



Sebrae

***Ponto
de Partida***

Para Início de Negócio

FÁBRICA DE PÃO DE QUEIJO

Apresentação

O Ponto de Partida é um produto do Serviço de Resposta Técnica do SEBRAE-MG. Ele reúne informações essenciais sobre os vários aspectos da abertura de um negócio, que devem ser observados pelo empreendedor.

Perguntas do tipo “como montar uma fábrica de aguardente?”, “como montar uma escola infantil?”, “como iniciar uma criação de escargot?” são respondidas pelo Ponto de Partida, que contempla questões relativas a registro, legislação, tributação, implantação, normas técnicas, matérias-primas, máquinas e equipamentos e outros esclarecimentos.

O Ponto de Partida também orienta sobre a elaboração do Plano de Negócio, instrumento que oferecerá uma visão antecipada de ações e resultados do empreendimento, através da apuração de dados relativos a valores de investimento inicial e de impostos, custos fixos e variáveis, pesquisa de mercado e outros.

A equipe de profissionais que elabora o Ponto de Partida tem a preocupação de manter as informações sempre atualizadas, através de consultas em diversas fontes: bibliotecas, institutos de pesquisa, consultores especializados, Internet, associações e sindicatos.

O SEBRAE-MG dispõe de programas que orientam e capacitam os empreendedores/empresários no desenvolvimento de seus negócios.

Para mais informações, acesse www.sebraemg.com.br ou ligue (31) 3269-0180.

Sumário

Perfil Empreendedor	4
Mercado	5
Legislação Específica	8
Esclarecimentos Tributários	15
Microempresa Legislação Federal	18
Microempresa Legislação Estadual.....	23
Passo a Passo para Registro	31
Marcas e Patentes	37
Implantação	39
Finanças	49
Plano de Negócio	57
Endereços Úteis	59
Sugestões de Vídeo	59
Cursos e Eventos	60
Fontes Consultadas.....	61
Fornecedores	62

Perfil Empreendedor

Você não vê a hora de se tornar dono do seu nariz e fazer parte da lista dos empreendedores que dão certo? Saiba que, para começar um negócio próprio, é fundamental ter o **perfil empreendedor**. Então, confira se você se encaixa nas características abaixo descritas.

- **Capacidade de assumir riscos:** não ter medo de desafios, arriscar conscientemente. Calcular detalhadamente as chances do empreendimento ser bem-sucedido.
- **Senso de oportunidade:** enxergar oportunidades onde os outros só vêem ameaças. Prestar atenção nos "furos" que outros empresários não viram e nos quais você pode atuar de forma eficaz, rápida e lucrativa.
- **Conhecimento do ramo:** conhecer bem o ramo empresarial escolhido ou, melhor ainda, trabalhar no setor.
- **Organização:** ter senso de organização e compreender que os resultados positivos só aparecem com a aplicação dos recursos disponíveis de forma lógica, racional e funcional. Definir metas, executar as ações de acordo com o planejamento e corrigir os erros rapidamente.
- **Iniciativa e garra:** gostar de inovações. Não esperar pelos outros (parentes, sócios, governo, etc.). Apresentar propostas sem se intimidar.
- **Liderança:** ter capacidade de influenciar pessoas, conduzindo-as em direção às suas idéias ou soluções de problemas. Ter habilidade para definir tarefas, orientar, delegar responsabilidades, valorizar o empregado, formar uma cultura na empresa para alcançar seus objetivos. Ser alguém em quem todos confiam.
- **Manter-se atualizado:** buscar sempre novas informações e aprender tudo o que for relacionado com o seu negócio (clientes, fornecedores, parceiros, concorrentes, colaboradores, etc.).
- **Ser otimista e saber motivar-se.**

Nem sempre uma pessoa reúne todas as características que marcam a personalidade de um empreendedor de sucesso. No entanto, se você se identificou com a maioria delas, terá grandes chances de se dar bem. Mas, se descobriu pouca afinidade com sua vida profissional, reflita sobre o assunto e procure desenvolver-se. Busque informações em centros tecnológicos, cursos, livros e revistas especializadas ou junto a pessoas que atuam na área.

Mercado

O desejo de abrir uma empresa e a escolha do tipo de atividade são apenas o começo de um longo processo, antes de se lançar no mercado como empresário. Você precisa saber quais são as OPORTUNIDADES e quais são os RISCOS que a atividade escolhida oferece. Um estudo do mercado responderá essas indagações.

Para verificar a viabilidade financeira do negócio é necessário outro estudo, que apontará os investimentos a serem efetuados e o RETORNO DO CAPITAL INVESTIDO, através de uma previsão de produção e de vendas e, conseqüentemente, de despesas e de receitas ao longo dos primeiros meses de vida.

O sucesso de qualquer empresa - seja industrial, comercial ou de serviços - depende de várias decisões, que você deve tomar antes de abrir as portas para os clientes. Para fundamentar essas decisões, você deverá PESQUISAR E ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIO, com o qual aprenderá muito mais a respeito do ramo da atividade escolhida e seu mercado.

Neste Plano de Negócio, que será bastante útil para o aprimoramento de suas idéias, além de ajudá-lo também na tomada de decisões, devem constar os seguintes tópicos:

- **Análise de Mercado** (consumidor, fornecedor, concorrente, avanços tecnológicos - impacto na abertura da empresa);
- **Tecnologia** a ser utilizada (Como fazer? Processos de produção/fabricação);
- **Aspectos Financeiros** (volume de capital necessário, tempo de retorno do investimento, viabilidade financeira);
- **Aspectos organizacionais** (definição de funções, conceito de parceria, responsabilidades dos sócios e colaboradores, relações humanas).

É possível realizar sua própria pesquisa de mercado, através da elaboração de um questionário com os dados a serem levantados. Para se inteirar do assunto e obter um levantamento detalhado do negócio escolhido, sugerimos ao empreendedor que leia publicações específicas ou busque informações com consultores das áreas de estatística e pesquisa mercadológica ou com empresas especializadas.

O MERCADO CONSUMIDOR

O mercado consumidor representa o conjunto de consumidores (homens, mulheres, adultos ou crianças, empresas públicas ou privadas), que demandam (necessitam ou podem vir a procurar/comprar) um determinado tipo de produto ou serviço que sua empresa oferece. Ou seja, ele é a fonte de receita da empresa. Portanto, sem mercado consumidor não haverá negócio. Daí a necessidade de identificá-lo, o que pode ser feito através da pesquisa de mercado, que é o processo mais utilizado.

Para garantir que o cliente escolha a sua empresa, é preciso conhecê-lo bem e saber exatamente o que ele quer. Oferecer ao cliente o produto que ele deseja será o melhor meio de garantir que as vendas aumentem e sua empresa continue crescendo.

Se você já tem idéia da atividade e do ramo específico aos quais pretende se dedicar, precisa agora descobrir seu mercado consumidor, pois nem todas as pessoas ou empresas são seus clientes potenciais (aqueles que podem comprar os produtos que você vende).

Mesmo que sua empresa tenha vários tipos de consumidores, haverá sempre um grupo em destaque. Para obter as informações que irão ajudá-lo a enxergar mais claramente o seu mercado consumidor, procure responder as seguintes perguntas:

- Qual será o principal produto que a sua empresa venderá?
- Quem são os seus clientes?

Para conhecer melhor as características do consumidor, procure identificar e listar as seguintes informações sobre ele:

- . Qual é o sexo dele?
 - . Qual é a idade dele?
 - . Em que bairro ele mora?
 - . Quantas pessoas compõem a família dele?
 - . Qual é a posição dele na família? (pai, mãe, filho, etc.)
 - . Ele trabalha?
 - . Em que bairro ele trabalha?
 - . Qual é, aproximadamente, a renda média mensal dele?
 - . Ele estuda?
 - . Em que bairro ele estuda?
 - . Qual é o nível de escolaridade dele?
 - . O que ele mais gosta de fazer?
 - . Ele possui televisão?
 - . Ele lê algum jornal? Qual?
 - . Ele assina alguma revista? Qual?
 - . O que ele faz nas horas vagas?
-
- Por que este cliente compra ou compraria os produtos/serviços da sua empresa?
 - Onde mais os clientes costumam comprar este tipo de produto ou serviço?
 - Como o cliente avalia o preço e as formas de pagamento da empresa?
 - Como ele avalia a qualidade do produto da empresa? E o prazo de entrega?
 - Como ele avalia a qualidade do atendimento?
 - Quais são os pontos que, na opinião do cliente, poderiam ser melhorados na empresa?

O MERCADO CONCORRENTE

Procure descobrir empresas ou pessoas que ofereçam produtos ou serviços idênticos ou semelhantes aos seus e que concorram direta ou indiretamente com o seu negócio. Pode-se aprender muito com o levantamento destas informações e com a análise dos acertos e/ou erros dos concorrentes.

Estabeleça prioridades, planeje como obter estas informações e organizá-las, para que seja possível a análise dos seguintes pontos:

- **Quem são os concorrentes?**

- . Quantos são?
- . Onde estão localizados?
- . Como trabalham? (preço e prazos)
- . Como é realizado o atendimento?
- . Adotam políticas de pós-venda?
- . Como é a qualidade dos produtos e serviços oferecidos?
- . Quais são as garantias oferecidas?
- . Quanto tempo está no mercado?

- **Qual é a posição competitiva dos concorrentes?**

- . Quais são os PONTOS FORTES e os PONTOS FRACOS em relação à sua empresa?
- . Qual é a capacidade de conseguir melhores preços junto aos fornecedores em função do volume de compras?

Após o levantamento de seus principais concorrentes, compare as características acima com as da sua empresa, utilizando a seguinte escala de pontuação: Muito Bom (5), Bom (4), Regular (3), Ruim (2), Muito Ruim (1).

A concorrência pode ser estimulante, ao invés de ameaçadora, se devidamente pesquisada e analisada. Isto significa que, além de estar sintonizado com a realidade da empresa, você terá conhecimento da viabilidade futura do negócio.

FORNECEDORES

Lembre-se, também, que os FORNECEDORES são importantíssimos. Portanto, levante todas as informações a seguir.

- Quais são os produtos/serviços que sua empresa consome no processo de produção e/ou comércio?
- Quem são os seus principais fornecedores de produtos e/ou serviços listados acima?
- Como trabalham seus fornecedores? (preços, prazos praticados, condições de pagamento, pontualidade na entrega do produto, qualidade, garantia oferecida, relacionamento, localização, facilidade de acesso).
- Além destes fornecedores, você conhece outros, dos quais ainda não compra?

Depois de identificados os itens acima, faça um quadro comparativo das características do seu atual fornecedor com outra empresa que ainda não fornece para a sua. Utilize a mesma escala citada anteriormente. Analise e descubra quais são as melhores opções para sua empresa.

Legislação Específica

Artigo 23, inciso II, da Constituição da República Federativa do Brasil - Promulgada em 5 de outubro de 1988.

Lei Federal nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950 - Dispõe sobre inspeção industrial e sanitária dos produtos de origem animal.

Lei Federal nº 7.889, de 23 de novembro de 1989 - Altera dispositivos da Lei Federal nº 1.283/50.

Decreto Estadual nº 38.691, de 10 de março de 1997 - Institui regulamento de inspeção e fiscalização industrial e sanitária dos produtos e subprodutos de origem animal no Estado de Minas Gerais.

Lei Estadual nº 12.728, de 30 de dezembro de 1997 - Estabelece condições para o transporte e a comercialização, no estado, de carne e produtos de origem animal e seus derivados e dá outras providências.

Lei Estadual nº 11.812, de 23 de janeiro de 1995 - Dispõe sobre a inspeção e a fiscalização sanitárias de produtos de origem animal e dá outras providências.

Decreto nº 38.691, de 10/03/1997 - Baixa o regulamento de inspeção e fiscalização sanitária dos produtos de origem animal.

Lei Estadual nº 10.594, de 7 de janeiro de 1992 - Cria o Instituto Mineiro de Agropecuária - IMA e dá outras providências.

Decreto nº 33.859, de 21 de agosto de 1992 - Baixa o regulamento do Instituto Mineiro de Agropecuária - IMA.

Lei nº 14.309, de 19 de junho de 2002 - Dispõe sobre as políticas florestais de proteção à biodiversidade.

Decreto-lei nº 986, de 21 de outubro de 1969 - Institui normas básicas sobre alimentos.

Lei nº 6.305, de 15 de dezembro de 1975 - Institui a classificação de produtos vegetais, subprodutos e resíduos de valor econômico e dá outras providências.

Decreto nº 82.110, de 14 de agosto de 1978 - Regulamenta a Lei nº 6.305/75.

Portaria nº 326 da Secretaria de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde, de 30 de julho de 1997 - Aprova o Regulamento Técnico sobre Condições Higiênico-Sanitárias e de Boas Práticas de Fabricação para Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos.

Lei nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999 - Define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária e dá outras providências.

Decreto nº 3.029, de 16 de abril de 1999 - Aprova o Regulamento da Agência Nacional de Vigilância Sanitária e dá outras providências.

Decreto-lei nº 986, de 21 de outubro de 1969 - Institui normas básicas sobre alimentos.

Lei nº 6.305, de 15 de dezembro de 1975 - Institui a classificação de produtos vegetais, subprodutos e resíduos de valor econômico e dá outras providências;

Decreto nº 82.110, de 14 de agosto de 1978 - Regulamenta a Lei nº 6.305/75.

Portaria nº 326 da Secretaria de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde, de 30 de julho de 1997 - Aprova o Regulamento Técnico sobre Condições Higiênico-Sanitárias e de Boas Práticas de Fabricação para Estabelecimentos Produtores / Industrializadores de Alimentos.

Lei Estadual nº 12.728, de 30 de dezembro de 1997 - Estabelece condições para o transporte e a comercialização, no Estado de Minas Gerais, de carne e de produtos de origem animal e seus derivados e dá outras providências.

Decreto nº 30.691, de 29 de março de 1952 - Aprova o Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal.

Lei nº 2.800, de 18 de junho de 1956 - Cria os Conselhos Federal e Regionais de Química, dispõe sobre o exercício da profissão de químico e dá outras providências.

