

RESTAURANTE A LA CARTE

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia : terciário

Ramo de Atividade: comércio

Tipo de Negócio: restaurante a la carte

Produtos Ofertados/Produzidos : serviço de fornecimento de refeições, pratos especiais, bebidas nacionais e importadas, sobremesas etc.

Investimento inicial : R\$ 160 mil, aproximadamente.

Área: 150 m²

APRESENTAÇÃO

Fazer bem, fazer melhor, fazer com originalidade. Estes três princípios tornam-se especialmente importantes no ramo dos restaurantes. Basta olhar ao redor: quantos restaurantes, bares e lanchonetes existem na sua região? Alguns ou muitos, com certeza. Então, a excelência faz toda a diferença para poder sobreviver.

É importante observar que os restaurantes não seguem todos uma mesma modalidade de serviços. Uma refeição pode ser servida *a la carte* ou basear-se em um bufê, no qual os convidados se servem e retornam a seus lugares nas mesas. Na modalidade *a la carte*, que veremos com mais detalhes nesse título, cada cliente examina o menu, escolhe o prato e o indica ao garçom.

O atendimento faz a diferença. É importante servir bons produtos em quantidade farta. Higiene não é diferencial, é requisito.

MERCADO

Um número cada vez maior de pessoas se alimenta fora de suas casas, principalmente nas grandes cidades, favorecendo o aumento do número de restaurantes e setores afins. Os motivos são vários, como o aumento das concentrações urbanas, que dificulta a locomoção do indivíduo de seu trabalho para o lar, a mulher que ingressou de forma decisiva no mercado de trabalho, a estrutura familiar cada vez mais reduzida, além do restaurante ter se tornado uma opção de lazer.

Adaptar o menu ao público desejado é o segredo do sucesso dos restaurantes a la carte. Tendo como concorrente direto o restaurante a quilo, esses estabelecimentos devem investir em serviços diferenciados. E para atrair clientes todos os dias e garantir o movimento, ele tem de ter opções diferentes ou pratos especiais. Se não tiver, o público não vai voltar com frequência.

Parcerias com empresas e associações de classe são boas opções. Nesses casos, os funcionários ou associados têm descontos que podem chegar a até 20% nos almoços e jantares. Outros exemplos são parcerias com hotéis e agências de viagem. Assim, os passeios turísticos feitos ou sugeridos por essas empresas acabam incluindo um almoço ou jantar a um preço promocional.

Os tíquetes, vales e cartões-benefício se constituem em instrumentos decisivos para o crescimento do segmento de restaurantes. Estas formas de pagamento, garantem e aumentam a clientela, servem de estímulo à expansão do setor e aproveitam melhor o potencial das redes de refeições já existentes.

A concorrência também deve ser estudada antes de o empreendedor decidir empreender no ramo.

LOCALIZAÇÃO

O local merece atenção especial. O empreendedor deve buscar um ponto comercial

adequado ao tipo de estabelecimento. Restaurantes menos sofisticados devem estabelecer-se, preferencialmente, em regiões centrais, próximas a áreas comerciais e com grande circulação de pedestres. Os mais sofisticados devem situar-se em áreas nobres, mais afastadas dos centros.

Independentemente do tipo de restaurante, o empreendedor tem que estar atento a aspectos diversos, como facilidade de acesso e de estacionamento, segurança da região e legislação local que rege a construção e o uso de edifícios. O imóvel deve ter "Habite-se", IPTU comercial, planta regular e estar a salvo de assaltos e inundações.

O empreendedor pode escolher um hotel para se instalar. Mas atenção: hotéis e flats com tarifas acima do mercado, por exemplo, acabam tendo baixa ocupação e, conseqüentemente prejudicando os restaurantes. Isso significa dizer que eles ficam de certa forma na dependência do desempenho do hotel. A escolha por esse padrão se deve a uma razão específica: segurança. A grande circulação de pessoas no local, também pesa na decisão.

E lembre-se de que as atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. A consulta de local na Prefeitura é o primeiro passo para avaliar a implantação do restaurante a la carte. Na Prefeitura de Vitória o PDU é fornecido por meio de consulta no site.

ESTRUTURA

A estrutura deve contar com uma área mínima de 150 m², distribuídos entre cozinha e salão destinado ao atendimento. Também devem existir no imóvel dependências destinadas à estocagem de matérias primas e ao desenvolvimento de atividades administrativas.

A cozinha deve ser planejada, de modo a facilitar o acesso e a movimentação de cozinheiros, auxiliares e garçons. É importante evitar que os odores, os ruídos e o calor proveniente da cozinha atinjam o salão principal, o que pode ser feito com a instalação de portas entre os ambientes.

As posições e distribuição da cozinha, balcões de atendimento, depósitos, entre outros é importante para a integração das atividades a serem executadas. Para alcançar satisfatoriamente a produção desejada, você deverá considerar o layout interno (ambiente, decoração, facilidade de movimentação, luminosidade, entre outros) e o externo (vitrinas, fachada, letreiros, entrada e saída, estacionamento, entre outros) do restaurante.

