106, sala 706, Ed. London Office Tower

Enseada do Suá, Vitória - ES

CEP 29050-955

Tel.: (27) 3200-3667

Site: <http://www.aguapedraazul.ind.br>

E-mail: faleconosco@aguapedraazul.ind.br

BIBLIOGRAFIA

SEBRAE/SP. Como Montar uma Doceria. São Paulo: Sebrae/SP, 1997.

SEBRAE / CE. **Doces e salgados**. Fortaleza: SEBRAE/CE, 1995. Perfil de Negócios

REVISTA PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. Multiplicação de doces bárbaros. Fevereiro/2005, Nº 193, p. 31.

AIUB, George Wilson; ANDREOLLA, Nadir; ALLEGRETTI, Rogério Della Fávera. Plano de Negócios: Serviços. 2 ed. Porto Alegre : Ed. SEBRAE/RS, 2000.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1999.

ANDRADE, Patrícia Carlos de. Oriente-se: guia de profissões e mercado de trabalho. Rio de Janeiro: Ed. Oriente-se, 2000.

CHAGAS, Fernando Celso Dolabela. O segredo de Luísa - uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce um empreendedor e se cria uma empresa. 14 ed. São Paulo: Cultura Editores e Associados, 1999.

Loja de Doces. PEGN, 01/10/2003.

Chuva de balas. Revista Meu Próprio Negócio, 01/11/2004

Luciana Maria Liveraro. ARTE EM BOLOS. Revista Meu Próprio Negócio,

01/04/2005.

Doces e salgados para festas. Seja Seu Patrão – PEGN, 01/05/2005.

Sabor canino. Revista Meu Próprio Negócio-Especial, 01/06/2005

Oportunidades de negócios é um material meramente informativo acerca dos empreendimentos existentes no segmento correspondente ao seu título. Os dados apresentados são extraídos de publicações técnicas e, em linhas gerais, não têm a pretensão de ser um guia para a implementação dos respectivos negócios. É destinada apenas à apresentação de um panorama da atividade ao futuro empresário, que poderá enriquecer suas idéias com as informações apresentadas, mas carecerá de um estudo mais detalhado e específico para a implementação do seu empreendimento.

ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO

UCA – Unidade de Captação de Recursos & Atendimento - UCA

Data última atualização: outubro de 2008