Decreto nº 85.878, de 07 de abril de 1981 - Estabelece normas para execução da Lei nº 2.800/56.

Lei Federal nº 6.839, de 30 de outubro de 1.980 - Dispõe sobre o registro de empresas nas entidades fiscalizadoras do exercício de profissões.

Resolução Normativa do CFQ nº 12, de 20 de Outubro de 1.959 - Dispõe sobre responsabilidade técnica.

Empresas que exploram atividade de fabricação de pão de queijo estão sujeitas ao regime de inspeção e fiscalização sanitária do produto e do estabelecimento.

O empreendimento está obrigado à obtenção do registro junto ao Ministério da Agricultura, com averbação da respectiva marca do produto, bem como do registro do produto junto ao Ministério da Saúde.

Em relação ao estabelecimento, a obtenção do registro é obrigatória para fins de classificação do produto, nos termos da Lei nº 6.305/76. A marca vinculada ao produto é averbada no processo de registro do estabelecimento. A classificação foi instituída sob responsabilidade do Ministério da Agricultura e objetiva a padronização dos produtos e garantia de sua qualidade, dentro da classificação atribuída ao mesmo.

O registro a ser obtido junto ao Ministério da Saúde é atribuído ao produto, sem prejuízo dos registros exigíveis junto ao Ministério da Agricultura.

Informações detalhadas sobre exigências legais e requisitos para obtenção dos registros (do estabelecimento, da averbação da marca e do produto), nos Ministérios da Agricultura e da Saúde, devem ser solicitadas diretamente junto aos referidos Ministérios, haja vista que a normatização dos procedimentos pode variar conforme a especificação e a classificação do estabelecimento ou produto a ser registrado, variando ainda conforme tecnologia aplicada, região de funcionamento do estabelecimento ou origem do produto, bem como outros critérios estabelecidos.

Na exploração da atividade, o empreendedor deve observar rigorosamente as normas instituídas pelo Regulamento Técnico sobre Condições Higiênico-Sanitárias e de Boas Práticas de Fabricação para Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos, aprovado pela Portaria nº 326 da Secretaria de Vigilância Sanitária do Ministério da Saúde, de 30 de julho de 1997, que define os requisitos essenciais de higiene e de boas práticas de fabricação para alimentos produzidos/fabricados para o consumo humano. O referido regulamento visa o aperfeiçoamento das ações de controle sanitário sobre a área de alimentos, para a proteção da saúde da população e adequação da legislação brasileira às normas do Mercosul, relacionadas ao assunto.

O descumprimento de normas de caráter higiênico-sanitárias pode gerar para o infrator as seguintes sanções:

- I - Advertência;
- II - Multa;
- III - Apreensão ou condenação de matérias-primas;
- IV - Suspensão da atividade;
- V - Interdição, total ou parcial, do estabelecimento.

O cumprimento das normas instituídas no Regulamento Técnico não exclui o cumprimento de outros regulamentos específicos e diplomas normativos, que devem ser aprovados ou que já estejam em vigor.

INSTITUTO MINEIRO DE AGROPECUÁRIA - IMA

Recomenda-se consultar o Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA) sobre a existência de normatização para a atividade de fabricação de pão de queijo.

O Instituto Mineiro de Agropecuária foi criado pela Lei Estadual nº 10.594, de 7 de janeiro de 1992, regulamentada pelo Decreto nº 33.859, de 21 de agosto de 1992. É uma autarquia estadual vinculada à Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e

Abastecimento. Realiza um importante trabalho de defesa sanitária animal e vegetal, que tem reflexos diretos na valorização do setor agropecuário e na saúde pública. Ações de educação sanitária são o suporte para as campanhas de vacinação e de controle de doenças, que são desenvolvidas sistematicamente e têm mantido sadios os rebanhos mineiros. O trabalho de inspeção de produtos de origem animal, abrangendo a fiscalização da produção e do comércio, tem atestado o binômio confiança e segurança alimentar, o que garante proteção à saúde dos consumidores.

Atento às inovações tecnológicas e às novas exigências do mercado globalizado, o IMA adotou programas de certificação, que atestam a origem e a qualidade de vários produtos da agropecuária mineira. Presente em todo o estado de Minas Gerais, o IMA é instrumento primordial para o sucesso e a evolução do agronegócio mineiro.

No IMA, a Divisão de Inspeção e Fiscalização de Produtos de Origem Animal - DIPA, como a própria designação indica, tem por finalidade a inspeção e a fiscalização, sob os aspectos higiênico-sanitário e tecnológico, de produtos lácteos, cárneos, mel e produtos apícolas, ovos, seus derivados, bem como quaisquer alimentos de origem animal, que se prestam ao consumo humano. O trabalho desenvolvido pela DIPA abrange a produção e a comercialização restritas ao Estado de Minas Gerais, conforme define a Lei Federal nº 7.889/89.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA - ANVISA

Recomenda-se consultar também a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) sobre normas e requisitos eventualmente exigidos para a fabricação de queijo.

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) foi criada pela Lei nº 9.782/99, e seu regulamento foi aprovado pelo Decreto nº 3.029/99. Constitui autarquia sob regime especial, vinculada ao Ministério da Saúde, com sede e foro no Distrito Federal, prazo de duração indeterminado e atuação em todo o território nacional. Sua natureza é legalmente caracterizada pela independência administrativa, estabilidade de seus dirigentes e autonomia financeira.

A ANVISA tem por finalidade institucional promover a proteção da saúde da população, por intermédio do controle sanitário da produção e da comercialização de produtos e serviços submetidos à vigilância sanitária, inclusive dos ambientes, dos processos, dos insumos e das tecnologias a eles relacionados, bem como o controle de portos, aeroportos e de fronteiras.

Compete à ANVISA, entre outras atividades previstas no artigo 7º da Lei nº 9.782/99, autorizar o funcionamento de empresas de fabricação, distribuição e importação dos produtos e serviços sujeitos à vigilância sanitária (inciso VII).

São produtos sujeitos à fiscalização sanitária pela ANVISA, entre outros produtos previstos no artigo 8º da Lei nº 9.782/99: ALIMENTOS, inclusive bebidas, águas envasadas, seus insumos, suas embalagens, aditivos alimentares, limites de

contaminantes orgânicos, resíduos de agrotóxicos e de medicamentos veterinários (§1º, inciso II).

A competência da ANVISA para autorizar o funcionamento e fiscalizar a fabricação de alimentos, quanto ao aspecto sanitário, pode ser delegada aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios.

É indispensável verificar diretamente junto à ANVISA a existência de normatização para a fabricação de doce, eventuais requisitos e delegação de competência para autorizar o funcionamento ou fiscalizar a atividade.

A necessidade de consultar diretamente a ANVISA decorre da grande diversidade de normas aplicáveis, conforme modalidade explorada na fabricação de alimentos, origem do produto, região onde o estabelecimento está fixado, além das eventuais mudanças na legislação.

REGULAMENTO TÉCNICO - FABRICAÇÃO DE ALIMENTOS

Na fabricação do alimentos é obrigatório também seguir o Regulamento Técnico sobre Condições Higiênico-Sanitárias e de Boas Práticas de Fabricação para Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos.

O Regulamento foi instituído pela Portaria nº 326/97 do Ministério da Saúde, com as seguintes finalidades:

- a) Aperfeiçoamento das ações de controle sanitário sobre a área de alimentos, visando à proteção da saúde da população;
- b) Adequação da legislação brasileira relacionada à matéria ao contexto globalizado surgido após a criação do Mercosul.

O regulamento estabelece requisitos essenciais de higiene e de boas práticas de fabricação para alimentos produzidos/fabricados para o consumo humano. Aplica-se a toda pessoa física ou jurídica que possua pelo menos um estabelecimento, no qual são realizados produção/industrialização, fracionamento, armazenamento e transporte de alimentos industrializados. O cumprimento dos requisitos gerais do Regulamento Técnico não exclui o cumprimento de outros regulamentos específicos e diplomas normativos aprovados e em vigor.

Alguns conceitos básicos definidos no Regulamento merecem destaque:

I - Alimento apto para o consumo humano: alimento que atende ao padrão de identidade e qualidade preestabelecidos, nos aspectos higiênico-sanitários e nutricionais;

II - Estabelecimento de alimentos produzidos/industrializados: é a região que compreende o local e a vizinhança que o cerca, no qual se efetua um conjunto de operações e processos, com a finalidade de obter um alimento elaborado, assim como o armazenamento ou o transporte de alimentos e/ou suas matérias-primas;

III - Armazenamento de alimento: é o conjunto de atividades e requisitos para se obter uma conservação de matéria-prima, insumos e produtos acabados;

IV - Fracionamento de alimento: são as operações através das quais se divide um alimento, sem modificar sua composição original;

V - Manipulação de alimento: são as operações efetuadas sobre a matéria-prima até a obtenção de um alimento acabado em qualquer etapa de seu processamento, armazenamento e transporte;

VI - Produção: é o conjunto de todas as operações e processos efetuados para a obtenção de um alimento acabado.

HABILITAÇÃO TÉCNICA - CONSELHO REGIONAL DE QUÍMICA

Caso o produto receba tratamento químico para acondicionamento e/ou conservação em embalagem, o empreendedor fica obrigado a manter um responsável técnico habilitado perante o Conselho Regional de Química, que pode ser sócio, empregado ou prestador de serviço especificamente contratado para o fim. Nesta hipótese, o estabelecimento também está obrigado a obter registro específico da pessoa jurídica junto ao Conselho Regional de Química.

O Conselho Regional de Química é o órgão de fiscalização profissional. As empresas são obrigadas à obtenção do registro nas entidades fiscalizadoras das diversas profissões, com anotação do profissional legalmente habilitado na condição de responsável técnico, em função das atividades básicas exploradas ou em relação à prestação de serviços a terceiros.

Estão obrigadas à obtenção do registro no Conselho Regional de Química, com anotação de profissional habilitado, empresas que executem as atividades de:

- a) Tratamento químico, para fins de conservação, melhoria ou acabamento de produtos naturais ou industriais;
- b) Mistura, adição recíproca, acondicionamento, embalagem e reembalagem de produtos que utilizem componentes químicos e seus derivados, cuja manipulação requeira conhecimentos de Química;
- c) Fabricação de produtos dietéticos e alimentares (artigo 4º, letra "h", Decreto nº 85.877/81).

Diante disso, o registro no CRQ passa a ser obrigatório na hipótese de realização de processo industrial, que compreenda execução das atividades acima mencionadas.

RÓTULO

O rótulo do produto deve conter dados e informações exigidos pelo Ministério da Agricultura e/ou IMA, pelo que recomendamos ao empreendedor solicitar junto à referida entidade informações detalhadas sobre rotulagem.



ASSUNTO: PÃO DE QUEIJO
DATA DA ATUALIZAÇÃO: 30/12/2005



Importante

A legislação brasileira está sujeita a alterações constantes. É necessário e indispensável que o empreendedor solicite às autoridades fiscais informações atualizadas sobre exigências e requisitos legais, para a regularização da pessoa jurídica e a exploração da atividade econômica.

As instruções recebidas sobre legislação devem ser confirmadas junto às autoridades fiscais e junto ao contador ou contabilista responsável pela escrita fiscal da empresa.

Esclarecimentos Tributários

Setor/Atividade: Indústria

Tipo de negócio: Fábrica de Pão de Queijo.

Principais tributos instituídos em lei: IRPJ, PIS, COFINS, CONTRIBUIÇÃO SOCIAL SOBRE O LUCRO, IPI, ICMS.

Estão relacionados acima tributos instituídos em lei por setor de atividade. Outros tributos serão devidos, conforme situações peculiares ou atividades/operações definidas, cujo tratamento diferenciado deverá ser verificado caso a caso.

Tanto o contabilista quanto os órgãos competentes poderão orientá-lo no cumprimento de tais exigências, se for seu caso.

TRIBUTAÇÃO

O empreendedor demonstra maior interesse em conhecer, aprender e dominar os assuntos relacionados à tributação das empresas. Verifica-se que este interesse vai muito além da curiosidade pelo assunto, mas surge da preocupação com a viabilidade do negócio. Muitos acreditam que a carga tributária a que estão sujeitas as empresas em geral representa um fator impeditivo ao sucesso do negócio; que os tributos que deverão recolher após a constituição da empresa são excessivamente onerosos, comprometendo o lucro e fadando o negócio à falência. Isso não é verdade e o mito deve ser eliminado.

A atividade tributante é essencial à existência da sociedade, pois permite o custeio de serviços públicos e investimentos em educação, saúde, infra-estrutura, saneamento básico, segurança, previdência social, saúde e outros bens indispensáveis. É plenamente possível recolher tributos regularmente e possuir um negócio lucrativo e próspero. Aliás, é necessário que o empreendedor esteja em dia com suas obrigações fiscais para manter seu empreendimento com tranquilidade e sem medo de receber no estabelecimento a fiscalização fazendária.

As autoridades fiscais devem ser enxergadas como parceiras do empreendedor, das quais será possível exigir a contrapartida pelo recolhimento regular e pontual dos tributos, principalmente quanto à prestação dos serviços públicos que toda a sociedade tem direito.

Antes de prosseguir na prestação de informações sobre tributação, é importante esclarecer que o empreendedor pode e deve conhecer a carga tributária a que está sujeito. Todavia, não pode preocupar-se em aprofundar seus conhecimentos sobre o assunto e tornar-se um especialista em tributação, sob pena de perder a condição de cuidar do próprio negócio, não se dedicando às suas atividades empresariais para tornar-se um estudioso do Direito Tributário-fiscal.

É recomendável que o empresário seja dedicado ao sucesso de seu negócio, deixando as questões fiscais sob responsabilidade do contabilista ou contador que cuida de sua escrita, podendo ainda recorrer ao advogado tributarista para tratar de assuntos tributários mais complicados.

Dentro de noções básicas que são do interesse do empreendedor, pode-se iniciar por esclarecer que os tributos são prestações pecuniárias (em dinheiro), que o contribuinte deve ao fisco, por força de legislação específica que institui a obrigação.