Higiene é fator fundamental quando se trata de alimentação. Relacionamos, abaixo, algumas medidas indispensáveis de incremento e controle das condições de higiene, que devem ser adotadas pelo empreendedor na conservação e na produção de alimentos:

- Pisos, paredes e bancadas têm que ser feitos de material lavável e impermeável e higienizados com água e sabão todos os dias.
- Equipamentos, utensílios e recipientes devem ser mantidos em bom estado de conservação e higiene, para que não acumulem resíduos alimentares e favoreçam a contaminação do produto final.
- Em relação à condição de armazenamento e acondicionamento dos produtos, as áreas destinadas a depósito devem ser bem arejadas, e os produtos mantidos sobre estrados a 20 cm de distância do chão e da parede.
- Os *freezers* e refrigeradores devem estar limpos e em bom estado de conservação, para que não ocorra contaminação e perda de temperatura. Os alimentos, de uma forma geral, devem permanecer sempre tampados, protegidos contra insetos e

poeira e, quando são submetidos a refrigeração, devem ser embalados adequadamente ou acondicionados em vasilhas plásticas com tampa;

- As instalações sanitárias devem ser ventiladas, com portas de fechamento automático.
- É recomendável disponibilizar local independente para o lixo, sem comunicação com a área de processamento. Quando possível, tratar o lixo por meio de trituradores.
- Deve-se dar treinamento permanente aos funcionários, visando a aquisição de hábitos de higiene adequados à manipulação de alimentos.
- Devem ser usados utensílios diferentes no manuseio de alimentos crus e cozidos, evitando a contaminação cruzada. Evite o manuseio de alimentos crus e cozidos na mesma área.
- Armazene os alimentos, agrupando-os por tipo. No caso de refrigeração, utilize recipientes tampados.
- Faça o estoque dos alimentos em lugares secos, usando a regra "o que entra primeiro, sai primeiro", no momento de usá-los.
- Contrate empresas especializadas para dedetizar os locais de produção e armazenagem de alimentos.

EQUIPAMENTOS

- Um projeto básico certamente contará com:
- *Freezer's* e geladeiras comerciais;
- Fritadeira elétrica água e óleo;
- Chapa para grelhados;
- Moedor de carnes, descascador de batatas;
- Fogão industrial;
- Processadores de alimentos, liquidificadores industriais, espremedores industriais de suco de frutas;
- Balcões térmico frio e a vapor;
- Utensílios de cozinha (panelas, talheres, pratos, botijões de gás, toalhas, porta-guardanapos);
- Caixa registradora;
- Exaustores;
- Mesas e cadeiras para 50 pessoas;
- Computadores, fax e telefone;
- Veículo;
- Ventiladores ou ar condicionado central.

INVESTIMENTOS

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento e do quantitativo de que dispõe o investidor. Considerando um restaurante de pequeno porte, montado numa área de 150 m², será necessário um investimento de R\$ 150 mil, aproximadamente.

Investindo em Informatização

Os equipamentos de automação comercial e gestão de restaurantes permitem uma rotina mais precisa, com redução dos custos operacionais e atendimento mais eficiente.

Muitos empresários começaram a trabalhar com as comandas eletrônicas, mais precisamente dispositivos chamados *palm tops*. O sistema funciona da seguinte maneira: os garçons trabalham com os *palm tops* e cada pedido feito é enviado para

o *access point* (algo semelhante a uma antena de radiofrequência). Em seguida, esses pedidos são enviados para um sistema inteligente "servidor", que se encarrega de mandar as informações para o banco de dados que as distribui para cada setor: cozinha, bar e caixa, para finalizar a conta do cliente.

Há ainda a possibilidade de instalação de terminais com a tecnologia *touchscreen* na mesa do cliente, permitindo que ele próprio faça o pedido, na hora que bem entender e sem interferências. A solicitação é imediatamente encaminhada para a cozinha e para o caixa, onde acontece a atualização automática dos valores que serão cobrados. Esse imediatismo permite ao cliente saber o quanto está consumindo, evitando os sustos tão comuns no fechamento da conta.

Nas mesas de alguns restaurantes japoneses já existem terminais com o cardápio eletrônico, incluindo fotos e características de cada prato. É possível 'navegar' pelo *menu*, fazer o pedido e escolher a quantidade desejada. Uma base de dados de cada cliente identificaria os gostos individuais, apresentando os pratos do dia de acordo com essas preferências.

Há restaurantes que em datas comemorativas ou com maior movimento (e mesmo nos dias comuns), oferecem o serviço de reservas online, onde através do site é possível escolher local, mesa de preferência e até área reservada no restaurante.

O controle do estoque também tende a ficar mais informatizado. Empresários do ramo já utilizam sistema, onde, ao serem retirados, os insumos serão identificados por *scanners* tridimensionais, responsáveis pela baixa automática no estoque. O sistema estará integrado aos fornecedores, que poderão saber, em tempo real, quais as necessidades de abastecimento para cada produto.

Outro marco importante diz respeito à introdução da tecnologia *smart card* para pagamento de refeições. Com isso, foram eliminadas de filas no caixa e o fim dos custos inerentes à transação *on-line*. No momento em que o estabelecimento achar mais conveniente "fechar o caixa", basta conectar-se a uma linha telefônica, por meio do POS ou Posto de Autoatendimento, e descarregar os créditos de seu cartão. Após esta etapa, as informações são enviadas para a operadora, que se encarrega de realizar o reembolso dentro das condições previstas em contrato.