Os tributos são, por isso, recolhidos necessariamente em dinheiro, não se admitindo pagamento através da entrega de mercadorias ou serviços. E todo tributo é instituído por lei. Os tributos são classificados ou subdivididos em impostos, taxas e contribuições de melhorias. Fica assim fácil entender que imposto e tributo não são a mesma coisa, já que tributo é o gênero, e imposto é uma espécie de tributo.

Alguns estudiosos classificam as contribuições previdenciárias como impostos especiais, e outros as classificam como categoria específica de obrigação não classificável como tributo. A questão não merece estudo detalhado por conta do empreendedor, cuja obrigação é saber da existência das contribuições previdenciárias como fator de custo na formação do preço de venda do produto que pretende produzir ou vender, bem como do serviço que há de prestar.

Os tributos são instituídos em leis, que têm origem federal, estadual, distrital (Distrito Federal) ou municipal.

Na organização do Brasil, a Constituição da República define competência a cada órgão tributante para instituir tributos, incumbindo à União, aos Estados federados, Distrito Federal e municípios arrecadar e aplicar seus recursos, sem invadir a competência uns dos outros. É possível, então, afirmar que o contribuinte está sujeito ao recolhimento de tributos federais, estaduais e municipais. Os tributos podem ser cobrados em razão de atividades executadas pelas autoridades públicas ou pelas atividades desenvolvidas pelo contribuinte.

São denominados tributos vinculados aqueles oriundos das atividades executadas pelo Poder Público, configurando taxas e contribuições de melhoria. É o caso, por exemplo, de taxas que o contribuinte recolhe quando solicita, junto à repartição pública, a emissão de documentos e certidões. Os tributos vinculados à atividade do contribuinte são denominados tributos não vinculados e caracterizam impostos e contribuições sociais, podendo ser citados como exemplos o Imposto de Renda e as contribuições para a Previdência Social.

O empreendedor está sujeito, na exploração de suas atividades econômicas, aos seguintes tributos:

a) Tributos Federais: IRPJ (Imposto de Renda Pessoa Jurídica), IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados), PIS (Contribuição para o Programa de Integração Social),

COFINS (Contribuição Social sobre o faturamento das empresas) e a CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido);

b) Tributo Estadual: ICMS (Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços);

c) Tributo Municipal: ISSQN (Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza);

d) Contribuições Previdenciárias: INSS recolhido sobre a folha de pagamento de segurados empregados e retirada pró-labore de sócios e administradores, mais pagamentos efetuados a prestadores de serviços autônomos.

As obrigações mencionadas acima não estão classificadas de acordo com a doutrina, haja visto que os estudiosos do assunto divergem quanto à definição da natureza jurídica dos encargos tributário-fiscais. Todavia, a indicação das obrigações na forma acima tem cunho meramente didático e objetiva apresentar ao empreendedor, de forma simples e prática, suas principais obrigações oriundas da execução de suas atividades econômicas.

É importante esclarecer também que os tributos não foram exaustivamente identificados, incidindo sobre determinadas atividades ou operações carga tributária que inclui outras obrigações não mencionadas acima. Em resumo, a carga tributária incidente sobre as empresas varia conforme a atividade explorada e as operações realizadas, podendo variar inclusive quanto ao valor. Recomenda-se ao empreendedor solicitar ao contador ou contabilista responsável por sua escrita o estudo específico de seu negócio, a fim de definir com exatidão os tributos que fica obrigado a recolher e o valor de cada um.

MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

Empresas cuja receita bruta anual não ultrapassa R\$2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais) recebem tratamento diferenciado, gozando de benefícios fiscais e, por isso, sendo sujeitas a carga tributária reduzida. São classificadas em microempresas ou empresas de pequeno porte, conforme o valor da receita bruta anual que realizam.

Este tratamento diferenciado dispensado às micro e pequenas empresas foi instituído para regulamentar o artigo 179 da Constituição da República, decorrendo de legislação específica de origem federal e estadual. A legislação federal institui benefícios fiscais quanto aos tributos federais e às contribuições previdenciárias, enquanto a legislação estadual institui benefícios quanto aos tributos estaduais.

Os municípios também podem instituir benefícios quanto aos tributos municipais. Recomenda-se ao empreendedor solicitar informações sobre o assunto diretamente junto à Prefeitura do município onde pretende estabelecer a sede da empresa.

Tendo em vista que os benefícios fiscais são instituídos em leis de origem federal e estadual, os critérios para gozo dos benefícios variam de acordo com a origem da lei. Algumas regras são idênticas para aproveitamento do empreendedor, variando

outras conforme há de se esclarecer através do estudo das respectivas leis federal e estadual.

Em nível federal os benefícios fiscais foram instituídos pela Lei nº 9.317, de 05 de dezembro de 1996, tendo a Lei nº 9.841, de 05 de outubro de 1999, instituído o Estatuto da microempresa e da empresa de pequeno porte. No Estado de Minas Gerais, os benefícios fiscais quanto aos tributos estaduais foram instituídos pela Lei nº 13.437, de 30 de dezembro de 1999, regulamentada pelo Decreto nº 40.987, de 31 de março de 2000.

Microempresa Legislação Federal

A legislação federal instituiu o SIMPLES e assegura benefícios fiscais exclusivamente quanto aos tributos federais e contribuições previdenciárias. O tratamento diferenciado dispensado ao pequeno empreendedor pela Lei nº 9.317/96 (alterada pelas Leis nº 9.732/98 e 10.034/00) permite simplificação na apuração dos tributos e redução significativa da carga tributária.

A legislação classifica como MICROEMPRESA aquela cuja receita bruta anual não ultrapassa R\$240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais), e EMPRESA DE PEQUENO PORTE aquela cuja receita bruta anual ultrapassa o limite de microempresa (R\$240.000,00), mas não ultrapassa R\$2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais).

RECEITA BRUTA ANUAL	CLASSIFICAÇÃO
Até R\$ 240.000,00	Microempresa
Acima de R\$240.000,00 até R\$2.400.000,00	Empresa de Pequeno Porte

Os valores acima foram estipulados pela Lei federal nº 11.196, de 21 de novembro de 2005, que produziu efeitos a partir de 1º de janeiro de 2006.

A tabela abaixo indica o valor do percentual a ser aplicado sobre a receita mensal da empresa, conforme sua faixa de enquadramento.

MICROEMPRESA		
Receita Bruta Anual (R\$)		Percentual (%)
	Até 60.000,00	3
Acima de 60.000,00	Até 90.000,00	4
Acima de 90.000,00	Até 120.000,00	5
Acima de 120.000,00	Até 240.000,00	5,4
EMPRESA DE PEQUENO PORTE		
Receita Bruta Anual (R\$)		Percentual (%)
Acima de 240.000,00	Até 360.000,00	5,8

Acima de 360.000,00	Até 480.000,00	6,2
Acima de 480.000,00	Até 600.000,00	6,6
Acima de 600.000,00	Até 720.000,00	7
Acima de 720.000,00	Até 840.000,00	7,4
Acima de 840.000,00	Até 960.000,00	7,8
Acima de 960.000,00	Até 1.080.000,00	8,2
Acima de 1.080.000,00	Até 1.200.000,00	8,6
Acima de R\$1.200.000,00	Até 1.320.000,00	9,0
Acima de R\$1.320.000,00	Até 1.440.000,00	9,4
Acima de R\$1.440.000,00	Até 1.560.000,00	9,8
Acima de R\$1.560.000,00	Até 1.680.000,00	10,2
Acima de R\$1.680.000,00	Até 1.800.000,00	10,6
Acima de R\$1.800.000,00	Até 1.920.000,00	11,0
Acima de R\$1.920.000,00	Até 2.040.000,00	11,4
Acima de R\$2.040.000,00	Até 2.160.000,00	11,8
Acima de R\$2.160.000,00	Até 2.280.000,00	12,2
Acima de R\$2.280.000,00	Até 2.400.000,00	12,6

Os valores acima definidos para a faixa de receita superior a R\$1.200.000,00 foram fixados pela Medida Provisória nº 275, de 29 de dezembro de 2005, para vigorar a partir de 1º de janeiro de 2006.

Os percentuais mencionados no quadro acima não incluem a alíquota definida para empresas que exploram atividade industrial e são contribuintes do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados). Nesta hipótese, sempre que o contribuinte optar pelo SIMPLES e for contribuinte do IPI, sobre as alíquotas indicadas no quadro acima, deverá adicionar 0,5% (cinco décimos por cento), ficando o quadro assim:

RECEITA BRUTA ANUAL (R\$)		Percentual (%)	
		Sem IPI	Com IPI
Até 60.000,00		3	3,5
Acima de 60.000,00	Até 90.000,00	4	4,5
Acima de 90.000,00	Até 120.000,00	5	5,5
Acima de 120.000,00	Até 240.000,00	5,4	5,9
EMPRESA DE PEQUENO PORTE			
Receita Bruta Anual (R\$)		Percentual (%)	
		Sem IPI	Com IPI
Acima de 240.000,00	Até 360.000,00	5,8	6,3
Acima de 360.000,00	Até 480.000,00	6,2	6,7
Acima de 480.000,00	Até 600.000,00	6,6	7,1
Acima de 600.000,00	Até 720.000,00	7	7,5
Acima de 720.000,00	Até 840.000,00	7,4	7,9
Acima de 840.000,00	Até 960.000,00	7,8	8,3

Acima de 960.000,00	Até 1.080.000,00	8,2	8,7
Acima de 1.080.000,00	Até 1.200.000,00	8,6	9,1
Acima de R\$1.200.000,00	Até 1.320.000,00	9,0	9,5
Acima de R\$1.320.000,00	Até 1.440.000,00	9,4	9,9
Acima de R\$1.440.000,00	Até 1.560.000,00	9,8	10,3
Acima de R\$1.560.000,00	Até 1.680.000,00	10,2	10,7
Acima de R\$1.680.000,00	Até 1.800.000,00	10,6	11,1
Acima de R\$1.800.000,00	Até 1.920.000,00	11,0	11,4
Acima de R\$1.920.000,00	Até R\$2.040.000,00	11,4	11,9
Acima de R\$2.040.000,00	Até 2.160.000,00	11,8	12,3
Acima de R\$2.160.000,00	Até 2.280.000,00	12,2	12,7
Acima de R\$2.280.000,00	Até 2.400.000,00	12,6	13,1

Os valores acima definidos para a faixa de receita superior a R\$1.200.000,00 foram fixados pela Medida Provisória nº 275, de 29 de dezembro de 2005, para vigorar a partir de 1º de janeiro de 2006.

Algumas empresas são impedidas de optar pelo SIMPLES, mesmo que sua receita esteja dentro dos limites de enquadramento no referido regime especial de tributação.

O artigo 9º da Lei nº 9.317/96 exclui do SIMPLES, independentemente da receita, a empresa que encontra-se numa das seguintes situações:

- I - constituída sob a forma de sociedade por ações;
- II - cuja atividade seja banco comercial, banco de investimentos, banco de desenvolvimento, caixa econômica, sociedade de crédito, financiamento e investimento, sociedade de crédito imobiliário, sociedade corretora de títulos, valores mobiliários e câmbio, distribuidora de títulos e valores imobiliários, empresa de arrendamento mercantil, cooperativa de crédito, empresas de seguros privados e de capitalização e entidade de previdência privada aberta;
- III - que se dedique à compra e à venda, ao loteamento, à incorporação ou à construção de imóveis;
- IV - que tenha sócio estrangeiro, residente no exterior;
- V - constituída sob qualquer forma, de cujo capital participe entidade da administração pública, direta ou indireta, federal, estadual ou municipal;
- VI - que seja filial, sucursal, agência ou representação, no País, de pessoa jurídica com sede no exterior;
- VII - cujo titular ou sócio participe com mais de 10% (dez por cento) do capital de outra empresa, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de opção pelo SIMPLES;
- VIII - de cujo capital participe, como sócio, outra pessoa jurídica;
- IX - cuja receita decorrente da venda de bens importados seja superior a 50% (cinquenta por cento) de sua receita bruta total;
- X - que realize operações relativas a:
 - a) importação de produtos estrangeiros;
 - b) locação ou administração de imóveis;

- c) armazenamento e depósito de produtos de terceiros;
- d) propaganda e publicidade, excluídos os veículos de comunicação;
- e) factoring;
- f) prestação de serviço de vigilância, limpeza, conservação e locação de mão-de-obra;
- XI - que preste serviços profissionais de corretor, representante comercial, despachante, ator, empresário, diretor ou produtor de espetáculos, cantor, músico, dançarino, médico, dentista, enfermeiro, veterinário, engenheiro, arquiteto, físico, químico, economista, contador, auditor, consultor, estatístico, administrador, programador, analista de sistema, advogado, psicólogo, professor, jornalista, publicitário, fisicultor, ou assemelhados, e de qualquer outra profissão cujo exercício dependa de habilitação profissional legalmente exigida;
- XII - que participe do capital de outra pessoa jurídica;
- XIII - que tenha débito inscrito em Dívida Ativa da União ou do Instituto Nacional do Seguro Social - INSS, cuja exigibilidade não esteja suspensa;
- XIV - cujo titular, ou sócio que participe de seu capital com mais de 10% (dez por cento), esteja inscrito em Dívida Ativa da União ou do Instituto Nacional do Seguro Social - INSS, cuja exigibilidade não esteja suspensa;
- XV - que seja resultante de cisão ou qualquer outra forma de desmembramento da pessoa jurídica;
- XVI - cujo titular, ou sócio com participação em seu capital superior a 10% (dez por cento), adquira bens ou realize gastos em valor incompatível com os rendimentos por ele declarados.

As Leis nº 10.034/00 e nº 10.684/03 introduziram importantes alterações na sistemática do SIMPLES. Por força dessas Leis, empresas que exploram atividade de creche e pré-escola, estabelecimentos de ensino fundamental, centro de formação de condutores (auto escola), agências lotéricas e agências terceirizadas de correios podem optar pelo SIMPLES. Nesses casos, o contribuinte fica obrigado a recolher o imposto mediante acréscimo de 50% (cinquenta por cento) sobre o valor dos percentuais indicados na tabela acima.

Além dos serviços acima relacionados (creche e pré-escola, estabelecimentos de ensino fundamental, auto escola, agências lotéricas e agência terceirizadas de correios), todos os outros prestadores de serviço, CUJA OPÇÃO PELO SIMPLES SEJA PERMITIDA, também estão obrigados ao recolhimento do SIMPLES com acréscimo de 50% (cinquenta por cento) sobre o valor dos percentuais indicados na tabela acima.

Na hipótese da empresa explorar atividade de prestação de serviço, CUMULADAMENTE com outra atividade estranha a serviço (indústria, comércio ou produtor rural), o acréscimo de 50% (cinquenta por cento) sobre o valor dos percentuais da tabela acima, ocorre para fins de apuração e recolhimento do SIMPLES, quando a receita com os serviços prestados é igual ou superior a 30% (trinta por cento) da receita total da empresa.

Nos casos em que a legislação impõe acréscimo de 50% (cinquenta por cento) da

alíquota, para fins de apuração do SIMPLES, conforme acima mencionado (Leis nº 10.034/00 e nº 10.684/03), a tabela passa a ser da seguinte forma:

MICROEMPRESA		
RECEITA BRUTA ANUAL (R\$)		Percentual (%)
Até 60.000,00		4,5
Acima de 60.000,00	Até 90.000,00	6,0
Acima de 90.000,00	Até 120.000,00	7,5
Acima de 120.000,00	Até 240.000,00	8,1
EMPRESA DE PEQUENO PORTE		
Receita Bruta Anual (R\$)		Percentual (%)
Acima de 240.000,00	Até 360.000,00	8,7
Acima de 360.000,00	Até 480.000,00	9,3
Acima de 480.000,00	Até 600.000,00	9,9
Acima de 600.000,00	Até 720.000,00	10,5
Acima de 720.000,00	Até 840.000,00	11,1
Acima de 840.000,00	Até 960.000,00	11,7
Acima de 960.000,00	Até 1.080.000,00	12,3
Acima de 1.080.000,00	Até 1.200.000,00	12,9
Acima de R\$1.200.000,00	Até 1.320.000,00	13,5
Acima de R\$1.320.000,00	Até 1.440.000,00	14,1
Acima de R\$1.440.000,00	Até 1.560.000,00	14,7
Acima de R\$1.560.000,00	Até 1.680.000,00	15,3
Acima de R\$1.680.000,00	Até 1.800.000,00	15,9
Acima de R\$1.800.000,00	Até 1.920.000,00	16,5
Acima de R\$1.920.000,00	Até R\$2.040.000,00	17,1
Acima de R\$2.040.000,00	Até 2.160.000,00	17,7
Acima de R\$2.160.000,00	Até 2.280.000,00	18,3
Acima de R\$2.280.000,00	Até 2.400.000,00	19,9

Os valores acima definidos para a faixa de receita superior a R\$1.200.000,00 foram fixados pela Medida Provisória nº 275, de 29 de dezembro de 2005, para vigorar a partir de 1º de janeiro de 2006.

Os percentuais mencionados no quadro acima não incluem a alíquota definida para empresas que exploram atividade industrial e são contribuintes do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados). Nesta hipótese, sempre que o contribuinte optar pelo SIMPLES e for contribuinte do IPI, deverá adicionar 0,5% (cinco décimos por cento) sobre as alíquotas indicadas no quadro acima.

Microempresa Legislação Estadual

Em Minas Gerais, foi estabelecido tratamento diferenciado e simplificado às microempresas e empresas de pequeno porte, através do SIMPLES MINAS, instituído pela Lei (estadual) n.º 15.219, de 7 de julho de 2004, regulamentada pelo Decreto (estadual) n.º 43.924, de 3 de dezembro de 2004.

O SIMPLES MINAS estende benefícios ao empreendedor autônomo e também a algumas cooperativas especificadas na legislação aplicável. São cooperativas especificadas na lei, que podem ser beneficiadas pelo SIMPLES MINAS, somente aquelas formadas por:

- a) produtores artesanais;
- b) feirantes;
- c) comerciantes ambulantes;
- d) pequenos comerciantes;
- e) pequenos produtores da agricultura familiar;
- f) garimpeiros.

O SIMPLES MINAS reduz o valor do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços), simplifica o sistema de apuração do imposto mencionado e permite deduzir do ICMS apurado depósitos efetuados em benefício do FUNDESE – Fundo de Fomento e Desenvolvimento Socioeconômico do Estado de Minas Gerais.

O SIMPLES MINAS permite também abater sobre o ICMS apurado as despesas comprovadas pelo contribuinte com investimentos na aquisição de Equipamento Emissor de Cupom Fiscal (ECF).

CLASSIFICAÇÃO: MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

A legislação classifica microempresa (ME) como sendo a sociedade empresária ou empresário individual, cuja receita bruta anual não ultrapassa R\$277.980,00 (duzentos e setenta e sete mil, novecentos e oitenta reais); e empresa de pequeno porte (EPP) a sociedade empresária ou empresário individual cuja receita bruta anual ultrapassa o limite de micro (R\$277.980,00) e não ultrapassa R\$2.224.644,00 (dois milhões, duzentos e vinte e quatro mil, seiscentos e quarenta e quatro reais).

CLASSIFICAÇÃO	RECEITA BRUTA ANUAL
Microempresa	Até R\$ 277.980,00
Empresa de pequeno porte	Acima de R\$ 277.980,00 até R\$ 2.224.644,00

Na apuração do ICMS, o SIMPLES MINAS obriga o contribuinte a recolher o imposto resultante da somatória de duas operações:

- a) Operação de apuração do ICMS resultante da diferença de alíquota entre Estados da federação;

- b) Operação de apuração do ICMS pela aplicação da tabela simplificada de alíquotas variáveis conforme faixa de RECEITA TRIBUTÁVEL (real ou presumida).

O contribuinte é obrigado a recolher o ICMS que resulta da somatória das duas operações acima mencionadas (letras “a” e “b”).

O ICMS que resulta da diferença da alíquota (letra “a”) e o ICMS que resulta da aplicação da tabela simplificada (letra “b”) são somados, e o resultado (soma) é o valor total do imposto a ser recolhido.

A orientação para a apuração do ICMS segue abaixo, dividida em duas etapas (itens “a” e “b”), sendo a primeira (item “a”) relativa à diferença de alíquota, e a segunda etapa (letra “b”) relativa à aplicação da tabela simplificada.

Na segunda etapa (letra “b”) da orientação abaixo, que refere-se à aplicação da tabela simplificada, o contribuinte deve estar atento à opção de apurar a RECEITA TRIBUTÁVEL REAL ou aplicar o índice sobre a RECEITA TRIBUTÁVEL PRESUMIDA.

A) DIFERENÇA DE ALÍQUOTA ENTRE ESTADOS DA FEDERAÇÃO

a.1) O contribuinte soma o valor das notas fiscais de compra de mercadorias que destinam-se à industrialização ou revenda, aplicando sobre o resultado a alíquota de 18% (dezoito por cento);

a.2) Sobre as notas fiscais somadas para alcançar o resultado acima, o contribuinte soma apenas o valor do ICMS QUE VEM INDICADO EM CADA NOTA FISCAL, como incluso/incluído no valor total;

a.3) O contribuinte então calcula a diferença entre o resultado obtido na primeira operação (item a.1) e o resultado obtido na segunda operação (item a.2);

a.4) Nos casos em que o valor do imposto indicado em cada nota fiscal como sendo incluso/incluído no valor total (item a.2 acima) for exatamente igual ao valor obtido pela aplicação da alíquota de 18% (dezoito por cento) sobre as notas fiscais de compra de mercadorias (item a.1 acima), NÃO HAVERÁ DIFERENÇA DE ALÍQUOTA a ser somada no valor do ICMS para recolhimento.

B) APLICAÇÃO DA TABELA SIMPLIFICADA - ALÍQUOTAS VARIÁVEIS CONFORME FAIXA DE RECEITA TRIBUTÁVEL

O contribuinte apura o ICMS pela aplicação de alíquotas, que variam conforme o valor da RECEITA TRIBUTÁVEL.

A tabela é progressiva. A alíquota do imposto aumenta conforme aumenta também a capacidade de contribuição da empresa. O contribuinte com menor RECEITA TRIBUTÁVEL possui menor capacidade de contribuir com o ICMS; e o contribuinte com maior RECEITA TRIBUTÁVEL possui maior capacidade de contribuir com o

imposto. Diante disso, a alíquota do imposto aumenta gradativamente, de acordo com o aumento da RECEITA TRIBUTÁVEL.

A tabela também é não cumulativa. As alíquotas aumentam de acordo com o aumento da RECEITA TRIBUTÁVEL, mas são aplicadas progressivamente, SOMENTE SOBRE O VALOR QUE EXCEDE CADA FAIXA de incidência. Desta forma, a alíquota maior incide apenas sobre a maior parcela da RECEITA TRIBUTÁVEL. Para bem esclarecer, basta explicar que a RECEITA TRIBUTÁVEL é dividida em faixas distintas, aplicando-se cada alíquota específica sobre cada faixa específica de RECEITA TRIBUTÁVEL.

O sistema de apuração do ICMS por faixa de RECEITA TRIBUTÁVEL, de acordo com as alíquotas variáveis, progressiva e não cumulativamente, pode ser resumido na seguinte tabela:

FAIXA	RECEITA TRIBUTÁVEL	ALÍQUOTA
1	até R\$ 5.675,00	zero
2	Somente o que exceder R\$ 5.675,00 até R\$17.026,00	0,5%
3	Somente o que exceder R\$17.026,00 até R\$45.403,00	2,0%
4	Somente o que exceder R\$ 45.403,00 até R\$113.508,00	3,0%
5	Acima de R\$113.508,00	4,0%

A tabela acima pode ser RELIDA pelo contribuinte na forma abaixo, que permite a apuração do imposto numa única operação direta, através da qual o ICMS é calculado mediante aplicação da alíquota correspondente à faixa de RECEITA TRIBUTÁVEL, deduzindo-se a parcela respectiva, em que o saldo final já incluiu os princípios de progressividade e não cumulatividade, que são característicos do SIMPLES MINAS.

FAIXA	RECEITA TRIBUTÁVEL	ALÍQUOTA	PARCELA A DEDUZIR
1	até R\$5.675,00	zero	zero
2	Acima de R\$ 5.675,00 até R\$ 17.026,00	0,5%	R\$28,30
3	Acima de R\$ 17.026,00 até R\$ 45.403,00	2,0%	R\$283,77
4	Acima de R\$ 45.403,00 até R\$ 113.508,00	3,0%	R\$737,81
5	Acima de R\$ 113.508,00	4,0%	R\$1.872,88

Os valores constantes das tabelas acima foram atualizados pela Portaria nº 26, de 11 de janeiro de 2006, do Secretário da Receita Estadual do Estado de Minas Gerais, para vigorar no exercício de 2006.

APURAÇÃO DA RECEITA TRIBUTÁVEL – OPÇÕES: REAL OU PRESUMIDA

A RECEITA TRIBUTÁVEL que serve como base de cálculo do ICMS pode ser REAL ou PRESUMIDA.

A RECEITA TRIBUTÁVEL REAL é o valor total das saídas promovidas pelo contribuinte é registrado em notas fiscais, cupom fiscal ou outro documento fiscal autorizado pelo Poder Público. O contribuinte realiza a somatória das saídas promovidas no mês e registrada em documentos fiscais, que corresponde à RECEITA TRIBUTÁVEL REAL sujeita à aplicação das alíquotas indicadas na tabela acima, variando de acordo com a faixa de incidência.

A RECEITA TRIBUTÁVEL PRESUMIDA é apurada pela somatória de NOTAS DE COMPRAS (entradas), acrescida de um índice específico (varia de acordo com a atividade do empreendedor), que representa a Margem de Valor Agregado (MVA). A legislação permite ao contribuinte presumir o valor da RECEITA TRIBUTÁVEL, utilizando para tanto as COMPRAS realizadas no mês, acrescidas do índice de valor agregado (MVA) que segue na tabela abaixo, variando de acordo com o segmento empresarial ou setor de atividade.