PESSOAL

O sucesso de qualquer empresa está na satisfação do cliente. Na área de restaurantes e similares, como em nenhuma outra, esse resultado só pode ser obtido por intermédio de funcionários. Trata-se prioritariamente de uma prestação de serviços, seja sem o contato com o cliente, com o produto sendo elaborado no bar ou na cozinha, seja no atendimento pelo garçom, quando a prestação de serviço ocorre diretamente. Portanto, o sucesso, pode-se também dizer, depende do funcionário. Como em poucos ramos, neste há a necessidade impreterível de uma equipe coesa, treinada e motivada para obter resultados.

A formação de uma boa equipe começa com ampla base de recrutamento. Quanto maior o número de candidatos, melhor pode ser a seleção. Evidentemente, quem escolhe tem que ter algum conhecimento, experiência, perspicácia. Tem que saber distinguir se o candidato é competente, talentoso, disciplinado, sério, sabe se relacionar de forma respeitosa com clientes, colegas e superiores, além de ter muita vontade de permanecer e ascender na empresa.

Após a seleção, uma medida importante é formalizar os empregados: os funcionários essenciais - cozinheiros e garçons - devem ser contratados segundo a CLT. Sem isso, o vínculo com a empresa se torna frágil e podem ocorrer ações trabalhistas que comprometem o negócio. Consultar o sindicato da categoria também é importante

para conhecer piso salarial e benefícios a oferecer.

Uma das retribuições materiais imediatas é a distribuição equitativa da gorjeta. O empresário deve, desde a abertura da casa, prever a distribuição correta e justa da gorjeta, com todos recebendo uma parte. Para evitar problemas trabalhistas, deve-se afastar a administração dessa verba, mas jamais permitir que ela só beneficie alguns, pois este será um forte motivo de desagregação e desmotivação.

Outro detalhe importante: todos devem possuir boa apresentação pessoal e usar uniformes de cor clara, calças adequadas, cabelos curtos e cobertos com boné ou rede, mãos limpas, unhas curtas, sem adornos nos dedos ou pulsos. Deve-se lavar muito bem as mãos, antes de manipular os alimentos e após o uso do sanitário. Sugere-se, no início, a contratação de nove funcionários entre a retaguarda, a cozinha e o atendimento.

PROCESSOS PRODUTIVOS

Os preparativos para trabalhar com um restaurante começam muito antes de abri-lo. O empreendedor, antes de montar o restaurante, deve conversar com outros proprietários e saber de quais profissionais vai precisar. Montar um plano de negócios detalhado ajuda.

Os cuidados com a satisfação do cliente não se limitam apenas aos serviços. A qualidade da refeição e os preços também são importantes aspectos a serem considerados pelo empreendedor. Uma forma de garantir produtos de qualidade e a preços competitivos é o gerenciamento de compras e estoques.

O nível de estoque deve ser mantido, preferencialmente, em níveis próximos da demanda, de modo a garantir a qualidade dos insumos e reduzir os custos com a estocagem. Tal medida, contudo, só pode ser sustentada a partir de uma escolha cuidadosa dos fornecedores. Nesse sentido, deve-se buscar fornecedores que sejam capazes de oferecer produtos de qualidade, a preços razoáveis e em tempo hábil para a manutenção das atividades do restaurante em nível normal, isto é, sem que ocorram interrupções, não previstas, no fornecimento.

Outro detalhe: nunca altere os ingredientes dos pratos. É importante manter o padrão de qualidade. Perdê-la pode ser o risco de perder o cliente para alguma das outras opções de restaurante existentes na região. Não dá para ser apenas mais um, sem diferencial, pois o cliente pode decidir ir a outro lugar. É preciso fazer melhor.

O restaurante é o seu negócio, então precisa estar seguro. Sempre que possível, é aconselhável fazer seguros contra incêndio, furto, roubo de caixa, danos elétricos e lucros cessantes. Se acontecer algum imprevisto, o empreendedor não fica completamente desamparado.

DIVULGAÇÃO

Montar uma boa estrutura não adianta, se o restaurante não ficar conhecido. O boca a boca é a melhor forma de publicidade, embora o anúncio em jornais, revistas, guia de serviços e na internet também surtam efeito.

Outra dica é fazer publicidade em lugares frequentados pelo público-alvo, como empresas, faculdades e distribuição de panfletos em sinais de trânsito.

Pode-se procurar a área de recursos humanos de empresas para oferecer vantagens ou criar promoções do tipo "junte 10 cupons e ganhe uma refeição". São ações simples que funcionam.

DIVERSIFICAÇÃO

Os restaurantes se profissionalizaram principalmente nos últimos oito anos. Agora, necessitam ter algo a mais. A saída é diversificar.

Os motivos para se aventurar em outro ramo de atividade vão desde o bom e velho marketing, principalmente pelo reforço conceitual da marca, até à intenção de ter negócios paralelos faturando sob o mesmo teto.

Antes de contar com os benefícios da diversificação, é importante aprender sobre o novo empreendimento.

O restaurante é um serviço, vende refeições. Mas os donos descobriram, de uma forma sábia, que outros serviços ou produtos podem ser agregados ao negócio principal. Se o empresário decide dividir o terreno de seu restaurante com a venda de algum produto, ele precisa lembrar que o público-alvo do negócio principal tende a transferir a confiança que tem em um para o outro.

Por isso, outros negócios devem existir para "iluminar" a marca, com cuidado para não contrariar a proposta da empresa original e acabar por ofuscá-la.

Fazer com que os ramos de atividade da mesma marca sejam compatíveis entre eles pode evitar problemas como a aceitação de um dos produtos ou o desgaste da marca.

"Desvio" deve ser planejado a partir de interesses do público-alvo.

Veja a seguir alguns exemplos de empresas que diversificaram seus negócios em São Paulo:

1. Chakras - São Paulo

Da fachada imponente, surge um nome em sânscrito e o convite para entrar.

Um passeio pelo empreendimento faz o visitante questionar as intenções do lugar: à direita, um bar. No centro, uma praça ao estilo romano com mesas ao ar livre. Em um dos lados, uma galeria de arte. Do outro, um pequeno bazar com produtos orientais. Ao fundo, uma boate. Na vitrola, mantra ou música asiática. E, no alto, uma tela para apresentações de filmes, camas e almofadas.

Sim, é um restaurante. Ou, ao menos, esse é o principal empreendimento. Ele faz parte de um tipo de negócio que está tomando fôlego no cardápio paulistano: restaurantes multifuncionais, que agregam, além da cozinha, um negócio paralelo sem ligação direta com os assuntos culinários.

Ao fazer isso, os restaurantes ganham os benefícios da diversificação, mas é importante que os negócios tenham sinergia.

É uma tendência de mercado impulsionada pela forte concorrência.

2. Boa Bistrô & Bem-Estar - São Paulo

Aqui, a gastronomia divide espaço com as salas de massagem. A ideia foi inspirada na vida estressante da cidade.

Com uma entrada lateral, independente da do restaurante, há um espaço dedicado a massagens terapêuticas de diversos tipos, como *shiatsu*, *ayurvédica* e *quiropaxia*. Quem chega por lá fica sabendo do restaurante. Já quem entra para comer pode sair mais relaxado.

Apesar da divulgação acontecer também de forma individual, o carro-chefe do negócio é a culinária. Também de olho nos clientes das massagens, a *chef* criou um *menu* de pratos leves e saudáveis. A sócia espera ver crescer o público da terapia: hoje, ele representa cerca de 10% do faturamento da empresa. O objetivo é chegar a 20%.

Palestras relacionadas ao bem-estar tomam conta do local à noite, também para

tentar atrair os participantes.

NOTÍCIAS

Restaurantes italianos de SP recebem selo internacional

Pela primeira vez em São Paulo, 30 restaurantes receberam [...] o selo internacional Ospitalità Italiana, conferido pela União das Câmaras de Comércio Italianas. A entrega do prêmio foi no Terraço Itália, cartão postal da cidade. A maioria dos “selados” é de pequenos estabelecimentos na cidade.

Da decoração ao cardápio, as exigências para receber o selo são rígidas. Entre elas, o cardápio precisa ser escrito também em italiano e conter predominantemente (51%) pratos e receitas da tradição do país; ter ao menos um integrante da equipe que saiba se relacionar com o público na língua italiana; ambiente com elementos de identidade italiana; ao menos 20% da carta de vinhos devem ser italianos e com origem reconhecida. Os participantes devem declarar o comprometimento em difundir e valorizar a cultura do país.

No Estado de São Paulo, 75 estabelecimentos participaram do processo. Pizzarias e restaurantes de culinária internacional ficaram de fora. Também não foi avaliada a qualidade da comida, mas sim a hospitalidade italiana da casa. “É uma análise rigorosa feita por um comitê avaliador na Itália. Se o cardápio tiver, por exemplo, vinhos italianos sem a origem, o restaurante é desclassificado”, diz Erica Bernardini, diretora de marketing da Câmara Ítalo-Brasileira de Comércio de São Paulo.

O selo nasceu em 1997 para classificar os restaurantes na própria Itália que seguem fielmente as tradições do país. Em 45 países, receberam o selo 440 restaurantes. Na Itália, além do selo, os restaurantes participam de um prêmio concedido pelos turistas.

Segundo Erica, a divulgação do selo é feita internacionalmente. “Redes sociais e estratégias de marketing fazem parte da divulgação dos premiados. Isso permite aos restaurantes tornarem-se conhecidos principalmente para os turistas.”

Restaurantes de todo o país podem se inscrever para receber o selo. A próxima seleção começará em julho deste ano. De acordo com Erica, é preciso enviar um e-mail para marketing.ERICA@italcam.com.br. “Mandamos o termo de adesão com todas as regras para participar”.

Fonte: *Agência Sebrae de Notícias – Fev./ 2011*

CURSOS E TREINAMENTOS

O SEBRAE/ES disponibiliza para o empresário uma carteira com mais de 30 títulos de cursos e palestras abordando os mais variados temas e objetivos. A Educação Empresarial do SEBRAE é um instrumento para que os obstáculos encontrados sejam superados com maior facilidade ampliando, conseqüentemente, o horizonte de conhecimentos necessários nessa função.

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; Empretec; Administração Básica para Pequenas Empresas; 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.

A programação anual pode ser consultada no site: <http://www.sebraees.com.br/> - no link Cursos e Palestras.