MARGENS DE VALORES AGREGADOS PARA APURAÇÃO DA RECEITA PRESUMIDA

ITEM	DESCRIÇÃO	QZE
1	Extração de minerais metálicos	48%
2	Extração de minerais não-metálicos	26%
3	Fabricação de produtos alimentícios e de bebidas	58%
4	Fabricação de produtos do fumo	70%
5	Fabricação de produtos têxteis	35%
6	Confecção de artigos do vestuário e acessórios	30%
7	Preparação de couros e fabricação de artefatos de couro e calçados	30%
8	Fabricação de produtos de madeira	30%
9	Fabricação de celulose, papel e produtos de papel	26%
10	Edição, impressão e reprodução de gravações	26%
11	Fabricação de coque, refino de petróleo, elaboração de combustíveis nucleares e produção de álcool	70%
12	Fabricação de produtos químicos	26%
13	Fabricação de artigos de borracha e plásticos	26%
14	Fabricação de produtos de minerais não-metálicos	70%
15	Metalurgia básica	70%
16	Fabricação de produtos de metal, exceto máquinas e equipamentos	40%
17	Fabricação de máquinas e equipamentos	48%
18	Fabricação de máquinas para escritório e equipamentos de informática	30%
19	Fabricação de máquinas, aparelhos e materiais elétricos	30%
20	Fabricação de material eletrônico e de aparelhos e equipamentos de comunicações	26%
21	Fabricação de equipamentos de instrumentação médico-hospitalares, instrumentos de precisão e ópticos, equipamentos para automação industrial, cronômetros e relógios	26%
22	Fabricação e montagem de veículos automotores, reboques e carrocerias	26%

23	Fabricação de outros equipamentos de transporte	26%
24	Fabricação de móveis com predominância de madeira	30%
25	Fabricação de móveis com predominância de metal	30%
26	Fabricação de móveis de outros materiais	30%
27	Fabricação de colchões	30%
28	Lapidação de gemas	26%
29	Fabricação de artefatos de joalheria e ourivesaria	61%
30	Fabricação de instrumentos musicais, peças e acessórios	70%
31	Fabricação de artefatos para caça, pesca e esporte	70%
32	Fabricação de mesas de bilhar, de <i>snooker</i> e acessórios, não associada a locação	30%
33	Fabricação de mesas de bilhar, de <i>snooker</i> e acessórios associada a locação	30%
34	Fabricação de brinquedos e de outros jogos recreativos	70%
35	Fabricação de canetas, lápis, fitas impressoras para máquinas e outros artigos para escritório	46%
36	Fabricação de escovas, pincéis e vassouras	26%
37	Decoração, lapidação, gravação, espelhação, bisotagem, vitrificação e outros trabalhos em cerâmica, louça, vidro ou cristal	70%
38	Fabricação de produtos diversos	26%
39	Reciclagem de outras sucatas metálicas	70%
40	Reciclagem de sucatas não-metálicas	31%
41	Eletricidade, gás e água quente	70%
42	Representantes comerciais e agentes do comércio de veículos automotores	26%
43	Serviços de manutenção e reparação de automóveis	36%
44	Serviços de manutenção e reparação de caminhões, ônibus e outros veículos pesados	34%
45	Serviços de lavagem, lubrificação e polimento de veículos	26%
46	Serviços de borracheiros e gomaria	26%
47	Comércio por atacado de peças e acessórios novos para veículos automotores	30%
48	Comércio por atacado de pneumáticos e câmaras de ar	42%
49	Comércio a varejo de peças e acessórios novos para veículos automotores	26%
50	Comércio a varejo de pneumáticos e câmaras de ar	26%
51	Representantes comerciais e agentes do comércio de peças e acessórios novos e usados para veículos automotores	26%
52	Comércio a varejo de peças e acessórios usados para veículos automotores	26%
53	Comércio por atacado de peças e acessórios para motocicletas e motonetas	26%
54	Comércio a varejo de motocicletas e motonetas	32%
55	Comércio a varejo de peças e acessórios para motocicletas e motonetas	30%
56	Comércio a varejo de combustíveis e lubrificantes para veículos	40%

	automotores	
57	Comércio por atacado e representantes comerciais e agentes do comércio	30%
58	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios, com área de venda superior a 5000 metros quadrados - hipermercados	26%
59	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios, com área de venda entre 300 e 5000 metros quadrados - supermercados	26%
60	Minimercados	26%
61	Mercearias e armazéns varejistas	26%
62	Comércio varejista de mercadorias em lojas de conveniência	30%
63	Lojas de departamentos ou magazines	30%
64	Lojas de variedades, exceto lojas de departamentos ou magazines	30%
65	Comércio varejista de produtos de padaria e de confeitaria	26%
66	Comércio varejista de laticínios, frios e conservas	26%
67	Comércio varejista de balas, bombons e semelhantes	26%
68	Comércio varejista de carnes - açougues	26%
69	Comércio varejista de bebidas	45%
70	Tabacaria	26%
71	Comércio varejista de hortifrutigranjeiros	26%
72	Peixaria	26%
73	Comércio varejista de outros produtos alimentícios não especificados anteriormente	40%
74	Comércio varejista de tecidos	30%
75	Comércio varejista de artigos de armarinho	30%
76	Comércio varejista de artigos de cama, mesa e banho	30%
77	Comércio varejista de artigos do vestuário e complementos	30%
78	Comércio varejista de calçados	30%
79	Comércio varejista de artigos de couro e de viagem	30%
80	Comércio varejista de produtos farmacêuticos sem manipulação de fórmula	30%
81	Comércio varejista de produtos farmacêuticos homeopáticos	30%
82	Comércio varejista de produtos farmacêuticos com manipulação de fórmula	40%
83	Comércio varejista de artigos de perfumaria, cosméticos e de higiene pessoal	30%
84	Comércio varejista de artigos médicos e ortopédicos	30%
85	Comércio varejista de medicamentos veterinários	30%
86	Comércio varejista de máquinas, aparelhos e equipamentos elétricos e eletrônicos de uso doméstico e pessoal, exceto equipamentos de informática	30%
87	Comércio varejista de artigos fotográficos e cinematográficos	30%
88	Comércio varejista de instrumentos musicais e acessórios	30%
89	Comércio varejista de discos e fitas	30%
90	Comércio varejista de móveis	30%

91	Comércio varejista de artigos de colchoaria	38%
92	Comércio varejista de artigos de tapeçaria	55%
93	Comércio varejista de artigos de iluminação	30%
94	Comércio varejista de outros artigos de utilidade doméstica	40%
95	Comércio varejista de ferragens, ferramentas e produtos metalúrgicos	30%
96	Comércio varejista de vidros, espelhos, vitrais e molduras	30%
97	Comércio varejista de material para pintura	30%
98	Comércio varejista de madeira e seus artefatos	30%
99	Comércio varejista de materiais elétricos para construção	30%
100	Comércio varejista de materiais hidráulicos	30%
101	Comércio varejista de cal, areia, pedra britada, tijolos e telhas	30%
102	Comércio varejista de materiais de construção em geral	30%
103	Comércio varejista de materiais de construção não especificados anteriormente	30%
104	Comércio varejista de máquinas e equipamentos para escritório	26%
105	Comércio varejista de máquinas, equipamentos e materiais de informática	26%
106	Comércio varejista de máquinas, equipamentos e materiais de comunicação	26%
107	Comércio varejista de artigos de papelaria	26%
108	Comércio varejista de jornais e revistas	26%
109	Comércio varejista de gás liquefeito de petróleo (GLP)	26%
110	Comércio varejista de artigos de óptica	50%
111	Comércio varejista de artigos de relojoaria e joalheria	33%
112	Comércio varejista de artigos de souvenir, bijuterias e artesanatos	30%
113	Comércio varejista de bicicletas e triciclos, suas peças e acessórios	30%
114	Comércio varejista de artigos esportivos	30%
115	Comércio varejista de brinquedos e artigos recreativos	30%
116	Comércio varejista de plantas e flores naturais e artificiais e frutos ornamentais	30%
117	Comércio varejista de artigos de caça, pesca e <i>camping</i>	30%
118	Comércio varejista de objetos de arte	30%
119	Comércio varejista de animais para criação doméstica, de artigos para animais e ração	30%
120	Comércio varejista de peças e acessórios para eletrodomésticos e aparelhos eletrônicos, exceto peças e acessórios para informática	30%
121	Comércio varejista de fogos de artifício e artigos pirotécnicos	30%
122	Comércio varejista de embarcações e outros veículos recreativos, suas peças e acessórios	30%
123	Comércio varejista de produtos saneantes domissanitários	70%
124	Comércio varejista de outros produtos da Divisão 52 não especificados anteriormente	70%
125	Comércio varejista de antigüidades	70%
126	Comércio varejista de outros artigos usados	70%
127	Reparação e manutenção de máquinas e de aparelhos eletrodomésticos,	30%

	exceto aparelhos telefônicos	
128	Reparação e manutenção de aparelhos telefônicos	30%
129	Chaveiros	30%
130	Conserto e restauração de artigos de madeira e do mobiliário	30%
131	Reparação de outros objetos pessoais e domésticos	30%
132	Hotel	70%
133	Apart hotel	70%
134	Motel	70%
135	Camping	30%
136	Pensão	30%
137	Outros tipos de alojamento	39%
138	Restaurante	50%
139	Choperias, <i>whiskeria</i> e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	50%
140	Lanchonete, casas de chá, de sucos e similares	50%
141	Cantina (serviço de alimentação privativo) exploração própria	50%
142	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para empresas	50%
143	Serviços de <i>buffet</i>	70%
144	Outros serviços de alimentação (em trailers, quiosques, veículos e outros equipamentos)	30%
145	Outros não enquadrados nos itens anteriores	35%

EXCLUSÃO DO SIMPLES MINAS

A legislação estabelece algumas restrições ao enquadramento no regime especial do SIMPLES MINAS. Em determinadas situações, é excluído do SIMPLES MINAS o contribuinte:

I - que participe ou cujo titular ou sócio participe com mais de 10% (dez por cento) do capital de outra sociedade empresária, salvo se a receita bruta anual global das empresas interligadas for inferior ao maior limite de R\$2.197.831,00;

II - que tenha sido desmembrada ou resulte do desmembramento de outra sociedade empresária ou da transmutação de qualquer de seus estabelecimentos em sociedade autônoma, salvo se o fato tiver ocorrido até 31 de dezembro de 2003;

III - que possua filial ou sociedade empresária interligada situada fora do Estado;

IV - de transporte que, mediante contrato, preste serviço para outra transportadora;

V - que tenha débito inscrito em dívida ativa, em seu nome ou em nome do seu titular ou representante legal, ressalvada a hipótese do crédito tributário em fase de parcelamento, desde que adimplente ou objeto de discussão judicial, garantido por depósito ou penhora;

VI - que seja administrada por procurador;

VII - cujo administrador não sócio seja, também, administrador de outra sociedade empresária, salvo se a receita bruta anual global das sociedades administradas for inferior ao maior limite de R\$2.197.831,00.

Não se aplica a exclusão do contribuinte que participe com mais de 10% (dez por cento) do capital de outra sociedade empresária, quando a referida participação ocorrer em centrais de compras, em bolsas de subcontratação ou em consórcios de exportação ou de venda no mercado interno, mesmo que a receita bruta anual global das empresas interligadas for superior a R\$2.197.831,00.

Importante:

AS INSTRUÇÕES RECEBIDAS SOBRE OPÇÃO PELO REGIME DE MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE DEVEM SER CONFIRMADAS JUNTO ÀS AUTORIDADES FISCAIS E JUNTO AO CONTADOR OU CONTABILISTA RESPONSÁVEL PELA ESCRITA FISCAL.

Passo a Passo para Registro

CONSIDERAÇÕES INICIAIS SOBRE REGISTRO

Para registro e legalização recomendamos que sejam solicitados os serviços de um contador/contabilista que, além de elaborar os documentos constitutivos da empresa e preencher todos os formulários do processo, é o profissional capacitado a prestar consultoria com relação aos aspectos fiscais/tributários e legais na constituição da empresa.

Para contratar um contabilista habilitado, recomendamos que sejam solicitadas propostas de prestação de serviços, englobando o valor dos honorários e o "escopo" do serviço a ser prestado. Para tanto, consulte as "páginas amarelas da lista telefônica" ou peça às Associações ou Sindicatos de Contabilistas uma relação de profissionais que atuam em sua cidade ou região.

O contador é um profissional-chave na gestão empresarial. Por isso, antes de contratar, pesquise pelo menos três contadores, certifique-se de que ele é um profissional habilitado junto ao CRC - Conselho Regional de Contabilidade e de que não existem queixas registradas contra ele. Dê preferência aos profissionais atualizados, que ofereçam, além dos serviços fiscais, um serviço de assessoria contábil. Lembre-se que o preço não é o melhor critério para selecionar um serviço.

Um negócio próprio envolve, além de capital para investir, muita disposição para o trabalho, garra e persistência. Essas características devem estar presentes já na fase de abertura da empresa, para o cumprimento da verdadeira maratona imposta pela burocracia. O empreendedor deve estar preparado para lidar com diversas siglas, taxas e impostos em repartições municipais, estaduais e federais, até que o primeiro cliente da nova empresa seja finalmente atendido.

DEFINIÇÃO DA FORMA JURÍDICA QUE REVESTE O EMPREENDIMENTO

O passo inicial é definir a forma jurídica a ser adotada para exploração da atividade. O Código Civil em vigor (Lei nº 10.406, de 11 de janeiro de 2002) trouxe alterações importantes e criou as seguintes opções:

1 - Sociedades que exploram atividade intelectual, de natureza científica, literária ou artística e as cooperativas são definidas como SOCIEDADES SIMPLES;

2 - Para o empreendedor que explora qualquer outra atividade NÃO enquadrada como intelectual ou cooperativa, a legislação permite o registro do EMPRESÁRIO ou a constituição de sociedade empresária. O registro do EMPRESÁRIO ocorre quando NÃO HÁ constituição de sociedade. NO CASO DE CONSTITUIÇÃO DE SOCIEDADE, as opções previstas em lei são:

- 2.1 - Sociedade limitada;
- 2.2 - Sociedade anônima;
- 2.3 - Sociedade em nome coletivo;
- 2.4 - Sociedade em comandita por ações;
- 2.5 - Sociedade em comandita simples.

A legislação em vigor, conforme acima mencionada, define como SOCIEDADE SIMPLES aquela pessoa jurídica que explora atividade INTELLECTUAL, de natureza científica, literária ou artística; e as COOPERATIVAS.

É importante entender que apenas serviços intelectuais são explorados por sociedades SIMPLES. Serviços NÃO INTELLECTUAIS, podendo citar atividade explorada por prestador de serviço de limpeza, portaria e conservadoras, oficina mecânica e outros tantos, NÃO são explorados por sociedade denominada SIMPLES. São também legalmente definidas como SOCIEDADES SIMPLES as diversas espécies de COOPERATIVAS.

Em resumo:

1 - São sociedades simples:

- a) Aquelas que exploram serviço intelectual (natureza científica, literária ou artística);
- b) As cooperativas.

2 - Na exploração de atividades comerciais, industriais, rurais e serviços não intelectuais, o empreendimento pode revestir-se das seguintes formas jurídicas:

- a) Empresário (não é pessoa jurídica);
- b) Sociedade limitada;
- c) Sociedade anônima;
- d) Sociedade em nome coletivo;
- e) Sociedade em comandita por ações;
- f) Sociedade em comandita simples.

PEQUENOS EMPREENDIMENTOS - FORMAS JURÍDICAS MAIS ADEQUADAS

A sociedade LIMITADA é a forma jurídica mais adequada de sociedade empresária, para exploração de empreendimentos de micro, pequeno e médio portes. Na sociedade LIMITADA, cada sócio responde por obrigações da sociedade no limite do valor das cotas que subscreve.