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935, Ed. Sebrae – Centro
Vitória/ES
CEP: 29010-003
Canal de Relacionamento: 0800 570 0800

SENAC - SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL

Cursos oferecidos:

[A Arte de Cozinhar - Comidas Caseiras](#), [A Arte Preparar Bacalhau](#), [A Cozinha Indiana](#), [A Cozinha Italiana - Massas](#), [A Cozinha Italiana - Risotos](#), [Aproveitamento Integral dos Alimentos](#), [Arranjos de Frutas e Legumes para Ornamentação de Buffet](#), [Culinária Japonesa - Sushi e Sashimi](#), [Culinária Japonesa - Técnicas Avançadas de Sushi e Sashimi](#), [Culinária Light](#), [Docinhos, Bombons e Trufas para Festas](#), [Harmonização: Os Sabores e os Vinhos](#), [Introdução aos Serviços de Cozinha](#), [Pizzas Diversas](#), [Preparação de Carnes e Acompanhamentos](#), [Preparação de Churrasco e Guarnições](#), [Preparação de Saladas Diversas](#), [Preparação de Salgados](#), [Sanduíche e suas Variações](#) e [Segurança Alimentar](#).

Contatos:

Vila Velha (27)3229-5588
Vitória (27) 3229-5588
<http://www.es.senac.br/>

EVENTOS

O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações para obter informações sobre os eventos que ocorrerão dentro da sua área (tipo, data, local de realização). Os eventos como feiras, rodas de negócios, congressos etc., são muito importantes para o empresário ficar por dentro das tendências de mercado, conhecer novos produtos e tecnologias, realizar parcerias e fazer bons negócios.

ANUGA - Feira Internacional de Alimentação e Gastronomia

<http://www.mundofeiras.com/Anuga/cc:FF,if:298> e <http://www.anuga.com/>



EQUIPOTEL

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

TecnoCarne 2011

Centro de exposições imigrantes em São Paulo

Feira Técnica de Produtos para a Indústria da Carne maior feira de tecnologia em processamento de carne do País.

<http://www.alimentares.com/eventos> e www.fispal.com.br

Fispal

www.fisपाल.com.br

SaborES – Congresso e Feira para Bares, Restaurantes, Hotéis e Similares
 Informações: *site* <http://www.feirasabores.com.br/>.

Congresso abrasel Restaurante Show
 Realizado pela ABRASEL
<http://www.abrasel.com.br/>

SaborES – Congresso e Feira para Bares, Restaurantes, Hotéis e Similares
 Acontece normalmente no Pavilhão de Exposições de Carapinta – Serra.
 Informações: *site* <http://www.feirasabores.com.br/>.

ACAPES – Associação Capixaba de Supermercados
 Acontece normalmente no Pavilhão de Exposições de Carapina
<http://www.acaps.com.br/>
 Tel.: (27)3324 3599

LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

O funcionamento de um restaurante deve obedecer, além da legislação geral para o comércio, ao código sanitário (Decreto 8.386/85) e à liberação do ECAD – Escritório Central de Arrecadação e Distribuição. Estabelecimentos que mantêm ambiente de acesso ao público (de uso ou acesso de clientes) sonorizado, com música ao vivo ou mecânica, ainda que proveniente do uso do rádio, é obrigado o recolhimento ao ECAD, valores relativos aos direitos autorais. O ECAD é uma entidade personalizada, sem fins lucrativos, organizada, mantida, dirigida e administrada por associações civis de autores e titulares de direitos conexos. Goza de prerrogativas para cobrar e executar valores decorrentes dos direitos autorais. O valor devido ao ECAD deve ser apurado diretamente junto à Entidade, conforme critérios específicos definidos para o estabelecimento.

Recomenda-se fazer uma consulta ao PROCON para adequar seus produtos às especificações da Lei nº. 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor) – 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, Lei nº 11.785/2008, Lei nº 11.800/2008, Lei nº 11.989/2009 e Lei nº 12.039/2009.

- 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. Acrescentado artigos pela Lei nº 7598/08. Acrescentado § 3º no Art. 43, pela Lei nº 7.768/09 - § 3º. Na fixação de nomes de bens públicos municipais deverá ser reservado um percentual de 50% (cinquenta por cento), no mínimo, para o gênero feminino.”(NR) - Alterada Redação do § 1º do Art. 19 pela Lei nº 7.775/09. Acrescentado Parágrafo único ao Art. 27, pela Lei nº 7.842/09. Alterado o Parágrafo único do Art. 145 pela Lei 7802. Nova redação ao Art. 123 pela Lei nº 8.005/10.

- Simples Federal: para enquadrar essa atividade no SIMPLES
 Verifique junto com seu contador se ela está de acordo com a definição de microempresa ou de empresa de pequeno porte, bem como se não está inclusa em

qualquer das vedações prevista na Lei Complementar nº 123/2006 (Lei do Simples Nacional).

É interessante, também, fazer uma 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_Capixasba.pdf

REGISTRO ESPECIAL

Para registrar a empresa, o empreendedor deverá contratar um contador. Esse profissional, devidamente registrado no CRC – Conselho Regional de Contabilidade - , irá elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliará na definição da forma jurídica mais conveniente e realizará os registros nos órgãos competentes. O prestador de serviços contábeis também deverá informar ao empreendedor quanto aos aspectos tributários da empresa que irá iniciar.