Outra opção é a obtenção do registro na categoria de EMPRESÁRIO. Trata-se da exploração de atividade profissionalmente organizada, sem constituição de pessoa jurídica. O empreendedor que decide explorar atividade empresária sem constituir sociedade pode obter registro de EMPRESÁRIO. A desvantagem desta modalidade é que o titular do registro responde ilimitadamente pelas obrigações surgidas da exploração do negócio.

O registro de EMPRESÁRIO não é conferido aos profissionais para exploração de serviços intelectuais. Somente atividades organizadas profissionalmente para produção ou circulação de bens ou serviços NÃO intelectuais podem ser exploradas através da figura do EMPRESÁRIO.

SOCIEDADE SIMPLES REVESTIDA DE FORMA JURÍDICA DE SOCIEDADE LIMITADA

Sociedades que exploram serviços INTELLECTUAIS e cooperativas são necessariamente sociedades simples. O Código Civil em vigor dispõe que, nas sociedades simples, os sócios respondem pelas obrigações contraídas pela sociedade. Nesse particular, a sociedade simples revela desvantagem, se comparada à sociedade limitada.

O Código Civil permite à sociedade simples adotar a forma jurídica de sociedade limitada. Nesta hipótese, a natureza jurídica da pessoa jurídica continua sendo de sociedade simples; todavia, optando por revestir-se de sociedade limitada, confere aos sócios responsabilidade limitada ao valor restrito das cotas subscritas.

PROCEDIMENTOS DE REGISTRO - CUIDADOS INICIAIS

Definida a forma jurídica do empreendimento, o interessado deve, então, providenciar consulta prévia junto à Prefeitura do Município onde pretende estabelecer seu negócio, a fim de saber se a exploração do negócio é autorizada para o local escolhido, posto que a legislação municipal proíbe a instalação de determinados estabelecimentos em áreas definidas. Esse cuidado pode evitar uma série de aborrecimentos futuros.

Também é necessária a realização de consulta da situação fiscal dos sócios junto à Secretaria da Receita Federal e à Secretaria Estadual da Fazenda, para verificar a existência de pendências ou irregularidades, que impeçam a obtenção da inscrição nos respectivos cadastros fiscais (federal e estadual).

Da mesma forma, é aconselhável uma consulta à Junta Comercial e/ou ao Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas (conforme a competência para o registro), com o objetivo de verificar se não existe outra empresa com o nome (razão social) igual ou semelhante ao que você escolheu. O mesmo nome empresarial não pode ser adotado por mais de um empreendimento no mesmo Estado da Federação.

CONTRATO SOCIAL

Sociedades simples e sociedades empresárias são criadas inicialmente pela elaboração do contrato de sociedade, denominado CONTRATO SOCIAL, que é assinado pelos sócios e arquivado no órgão competente de registro.

O órgão competente para arquivamento do contrato social das Sociedades Simples é o Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas. Sociedades empresárias, por sua vez, têm seu contrato social arquivado na Junta Comercial. A existência legal da pessoa jurídica começa com o registro do contrato social no órgão competente. Sociedades cujos atos constitutivos não são arquivados no órgão competente são desprovidas de personalidade jurídica, pelo que respondem pessoalmente os sócios quanto aos atos praticados.

Para registro do empreendimento sem a constituição de sociedade, na modalidade EMPRESÁRIO, o órgão competente é a Junta Comercial. Neste caso, o empreendedor não dispõe de contrato social para registro, mas assina requerimento específico que contenha:

- a) Nome, nacionalidade, domicílio, estado civil e, se casado, regime de bens;
- b) Nome empresarial (firma social), com a respectiva assinatura autógrafa;
- c) Capital;
- d) Objeto e sede (endereço onde o empreendimento será explorado).

O contrato social das sociedades simples e das sociedades limitadas deve conter:

- a) Nome, nacionalidade, estado civil, profissão e residência dos sócios;
- b) Nome empresarial, objeto, sede e prazo da sociedade;
- c) Capital da sociedade, expresso em moeda corrente, podendo compreender qualquer espécie de bens suscetíveis de avaliação pecuniária;
- d) Quota de cada sócio no capital social e o modo de realizá-la;
- e) Indicação dos administradores, seus poderes e atribuições;
- f) Participação dos sócios nos lucros e perdas.

As sociedades simples devem, ainda, fazer constar do contrato social:

- a) as prestações a que se obriga o sócio, cuja contribuição consista em serviços;
- b) se os sócios respondem ou não, subsidiariamente, pelas obrigações sociais.

Além dos requisitos acima relacionados, o contrato social da sociedade limitada também deve conter:

- a) Declaração de que a responsabilidade dos sócios é limitada ao valor exato das cotas subscritas;
- b) Indicação da regência supletiva das normas aplicáveis às sociedades anônimas, se for do interesse do empreendedor;
- c) Designação do objeto da sociedade na denominação social, integrada no final da palavra limitada ou sua abreviatura.

Imprevistos podem acontecer e, além disso, são comuns atritos entre sócios. O importante é que, em qualquer litígio ou situação excepcional, a última palavra caberá ao texto do Contrato Social. Uma forma de eliminar dúvidas é a consulta a um Contrato Social lavrado por outra empresa em condições semelhantes. Porém, se as dúvidas persistirem ou não se chegar a um acordo, o melhor mesmo será recorrer a um advogado ou contador.

EXIGÊNCIAS PARA REGISTRO

Para o registro na Junta Comercial são exigidos os seguintes documentos:

A - EMPRESÁRIO

- Requerimento específico em quatro vias e em formulário próprio;
- Declaração de microempresa, se for o caso;
- Capa de processo;
- Cópia autenticada da carteira de identidade do titular da empresa;
- Taxa de registro.

B - SOCIEDADE LIMITADA

- Contrato ou estatuto social, assinado pelos sócios e duas testemunhas (três vias);
- Declaração de microempresa, se for o caso (duas vias);
- Ficha de Cadastro Nacional - FCN, folhas 1 e 2 (uma via cada);
- Capa de processo;
- Cópia autenticada da carteira de identidade do(s) sócio(s) gerente(s);
- Taxa de registro.

C - MINISTÉRIO DA FAZENDA - RECEITA FEDERAL - CNPJ

Documentos necessários para a obtenção do registro no CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica) do Ministério da Fazenda:

- Disquete preenchido com o sistema do CNPJ - Cadastro Nacional das Pessoas Jurídicas;
- Documento Básico de Entrada do CNPJ (formulário próprio), original e uma cópia simples, com a firma do sócio gerente reconhecida em cartório;
- Uma via do original do Contrato Social ou Estatuto Social ou requerimento de EMPRESÁRIO, devidamente averbado pela Junta Comercial do Estado ou Cartório do Registro Civil das Pessoas Jurídicas.

D- INSCRIÇÃO ESTADUAL-SECRETARIA DA FAZENDA ESTADUAL - ICMS

Documentos necessários para a obtenção da Inscrição Estadual (cadastro de contribuintes do ICMS da Secretaria da Fazenda Estadual):

- Formulário DECA: Declaração Cadastral, em duas vias;
- Formulário DECA: Declaração Cadastral - Anexo I, em duas vias;
- Formulário DCC: Declaração Cadastral do Contabilista e Empresa Contábil, em três vias, referente ao início de escrituração e ao pedido de permanência de livros em escritório de contabilidade, quando for o caso;
- Formulário de solicitação para enquadramento/alteração de Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, em duas vias;
- Cópia dos atos constitutivos (contrato social ou estatuto ou declaração de firma individual) devidamente registrados na JUCEMG;
- Cópias do CPF dos sócios, quando tratar-se de pessoa física, e do CNPJ do sócio, quando tratar-se de pessoa jurídica;
- Cópia do cartão CNPJ ou da ficha de inscrição no CNPJ;
- Cópia do alvará de localização fornecido pela Prefeitura ou, na sua falta, prova de propriedade (escritura registrada), contrato de locação ou de comodato do imóvel (com firmas reconhecidas);
- Formulário requerimento/certidão débito, em uma via, para: a) o titular, quando se tratar de firma individual; b) os sócios, quando se tratar de sociedade por quotas limitadas; c) os diretores, quando se tratar de sociedade anônima;
- Cópia reprográfica legível da identidade dos responsáveis sócios;
- Cópias reprográficas da procuração e da identidade do procurador (quando for o caso);
- Taxa de expediente.

E - ALVARÁ DE LOCALIZAÇÃO - PREFEITURA MUNICIPAL

O último passo é a inscrição da empresa na Prefeitura do município, para fins de obtenção do Alvará de Localização.

Os procedimentos para a inscrição variam de acordo com a legislação vigente no município onde a empresa for estabelecida. Assim, recomendamos que se procure o órgão competente para mais informações.

IMPORTANTE

Algumas atividades exigem licenças e registros especiais e específicos. Tanto o contabilista quanto os órgãos competentes poderão orientar o empreendedor para o cumprimento de tais exigências, se for seu caso.

O Código Civil em vigor veda a constituição de sociedade entre pessoas casadas pelos regimes de comunhão universal de bens ou separação obrigatória de bens.

ÓRGÃOS DE REGISTROS

- Junta Comercial (contrato social ou estatuto social) - site: www.jucemg.mg.gov.br ;

- Ministério da Fazenda (CNPJ - Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica) - site: www.receita.fazenda.gov.br ;
- Secretaria de Estado da Fazenda (inscrição estadual - cadastro de contribuintes do ICMS) - site: www.sef.mg.gov.br ;
- Prefeitura Municipal (Alvará de Localização e Funcionamento).

Marcas e Patentes

Registrar a marca da empresa significa ter a garantia sobre o uso de um nome (nome de fantasia), um sinal visual ou mesmo uma figura.

É a marca que identifica e distingue uma empresa, um produto, uma mercadoria ou um serviço dos demais no mercado em que atua.

O registro da marca é de fundamental importância para a empresa e para o empreendedor, porque:

- A marca tem grande valor, agindo como fator básico na comercialização de produtos e serviços;
- A marca se constitui em elemento essencial para a defesa do consumidor, garantindo a qualidade daquilo a que se aplica e atestando sua autenticidade;
- O não registro da marca pela empresa abre espaço para que outros o façam, perdendo a mesma os referidos direitos;
- A marca pode e deve ser contabilizada no ativo da empresa, pois a mesma é um BEM da empresa.

De acordo com o princípio da propriedade industrial, o registro da empresa na Junta Comercial ou no cartório competente garante a exclusividade no uso do nome comercial (razão social, denominação social), mas não garante a proteção no uso da marca ou nome de fantasia.

Por isso, é relevante que seja feito o registro da marca junto ao INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial), para que seja garantido o uso exclusivo da marca em benefício do titular da mesma, coibindo seu uso indevido por terceiros.

Para o registro da marca junto ao INPI, inicialmente é providenciada a "busca de marca", objetivando saber se já existe registro anterior em vigência de marca igual ou semelhante à desejada. Não havendo, é iniciado o processo de registro.

DOCUMENTOS EXIGIDOS PARA O REGISTRO DE MARCA

- **Pessoa Jurídica**
Cópias do Contrato Social, das alterações contratuais, do cartão CNPJ e da declaração da microempresa (se for o caso);
- **Pessoa Física**

Carteira de identidade, CPF e cópia da carteira profissional (se for o caso).

- **Marca mista**

Se a marca for mista (nome com figura) ou apenas figurativa (apenas figura), é necessário apresentar 16 (dezesesseis) etiquetas na metragem 6cm X 6cm. As etiquetas devem ser impressas em papel ofício e em preto e branco.

- **Taxas**

O INPI cobra taxas pelos serviços que presta, desde o pedido de registro de marca até a expedição do Certificado de Registro. Os valores variam de acordo com o tipo de serviço pedido e, ainda, de acordo com a característica do usuário do serviço (pessoa física, pessoa jurídica, microempresa).

O interessado poderá solicitar mais informações sobre busca e registro de marcas diretamente no Ponto de Atendimento SEBRAE-MG mais próximo.

Implantação

O pão de queijo é uma invenção brasileira, desenvolvida pelas escravas nas grandes fazendas de Minas Gerais. Apesar de ser um produto tradicional, a produção industrial de pão de queijo vem ganhando espaço, nos últimos anos, existindo inclusive propostas de exportação.

Não obstante a produção em escala industrial, o pão de queijo ainda não possui padrões de identidade e qualidade estabelecidos, o que possibilita o surgimento de produtos com características diversificadas, que são comercializados com o nome de pão de queijo.

Com o advento dos congelados, percebe-se a expansão da presença do pão de queijo em muitas mesas. Este prático alimento pode ser assado em 30 a 45 minutos e combina com café, sucos, refrigerantes e até mesmo com o vinho.

Por ser um alimento barato e de grande aceitação em diversas situações, a produção de pão de queijo pode ser uma boa oportunidade de negócios.

Contudo, não se deve esquecer de que é fundamental investir continuamente em máquinas/equipamentos e processos, visando a melhoria do produto, pois os clientes estão cada vez mais exigentes e querem maior qualidade.

O empreendedor deve estar consciente de que a qualidade do pão de queijo depende de uma série de fatores, a saber:

- Seleção adequada de matérias-primas;
- Balanceamento correto de ingredientes;
- Técnicas de processamento e de congelamento;
- Cuidados durante a manipulação, o transporte e o armazenamento.

É importante estabelecer um programa de controle efetivo, que minimize a possibilidade de contaminação do produto por agentes microbiológicos.

Sendo assim, é recomendável que o empreendedor busque a ajuda de profissionais (através das consultorias especializadas), para receber orientações específicas sobre o produto, o processo, as matérias-primas, equipamentos, além de esclarecer dúvidas e solucionar problemas.

Diante de uma concorrência crescente, os fabricantes têm diversificado a produção, desenvolvendo produtos com sabores diversos, como bacon, pizza, alho, dentre outros. As formulações especiais, que envolvem temperos exóticos, são um novo filão, que poderá ser explorado pelo empreendedor.