No Espírito Santo, está em funcionamento o REGIN – Registro Mercantil – que é um sistema informatizado que integra os órgãos públicos envolvidos no Registro de Empresas como Junta Comercial, Receita Federal, Secretaria de Fazenda Estadual, Prefeituras de Cariacica, Serra, Viana, Vila Velha, Colatina e Cachoeiro de Itapemirim (as demais ainda estão em processo de implantação). Esse sistema visa à desburocratização dos processos de abertura, alteração e baixa de empresas e agiliza o processo de registro das empresas. Para mais informações sugerimos acessar o site da Junta Comercial do Estado do Espírito Santo.

1. Para iniciar suas atividades, a empresa, deverá ter os seguintes registros:
2. Consulta prévia de local na Prefeitura Municipal – em algumas prefeituras, como a de Vitória, esta pesquisa pode ser feita no site;
3. Registro na Junta Comercial do Estado do Espírito Santo;
4. CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – na Secretaria da Receita Federal;
5. Secretaria de Estado da Fazenda
6. Alvará de licença do Corpo de Bombeiros;
7. Alvará de licença e funcionamento – na Secretaria de Desenvolvimento da cidade onde vai instalar a empresa;
8. Inscrição no cadastro mobiliário de contribuição – Secretaria Municipal da Fazenda;
9. Inscrição na Previdência Social – INSS – Instituto Nacional do Seguro Social;
10. - Enquadramento no Sindicato Patronal. A empresa é obrigada a recolher a contribuição Sindical Patronal, no ato da constituição e a cada ano até o dia 31 de janeiro;
11. - Autorização para impressão de documentos fiscais – Secretaria da Fazenda Municipal.
12. - Liberação e registro na vigilância sanitária Estadual - o alvará de licença fornecido pela vigilância sanitária é renovado anualmente.

ENTIDADES

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935 - Ed. Sebrae – Centro, Vitória

Tele atendimento: 0800 570 0800

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

CIC - CENTRO INTEGRADO DE CIDADANIA

PROCON (Casa do Cidadão)
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>

SECRETARIA DE ESTADO DE DESENVOLVIMENTO

Av. Nossa Senhora da Penha - 3º andar - Ed. Trade Tower - 714
Praia do Canto
Vitória - ES
CEP: 29055-130
Tel.: (27) 3636 9701 / 9702 / 9704
<http://www.sedes.es.gov.br/>

ANVISA - AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA

Rua José Alexandre Buaiz, 190 – Sl. 1703
Vitória – ES
CEP.: 29055-221
Tel.: 3314 4054

Trecho 5, Área especial 57,
Brasília – DF
CEP.: 71205-050
Tel.: 0800 642 9782
<http://www.anvisa.gov.br/>

SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL

Unidade Vitória
Rua Pietrângelo de Biase, nº. 56, Centro, salas A/B,
Vitória – ES
CEP. 29.010-190

Unidade Vila Velha

Rua Henrique Laranja, nº 400 – Ed.: Montreal – Centro
Vila Velha – ES
CEP.: 29100-350
Tel.: (27) 3340 0666

Unidade Serra
Rua São José, Centro comercial Planalto, Nº 199. Lj. 01 – Jardim Limoeiro
Serra – ES
CEP.: 29164-037
Tel.: (27) 3228 1666
www.receita.fazenda.gov.br

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

Av. Jerônimo Monteiro, 96 - Ed. Aureliano Hoffman – 7º andar – Centro, Vitória/ES.
CEP: 29010-002
Tel.: (27) 3636 4000/3885
Site: www.sefaz.es.gov.br

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS JURÍDICAS

CARTÓRIO SARLO
Praça Costa Pereira, 30 Centro, Vitória/ES
Cep.: 29.010-080
Tel.: (27) 2124 9500 / 9501 / 9400
<http://www.cartoriosarlo.com.br/>

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA ALTA GASTRONOMIA

Rua Jorge Rizzo, 51 – Pinheiros
São Paulo - SP
Tel.: (011) 3032-9947 / 3032-9701
E-mail: abaga@abaga.com.br
[Http://www.abaga.com.br/](http://www.abaga.com.br/)

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDUSTRIAS DE ALIMENTAÇÃO

Av. Brig. Faria Lima, 1478 - 11º andar 01451-913 - São Paulo/SP.
Tel.: (11) 3030-1353
abia@abia.org.br
<http://www.abia.org.br/>

ASSOCIAÇÃO BRAISILEIRA DE RESTAURANTES E EMPRESAS DE ENTRETENIMENTO – ABRASEL

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

SINDBARES - Sindicato de Restaurante Bares e Similares do ES.
Rua Frederico Lagassa, 30, sl. 201 a 206, Ed. Scheila, Gurigica
Vitória - ES
CEP. 29.046-050
Tel.: (27) 3038-1271 8128-9175
E-mail: sindbares@sindbares.com.br abrases@abrasel.com.br
Sites: <http://www.sindbares.com.br>

ACAPES – Associação Capixaba de Supermercados

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

Tel.: (27)3324 3599

FORNECEDORES E FABRICANTES

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

Software para Restaurante e Pizzaria - Kad Food
Empresa: Centro de Produção Técnica de Viçosa – CPT
Telefone: 31-3899- 7000
Site: <http://www.cptsoftware.com.br>

Uniformes

Import Camisetas (Uniformes Profissionais)
Rua Dom Pedro II, nº 63 – Glória
Vila Velha – ES
Tel.: (27) 3229 9895

Av. Exedito Garcia, 195 – Campo Grande
Cariacica – ES
Tel.: (27) 3226 4825

Uniflor Uniformes Profissionais (Uniformes Profissionais)
Av. Jerônimo Monteiro, 1015 – Lj. 34 – Glória
Vila Velha – ES
Tel.: (27) 30632550

El Shadai Uniformes (Uniformes Profissionais)
R. General Osório, 127 – Sl. 910 – Centro
Vitória – ES
Tel.: (27) 3223 6963 / 3084 6229

Confiança
Rua Paulino de Brito, 288 Jd. Brasil
São Paulo – SP
CEP.: 02223-010
Tel.: (11) 2949-3977
www.uniformesconfianca.com.br
E-mail: confianca@uniformesconfianca.com.br



Cozinha / equipamentos

Magazine 286: Equipamento e utensílios para restaurantes
Rua Brigadeiro Tobias, 286
São Paulo – SP
CEP.: 01032-000
Tel.: (11) 3315-8081
<http://www.magazine286.com.br/>



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

Big Maq.
Instalações comerciais (bares, restaurantes, lanchonetes, supermercados etc).
End.: Av. Fernando Ferrari, 3315, loja 02, Jabour
Vitória/ES
CEP. 29.075-053
Tele fax: (27) 3327-6262
Site: <http://www.bigmaq.net/vitoria>

ACIMAQ – Equipamentos Comerciais
Vila Velha – Tel.: (27) 3229 0405
Vitória – Tel.: (27) 2124 5333
Cariacica - Tel.: (27) 3346 5100
Linhares - Tel.: (27)3264 4622
Colatina - Tel.: (27)3722 3199
<http://www.acimaq.com.br/>



Hortifrutigranjeiros
DISTRIBUIDORA POMAR LTDA
Contato: Alair Elias Gagno
Telefone: 27-3336-1989
Fax:27-3343-2655
E-mail: dpomar@uol.com.br

Arte Frutas
Rod. BR 262, s/n – pv. 3 – lj. 27 e 28
Cariacica – ES
Tel.: (27) 3336 3914

Avícola Kerkof
Rod. BR 262, s/n – lj. 8
Cariacica – ES
Tel.: (27) 3344 0668

Comercial Resplendor
Rod. BR 262, s/n – lj. 50
Cariacica – ES
Tel.: (27) 3336 1773

Frios e Laticínios
AGROPECUÁRIA PARAÍSO LTDA
Contato: Fernando Corteletti / Edson Luiz
Telefone: (27)3227-6391
Fax: (27)3324-1284
E-mail: fcfiore@terra.com.br, fcorteletti.vix@terra.com.br,
elammachado@terra.com.br

Produtos: Leite e derivados (coalhadas, iog. Natural, queijos frescos, queijos curados, creme de leite, iogurtes e etc...)

COOPERATIVA AGROPECUÁRIA DE RESPLENDOR LTDA

Contato: Aline Sarnágliã

Tel/Fax: (33) 3263-3989,

Contato: Andreia Dornelas

Tel.:(33) 3263-3990

Email: comercial@capel.ind.br

Site: www.capel.ind.br

Produtos/Serviços: Leite Longa Vida, Manteiga, Mussarela e demais derivados de Leite.

VENEZA – COOPERATIVA AGROP. DO NORTE DO E.S.

Contato: Indústria: Berenice V. Pellegrino

Rep. Grande Vitória: Hélio Lacerda 27 9982-6114

Rep. Região Norte: Adelson Antonio 27-9978-1988

Rep. Região Oeste: Mauricio Dutra 27-9987-3799

Telefone: 27-3752-8888

Fax: 27-3752-1264

E-mail: veneza@produtosveneza.com.br

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

Cooperativa de Laticínios Selita Ltda

Rua José Alexandre Buaiz, s/n – Sl. 1014

Vitória – ES

CEP.: 29050-545

Tel.: (27) 3235 7324

Frigorificados, Embutidos e Carnes em Geral

FRIGORÍFICO COFRIL LTDA

Telefone: 28-3200-5010

E-mail: cofril@cofril.com.br

Site: www.cofril.com.br

FRIGORÍFICO INDL. VALE DO PIRANGA S/A – SAUDALI

Rod. MG 826 – Km 02

Cep.: 35430-970

Ponte Nova - MG

Telefone: (31) 3819-2200

Fax: 31 3819-2201

E-mail: falecom@saudali.com.br

Site: www.saudali.com.br

PERDIGÃO AGROINDUSTRIAL S.A

BR 101 norte / km 265, s/n – Laranjeiras

Serra – ES

CEP.: 29160-970

Tel.: (27)3328-0411

www.perdigao.com.br

Produtos: Mortadelas, Lingüiças, Lasanhas, Pizzas, Hamburguers, Empanados, Aperitivos, Salsichas, Presuntos, Salames, Vegetais Congelados, Cortes de Frango e Suínos.

VILA VELHA COMÉRCIO DE FRIOS LTDA

Sétima avenida, 300 – Cobilândia

Vila Velha – ES

CEP.: 29111-220

Tel/Fax: (27) 3246 2500 / (27) 9932 0026 / 0800 0113500

Site: www.auroraalimentos.com.br

Produtos: Carnes, produtos da carne: suínos, frangos e cortes de frango.