O mercado de produtos requintados apresenta boa aceitação para o pão de queijo.

Para ocasiões especiais, como festas em geral, os pães de queijo deverão ter tamanho menor. As dimensões recomendadas são 15 gramas, para aperitivo; 25 gramas, para o tradicional; 65 gramas; para lanche.

Na fabricação de pão de queijo recheado é recomendável que a massa envolva completamente o recheio. Recheios que requerem molho (do tipo frango, carne ou camarão) devem ser enxutos e o prazo de validade deve ser menor do que o do produto tradicional.

Uma boa maneira de se lucrar fabricando pães de queijo é fornecê-lo para pequenos estabelecimentos, como bares, padarias, lanchonetes, cantinas escolares, casa de congelados, etc.

Os produtos podem ser oferecidos já prontos ou devidamente ensacados e congelados, podendo-se ainda montar uma loja para venda do próprio produto.

Para manter o padrão de qualidade, é necessário ter critério na escolha da matéria-prima. Assim, deve-se buscar fornecedores idôneos e que possuam, preferencialmente, certificado de qualidade de seus produtos.

A qualidade do pão de queijo depende, ainda, de cuidados no processo de produção. Seguem algumas sugestões de atitudes importantes para a conservação da higiene na produção de alimentos:

- pisos, paredes e bancadas devem ser de material lavável, 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 não acumular resíduos alimentares que podem contaminar o produto final;
- as áreas destinadas a armazenamento e acondicionamento devem ser bem arejadas, e os produtos mantidos sobre estrados a 20 cm 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. Quando submetidos a refrigeração, os alimentos devem ser embalados adequadamente ou acondicionados em vasilhas plásticas com tampa;
- os funcionários devem trabalhar com uma boa apresentação pessoal, uniformes de cor clara, calças adequadas, cabelos curtos e cobertos com boné ou rede, mãos limpas, unhas curtas, sem adornos nos dedos ou pulsos. Devem lavar cuidadosamente as mãos, antes de manipular os alimentos e após o uso dos sanitários;
- 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;

- fornecer treinamento permanente aos funcionários, de modo a propiciar a aquisição de hábitos de higiene adequados à manipulação de alimentos;
- usar utensílios diferentes no manuseio de alimentos crus e cozidos, evitando a contaminação cruzada;
- evitar o manuseio de alimentos crus e cozidos na mesma área;
- armazenar os alimentos, agrupando-os por tipo. No caso de refrigeração, utilizar recipientes tampados;
- estocar alimentos em lugares secos, usando a regra "o que entra primeiro, sai primeiro" no momento de usar;
- contratar empresas especializadas para dedetizar os locais de produção e armazenagem de alimentos.

No momento da implantação da fábrica é importante observar a infra-estrutura do local, a disponibilidade de redes de água e esgoto, energia, vias de transporte, sistemas de comunicação, etc..

Como em todo negócio ligado à alimentação, o maior desafio no comércio de pão de queijo é manter a qualidade a preços acessíveis, a fim de atrair cada vez mais consumidores.

CARACTERÍSTICAS DOS PRODUTOS UTILIZADOS NA PRODUÇÃO

Polvilho

Pesquisas realizadas pelos laboratórios do Departamento de Tecnologia de Alimentos da Universidade Federal de Viçosa (UFV) constataram que:

- a utilização única e exclusiva de polvilho azedo torna o pão de queijo menos macio, com textura mais porosa e com maior volume;
- a utilização de polvilho doce torna o pão de queijo mais macio, mas com menor volume;
- O emprego da fécula torna o pão de queijo borrachento, pesado e com miolo compacto;
- a mistura de polvilho doce ou fécula com polvilho azedo produz pães de queijo de qualidade, visualmente atraentes, saborosos e com boa estabilidade no congelamento.

Queijo

Estudos realizados comprovam que 35% é uma boa porcentagem de queijo no pão de queijo. Entretanto, cada produto apresenta características específicas.

Recomenda-se conhecer a procedência do queijo e o seu processo de fabricação. O queijo é um ingrediente de fundamental importância, pois influencia os aspectos visual e olfativo, fatores bastante observados pelo consumidor.

Os produtores tem se esforçado em produzir queijos que atendam às exigências dos fabricantes de pães de queijo. Muito se tem alcançado em termos de qualidade.

Mas, ainda há o que melhorar. Grande parte da produção de queijo é oriunda de pequenos produtores, que realizam uma produção artesanal, sem aplicar rigorosos controles sobre a qualidade. As variações podem alterar de forma significativa a qualidade do pão de queijo.

Desta maneira, encontrar sempre a mesma qualidade nos queijos é um desafio que precisa ser vencido.

Qualidade do queijo na produção do pão de queijo

O assunto qualidade do queijo para a produção de pão de queijo é polêmico.

Veja, a seguir, as principais características que precisam ser observadas para a aquisição do melhor queijo para a produção do pão de queijo:

- aroma picante a ácido (típico do queijo canastra);
- textura adequada para o ralamento;
- sem sabor de ranço, mofo ou sabão;
- procedência: deve-se saber a procedência e a data de validade do queijo;
- microorganismos: deve-se ter especial atenção para que não ocorra a contaminação por "Salmonela", pois este é um problema com sérias conseqüências para crianças e pessoas mais debilitadas;
- evitar queijos com trincas, perfurações, sujidades (é comum encontrar em alguns queijos moscas, cabelos, etc.);
- evitar queijos com saídas de gordura .

Leite

Recomenda-se a utilização do leite pasteurizado ou esterilizado.

Ovos

É comum a utilização de ovos frescos, que devem ser armazenados em local seco e arejado. A higienização da casca deve ser feita antes do processo produtivo.

Lipídeos

Em virtude da grande quantidade de lipídeos utilizados na formulação, é interessante o uso de gorduras com menor teor de colesterol.

Água

É fundamental que a água seja potável, livre de contaminações. A quantidade de água a ser acrescentada dependerá do tipo de polvilho a ser utilizado.

Além da hidratação e da gelatinização do amido, a água dissolve os ingredientes, controla a temperatura da massa e o volume do pão e fornece umidade à massa.

Importante: A quantidade de líquidos (água, ovos, lipídios) deve ser suficiente para formar uma massa que não seja mole demais (não mantém o formato), nem dura demais (é quebradiça).

Sal

O sal deverá ser acrescentado na devida proporção (nem mais, nem menos), pois ele será determinante no sabor do pão de queijo.

DEFINIÇÃO DE PARÂMETROS PARA A PRODUÇÃO DE PÃO DE QUEIJO

A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - EMBRAPA, com o objetivo de testar diferentes formulações, conhecer melhor as influências das matérias-primas sobre o resultado final e verificar as alterações ocorridas durante o congelamento de massas para pão de queijo, realizou pesquisa para definir alguns parâmetros para o processamento do pão de queijo.

As conclusões deste trabalho são as seguintes:

- de maneira geral, mostraram melhores resultados as massas feitas pelo processo de escaldamento, forneadas à temperatura de 175° C;
- a mistura entre os polvilhos doce e azedo parece ser mais vantajosa, em termo de qualidade global, do que o uso de cada um deles em separado;
- a proporção entre os polvilhos doce e azedo poderá variar (mais recomendável entre 30% e 50% de polvilho azedo), devendo ser definida em função das características desejadas de volume, textura, cor, aroma e sabor;
- a consistência da massa influi no sabor (as mais consistentes apresentam sabor mais acentuado) e no comportamento durante a estocagem de congelados. As massas de consistência mais firme sofreram alterações mais significativas nos primeiros dias de estocagem, sendo que, a partir de 20 dias de armazenagem, verifica-se que as massas "moles" foram mais afetadas. Assim, a consistência da massa pode ser definida em função de sua adequação ao processo ou aos equipamentos disponíveis e levando em conta também o tempo pretendido de estocagem;
- o congelamento das massas antes do assamento provoca queda da qualidade do produto, variando de intensidade conforme o tempo de armazenamento;
- o assamento das massas congeladas deve ser feito colocando-se as mesmas diretamente no forno, sem descongelamento prévio.

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS UTILIZADAS NA FABRICAÇÃO DE PÃO DE QUEIJO:

- Ralador (máquina industrial para ralar queijo);
- Amassadeira (tipo lenta ou semi-rápida) ;
- Boliadora ou dosador (equipamento semelhante às pingadeiras utilizadas na produção de biscoitos de polvilho);
- Batedeira;
- Balanças (importantes na pesagem dos ingredientes secos e na pesagem da massa);

- Escaldador (equipamento parecido com uma bateadeira);
- Recheador;
- Peneiras;
- Fornos (apesar de grande parte da produção ser vendida congelada, os fornos são importantes para o controle de qualidade do produto);
- Fogões industriais (utilizados no preparo do líquido de escaldamento e na produção de alguns recheios);
- Seladoras (o ideal é que ocorra à vácuo e em ambiente refrigerado. Contudo, existem boas seladoras no mercado);
- Câmaras ou túneis de congelamento.

Os equipamentos para refrigeração e congelamento irão variar de acordo com o empreendimento. Atualmente, existem técnicas modernas para congelamento de alimentos, como a que utiliza o nitrogênio. É bom lembrar que estas técnicas são utilizadas para produção em grande escala.

MATÉRIA-PRIMA

Por se tratar de um produto alimentício e visando manter uma qualidade padrão, a escolha da matéria-prima é de extrema importância, uma vez que, ocorrendo constantes variações na sua escolha, seu sabor original sofrerá alterações, podendo comprometer o futuro do produto. Sendo assim, a escolha por ingredientes mais baratos, às vezes, pode ser um péssimo negócio.

As principais matérias-primas são:

- Queijo minas curado ou queijo parmesão;
- Polvilho (doce e azedo - o polvilho de alta pureza é denominado fécula);
- Leite;
- Ovos;
- Sal;
- Conservante (estabilizante químico);
- Lipídeos (óleos, banhas, margarinas, gordura vegetal hidrogenada, etc.);
- Água (importante para a hidratação e gelatinização do amido).

PROCESSO DE PRODUÇÃO

1. Recebimento da matéria-prima.

2. Pesagem e peneiramento dos ingredientes (para uniformizar o tamanho das partículas).

3. Escaldamento

É considerada a chave do processo, apesar de não ser uma etapa obrigatória (nesta etapa prepara-se o amido para a digestão no organismo humano). A gelatinização do amido é o processo de alteração da estrutura química do mesmo, tornando-o

solúvel em água. O líquido de escaldamento pode ser constituído de água, óleo e sal ou de água mais óleo ou água mais leite ou apenas água ou leite. O mais importante, contudo, é que eles tenham atingido a fervura, antes que sejam adicionados sobre o polvilho. A qualidade do produto final é muito influenciada pelo escaldamento, que dará melhor textura, aparência, sabor, além de não provocar azia e sensação de peso em consumidores mais sensíveis.

4. Mistura dos ingredientes

Além da formação de massa homogênea, esta etapa tem por objetivo a incorporação de umidade e de ar à massa, de modo a influenciar o volume e a textura do produto assado. Antes de misturar os ingredientes, é preciso esperar o tempo necessário para que os mesmos esfriem. O tempo de mistura dos ingredientes não deve ser longo, mas o suficiente para adquirir boa maquinabilidade (deve-se obter massa que passe com facilidade pelas demais máquinas, que não seja "esfarinhenta", nem "pegajosa"). Os lipídeos (óleos, margarinas, gorduras, etc.) deverão ser acrescentados no final desta etapa, caso não se tenha feito o escaldamento no início.

5. Modelagem da massa

A modelagem manual poderá ser feita, desde que se preocupe com a padronização dos pesos e tamanhos dos pães de queijo. Caso exista grande diferença nos tamanhos dos pães, alguns poderão sair queimados do forno, enquanto outros poderão ficar mal assados. Para evitar o moroso e cansativo trabalho de pesar cada pedaço da massa, pode-se adquirir formas semelhantes às de gelo, que facilitam o trabalho. Em maiores escalas, é recomendável que se utilize equipamentos dosadores.

6. Congelamento

É uma técnica que visa aumentar o período de conservação do produto. O congelamento poderá ser rápido, intermediário ou lento. No congelamento lento, há a desvantagem da formação de grandes cristais de gelo, que rompem a estrutura do produto. Contudo, pode-se obter produto de boa qualidade, se observadas as demais etapas do processo. Existem inúmeras vantagens para o congelamento rápido. Mas, o custo é muito superior. Para maior domínio das técnicas de congelamento, recomendam-se os cursos de congelados.

7. Embalagem

A embalagem tem papel de grande relevância na conservação e comercialização do pão de queijo, pois ajuda a proteger o alimento das contaminações ou perdas e da passagem de umidade, ar e luz. Além dessa vantagem, a embalagem facilita o transporte, atrai a atenção do consumidor e o instrui quanto ao uso do produto.

8. Acondicionamento ou armazenamento

Vários aspectos devem ser observados quanto ao armazenamento do pão de queijo, a saber:

- deve-se manter a temperatura de estocagem a -18°C , no mínimo, evitando ao máximo as flutuações de temperatura;

- deve-se assegurar adequada circulação de ar frio ao redor das embalagens. Entretanto, deve-se evitar ao máximo o acúmulo de gelo no piso e nas paredes da câmara fria;
- rotular os lotes ajuda na identificação dos produtos mais antigos, que devem ser comercializados primeiramente.

9. Venda

O assamento é a última e mais importante etapa para a definição da qualidade do pão de queijo e deve conferir ao produto coloração bege clara, crosta lisa e pontos amarelos distribuídos regularmente. Após o assamento, ocorre o envelhecimento do pão de queijo, em virtude da cristalização das moléculas de amido.

É possível diminuir este efeito através do uso de aditivos (umidificantes, emulsificantes), pois grande parte da reclamação de clientes deve-se ao fato do rápido envelhecimento do produto.

RECEITAS DE PÃO DE QUEIJO

O sucesso do empreendimento tem muita ligação com a receita do pão de queijo. A partir de uma massa tradicional, variações devem ser exploradas.