Conservas e Enlatados

CASTRO REPRESENTAÇÕES LTDA

Rua São Pedro, 66 - Jabour

Vitória – ES

CEP.: 29072-240

Tel.: (27) 3317 3736

E-mail: castrorepr@uol.com.br

Produtos: higiene pessoal, produtos de limpeza, conservas/enlatados, utensílios domésticos.

Alimentos

Atacado Colatinense Dist de Gêneros Alimentos

Av Jerusalém, 71 - Campo Grande

Itaquari - ES, 29146390

Tel.:(27) 3343-2716

[Distribuidora Maruipe Ltda - Penha](#)

R Areobaldo Bandeira 12,Bonfim

Vitória -ES

(27) 3225 4375

Cereais do Nico

Av Gov Lindemberg, 870, centro

Linhares – ES

Tel: (27) 3371-0808.

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



Carnes

Frisa – Frigorífico Rio Doce S/A

Rua 23 de maio, 153 – Prainha

Vila Velha/ES.

29100-100

Tel.: (27) 3239 2331

Chopeiras

GIBELI - Equipamentos para Refrigeração
Rua Holanda, 1054 – Vila Mariana
Ribeirão Preto – SP
CEP.: 14075-240
Tel.: (16) 3969 2429
chopeiras@gibeli.com.br
<http://www.gibeli.com.br>

Mesas e cadeiras

Chair e Table
Rua Portugal, 541. São Francisco – Curitiba/PR.
CEP: 80.510-280
Tel.: (41) 3023-4600
e-mail: contato@chairetable.com.br vendasjr@cadeirasemesas.com.br
<http://www.chairetable.com.br/>

Remol Inox

Av. Alberto Giovannini, 400 – Bethânia
Ipatinga/MG.
Tel.: (31) 3826 - 7938
remol@remol.com.br
<http://www.remol.com.br/>

Bebidas

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/>

LIPPAUS LOJISTICA E DISTRIBUIÇÃO LTDA

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

LD Lojística e Distribuição Ltda - Distribuidora de Bebidas Schincariol

Rod. Br 101, s/n – Contorno. Cariacica/ES.
CEP.: 29148-680
Tel.: (27) 3346-2200
E-mail: lippaus@lippaus.com

<http://www.lippaus.com>

Softwares comerciais
BEMATECH – TECNOLOGIA EM AUTOMAÇÃO
Site: <http://www.bematech.com.br/>
Fone/Fax: (11) 5033-4700 - 0800 708 3632
ventas@bematech.com

TRONSOFT – Soluções em Softwares
Softwares comerciais
Rua Portinari, 27 – sl. 501 - Santa Luíza
Vitória / ES
Tel.: (27) 3225-4207
Site: <http://www.tronsoft.com.br/>

POWERMÍDIA
Tel.: (27) 3345 6094
www.powermidia.com.br
e-mail: powermidia@powermidia.com.br

Móveis:
Extra Móveis (móveis para escritório)
Rua Henrique Moscoso, nº 1370 – Centro
Vila Velha – ES
29100-907
Site: <http://www.extramoveis.com/>
Tel.: (27) 3289 0895

Vitomaq
Av. Vitória, nº 1160 – Forte São João
Vitória – ES
CEP.: 29017 020
Tel.: (27) 3222 8233/3346 6677

Móveis Lima (serviços de marcenaria)
Rua 8, nº 65 – Cocal
Vila Velha – ES
29105-780
Tel.: (27) 33290341

BIBLIOGRAFIA

CORRÊA, Elisa. Restaurante: bota aí um tempero. Pequenas Empresas Grandes Negócios, São Paulo, n. 245, p. 41 – 43, jun./09.

ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – acesso em julho de 2009: <http://www.abrasel.com.br/index.php/atualidade/item/5522/>

Katia Hochman. Parceria atrai clientes a restaurantes. Diário do Comércio &

Indústria, 13/01/2004.

Percival Maricato. Como montar uma equipe vencedora na área de bares e restaurantes, 01/11/2004.

PEGN – Pequenas empresas Grandes negócios. Sustentabilidade se põe à mesa. Acessado em junho/2009 - <http://empresas.globo.com/Empresasnegocios/0,19125,ERA1688246-15630,00.html>.

Revista – Bares e Restaurantes. N.66, ano 12. Ano 2009. Acessado em junho/2009 – www.revistabareserestaurantes.com.br.

Rovani, andressa. Restaurantes multifuncionais - empresários diversificam cardápio. Folha de São Paulo, 06/02/2005.

Saviano, roberta. Comida sem agrotóxico. Pegn, 01/01/2006.

SEBRAE. Curso ensina gestão a donos de restaurantes. Informe publicitário SEBRAE 2007. Acessado em Junho/2009 - <http://empresas.globo.com/EditoraGlobo/DownloadShow/pdf/0,27955,82,00.pdf>

Site da Rotisseria Paola di Verona : <http://www.paoladiverona.com.br/>
Produtos artesanais. Agência sebrae de Notícias, 02/02/2006.

Sites pesquisados:

Revista comer: <http://www.revistaondecomer.com.br/>

Revista Cozinha Profissional: <http://www.cozinhaprofissional.com.br/>

ABAGA – Associação Brasileira da Alta Gastronomia: <http://www.abaga.com.br>

Oportunidade de Negócio 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 :

UAI – Unidade de Atendimento Individual - SEBRAE/ES

Data de atualização: Julho de 2011