As informações contidas neste trabalho servem apenas como base de sugestão ou orientação para futuros estudos. A adaptação destas fórmulas para produção em escala industrial necessita de adequação das matérias-primas e dos equipamentos, bem como de sucessivas elaborações e desenvolvimentos ditados pela experiência de quem os utiliza, observando sempre os devidos controles de qualidade e a supervisão de profissionais da área (conforme legislação em vigor).

Receita caseira de pão de queijo

- Ingredientes

700 gramas de queijo meia cura

400 gramas de queijo fresco

1,5 quilo de polvilho doce

1 quilo de polvilho azedo

6 ovos

500 gramas de margarina

1,5 litro de leite

sal a gosto

- Preparo

Rale os queijos. Dissolva a margarina e o polvilho no leite quente. Amasse até dar liga e formar uma massa homogênea. Acrescente os queijos, junte os ovos um a um e coloque sal. Sove bem a massa até ela ganhar consistência mais dura. Molde os pães e leve ao forno, que deve ser aquecido a 280° C. Quando estiver cheirando, observe os pães de queijo, retirando-os do forno assim que se apresentarem corados.

- Para congelar o pão de queijo

Depois de moldados, os pães de queijo serão colocados em vasilhas apropriadas, para serem levados ao freezer por duas horas, período em que eles irão endurecer para depois serem acondicionados em embalagens plásticas. O acondicionamento pode ser feito em embalagens de 500 gramas e um quilo. Após embalados, os pães de queijo voltam para o freezer, para serem congelados em definitivo.

RECEITAS DE PÃO DE QUEIJO

As receitas abaixo relacionadas foram desenvolvidas pelo Departamento de Tecnologia de Alimentos da Universidade Federal de Viçosa.

- Ingredientes e Proporções

Polvilho doce ou fécula.....	50 %
Polvilho Azedo.....	50%
Margarina.....	35%
Queijo Minas meia cura (ralado).....	45%
Sal.....	2%
Água.....	25%
Leite.....	25 %

Para cada 50 kg. de polvilho doce, adiciona-se:

- 50 kg de polvilho azedo
- 35 kg de margarina
- 45 kg de queijo Minas meia cura (ralado)
- 2 kg de sal, etc.

Da mesma forma, para 25 kg de polvilho doce, adiciona-se:

- 25 kg de polvilho azedo
- 17,5 kg de margarina
- 22,5 kg de queijo Minas meia cura (ralado)
- 1 kg de sal, etc.

Receita de pão de queijo recheado

Ingredientes e proporções

Polvilho doce ou fécula.....	80 %
Polvilho azedo.....	20 %
Margarina.....	35 %
Queijo Minas meia cura (ralado).....	25 %
Sal.....	2 %
Água.....	30 %
Leite.....	15 %

Receita de pão de queijo com alho ou cebola

Ingredientes e proporções

Polvilho doce ou fécula.....	60 %
Polvilho azedo.....	40 %
Margarina.....	35 %
Queijo Minas meia cura (ralado).....	25 %
Alhosal.....	2 %
Água.....	45 %
Alho ou cebola (ralados).....	2 %

Receita de pão de queijo sabor pizza

(recheado com presunto e mussarela)

Ingredientes e proporções

Polvilho doce ou fécula.....	80 %
Polvilho azedo.....	20 %
Margarina.....	35 %
Queijo Minas meia cura (ralado).....	25 %
Queijo parmesão ralado.....	15 %
Sal.....	2 %
Orégano.....	1 %
Água.....	25 %
Leite.....	25 %

Importante: A proporção ideal de ovos é de dois a três por quilo de polvilho, dependendo do tamanho dos ovos.

Observação:

As informações contidas neste trabalho servem apenas como base de sugestão ou orientação para futuros estudos. A adaptação destas receitas para produção em escala industrial necessita de adequação, equipamentos, sucessivas elaborações e desenvolvimentos, ditados pela experiência de quem as utiliza, bem como os devidos controles de qualidade e a supervisão de profissionais da área (conforme legislação em vigor).

Finanças

A Administração Financeira está estreitamente ligada a Economia e Contabilidade e pode ser vista como uma forma de Economia aplicada, que se baseia amplamente em conceitos econômicos.

Muitos consideram a função financeira e contábil dentro da empresa como sendo a mesma. Embora haja uma relação estreita entre elas, a função contábil pode ser melhor visualizada como um insumo indispensável à Administração Financeira. Há uma diferença básica de perspectiva entre a Administração e a Contabilidade: enquanto a primeira enfatiza a tomada de decisões, a segunda tem como objeto de trabalho obter, tratar e disponibilizar informações acerca da vida financeira da empresa. Ou seja, o administrador financeiro, a partir das informações fornecidas pelo contador, analisa, desenvolve os dados adicionais e toma as decisões pertinentes.

Em pequenas empresas, a função financeira é, geralmente, vinculada aos próprios donos ou à área contábil. À medida que a empresa cresce, a importância da função financeira aumenta e ela é separada em uma área própria. O diretor financeiro (ou qualquer que seja o título do cargo) é, quase sempre, responsável por conduzir atividades como administração e planejamento de caixa, das contas a receber e a pagar, das movimentações bancárias, dos planos de captação de recursos a curto e longo prazos (decisões de financiamento), da análise de viabilidade financeira dos projetos de investimento, dos investimentos a curto prazo, bem como participa diretamente das atividades orçamentárias.

A sobrevivência de uma empresa, muitas vezes, depende do grau de eficiência da gestão financeira. Desta maneira, o empreendedor deve estar consciente de alguns conceitos financeiros (resultado obtido pela empresa, contabilidade de custos, etc.), para que possa administrar corretamente e evitar faltas de recursos.

A incoerência na política de preço, por exemplo, conduzirá a empresa a uma das situações abaixo:

- Baixa competitividade: quando o preço está acima do praticado no mercado;
- Prejuízo: quando adota um preço que não cobre os custos operacionais da empresa.

A implantação de uma nova empresa demanda o levantamento e a análise de algumas questões, como por exemplo:

- Para iniciar o negócio, quanto de dinheiro será necessário?
- Quanto será preciso para manter a empresa funcionando nos primeiros meses de vida?
- Em quais momentos da implantação e decolagem o empreendedor deverá ter um capital (dinheiro) reservado para conduzir o empreendimento?
- Durante quanto tempo será possível prover investimentos e capital de giro com recursos próprios?

- Quando será necessário recorrer a empréstimo e quanto solicitá-lo?
- A quem recorrer e em que condições?
- Em quanto tempo e como será possível pagá-lo?

O conhecimento desses aspectos permite avaliar o empreendimento e seus possíveis problemas, para saber se a idéia é, em princípio, viável ou não.

Deve-se ressaltar que riscos são inerentes a qualquer empreendimento, quer em menor ou em maior grau. Para concluir se o risco de um determinado empreendimento é baixo, médio ou alto será necessário buscar mais informações, que contemplem cada uma das variáveis que impactam o negócio (por exemplo, o interesse do consumidor pelo seu produto/serviço, potencialidade da região, perfil dos concorrentes, tecnologia disponível, restrições legais, etc.).

Não é possível eliminar os riscos. Contudo, um estudo criterioso das informações obtidas pode ser o grande diferencial no sentido de permitir ao empreendedor adquirir conhecimentos que o possibilitem tomar decisões assertivas, com segurança (em que momento iniciar? em que local? qual negócio?) e com menos riscos.

De modo a facilitar a análise da situação financeira da futura empresa, seguem alguns conceitos financeiros, que deverão ser considerados na gestão do empreendimento.

INVESTIMENTO

É qualquer aplicação de recursos financeiros em bens utilizados nas atividades empresariais por vários períodos.

Quanto ao investimento inicial, necessário para montar um determinado empreendimento, torna-se necessário definir, analisar e observar os vários aspectos que incidem diretamente sobre a atividade. A estimativa do investimento inicial é composta por:

a) Investimento fixo

Considere todos os bens duráveis (máquinas, equipamentos, linhas de telefone, móveis e utensílios, imóveis, luvas para aquisição do ponto, licenças para franquias, ferramentas, instalações, veículos, etc.) com seus respectivos custos de aquisição, necessários à montagem de um negócio. Estão condicionados ao padrão do negócio que se quer abrir e também com a disponibilidade do capital para se investir.

b) Investimentos pré-operacionais

- Gastos com projetos arquitetônicos de decoração, iluminação, viabilidade financeira, pesquisa de mercado etc.;
- Despesas com organização da empresa (taxa de registros, livros fiscais, contratos, formulários);
- Pagamento de aluguéis (antes da empresa entrar em operação).

c) Capital de giro

São os recursos necessários para financiar as operações da empresa (compras, vendas a prazo, giro de estoques, pagamentos de salários, impostos e demais custos e despesas). O capital de giro é um dos aspectos mais importantes da Administração Financeira, tendo em vista que, se não for bem gerido, poderá tornar a empresa insolvente, devedora e levá-la a pedir concordata ou ter sua falência decretada.

Apresentamos, a seguir, algumas recomendações importantes para evitar esses problemas.

1º) O empreendedor não deve imobilizar (empregar todo o capital na montagem do negócio) e se esquecer:

- da manutenção do estoque;
- do financiamento de clientes;
- do pagamento de despesas pré-operacionais.

Iniciar um negócio sem capital para fazer frente a essas necessidades pode levar o empreendedor a recorrer a empréstimos, geralmente com elevadas taxas de juros, fator que pode comprometer o futuro do negócio.

2º) Para evitar que todo o capital fique imobilizado, o empreendedor poderá adquirir uma parte dos ativos fixos e tomar atitudes como:

- alugar terrenos e construções;
- terceirizar transporte;
- terceirizar parte da produção, alugar os equipamentos ou fazer um leasing dos equipamentos.

3º) Analisar a viabilidade de aquisição de equipamentos e/ou maquinário usados.

4º) Estudar a possibilidade de financiar maquinário com recursos de longo prazo, por exemplo, operações tipo FINAME.

5º) Reserva Técnica: corresponde a um acréscimo de 10% ou mais, dos demais custos para cobrir despesas eventuais e imprevistas.

DEMONSTRATIVO DE INVESTIMENTO INICIAL (exemplo)			
ITEM	DISCRIMINAÇÃO	VALOR	%
1	INVESTIMENTO INICIAL		
2	CAPITAL DE GIRO		
2.1	Estoque Inicial		
2.2	Despesas Fixas		
2.3	Mão-de-Obra		
3	SOMA (2.1+2.2+2.3)		
4	DIVERSOS		
4.1	Registro/Regularização		
4.2	Divulgação e Marketing		
5	SOMA (4.1+4.2)		
6	SUBTOTAL (1+3+5)		
7	RESERVA TÉCNICA (10%)		
8	TOTAL (6+7)		

DEPRECIÇÃO

Refere-se ao desgaste natural sofrido pelo bem durante sua vida útil. As taxas de depreciação e o tempo de vida útil dos bens são determinados pela legislação do Imposto de Renda, cujos critérios, obrigatoriamente, devem ser considerados pela contabilidade fiscal.

Contudo, pode-se optar por outros critérios para elaboração do projeto da empresa. Procure levantar o tempo de vida útil dos equipamentos, máquinas, móveis, ferramentas e veículos utilizados e, com esta informação e o valor dos investimentos fixos já estimados, determine os custos referentes à depreciação.

CONTRIBUIÇÃO SOCIAL

É o tributo que incide sobre o lucro resultado do exercício antes da provisão para o imposto de renda.

MÃO-DE-OBRA DIRETA

É o quadro de pessoal que trabalha diretamente na produção e/ou na comercialização. O custo da mão-de-obra direta é a folha de pagamento desse pessoal, incluindo salários, encargos sociais (FGTS, INSS, 13º salário, férias, etc.) e os benefícios (assistência médica, cesta básica, vale-refeição, entre outros).

PRODUTOS OU MERCADORIAS VENDIDAS

Representam a baixa efetuada nos estoques da empresa pelas vendas de produtos acabados ou mercadorias, que foram relativamente realizados no período.

PONTO DE EQUILÍBRIO

Corresponde ao nível de faturamento necessário, para que a empresa possa cobrir, exatamente, os seus custos, ou seja, atingir o lucro operacional igual a zero. Acima do ponto de equilíbrio, a empresa obterá lucro e abaixo dele ocorrerá prejuízo.

RECEITA OPERACIONAL

É o faturamento total da empresa com as vendas dos produtos/serviços por ela fabricados ou realizados.

LUCRO

Índice que indica a capacidade que a empresa tem para obter lucro líquido, em função do volume de vendas.

LUCRO OPERACIONAL

Corresponde ao lucro da empresa antes de pagar os impostos que incidem sobre essa rubrica. Este valor corresponde ao percentual da margem de lucro aplicado sobre a receita operacional.

LUCRO LÍQUIDO

Corresponde ao lucro da empresa depois de deduzidos os impostos que incidem sobre o lucro operacional.

lucro líquido = lucro operacional – contribuição social

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Indica ao empreendedor o quanto sobra das vendas, para que a empresa possa pagar suas despesas fixas e gerar lucro.

margem contribuição = receita operacional - (custos variáveis + despesas variáveis)

MARGEM DE LUCRO (ML)

É o percentual de lucro que a empresa pretende obter, antes de pagar os tributos governamentais, tais como o Imposto de Renda e a Contribuição Social. O empresário fixa sua margem de lucro de acordo com a política de vendas da empresa, levando em consideração os preços praticados no mercado.

PRAZO DE RETORNO

É o tempo em que será recuperado o capital inicial investido no empreendimento.

prazo de retorno = $\frac{\text{investimento inicial}}{\text{lucro líquido mensal}}$

DESEMBOLSO

É o pagamento resultante da obtenção de insumos e que pode ocorrer em momento diferente do gasto. Por exemplo: se for efetuada uma compra de material com 60 dias de prazo para o pagamento, o gasto ocorre imediatamente, mas o desembolso só ocorre no dia do pagamento.

Para o estudo destas questões, principalmente em sua fase inicial, torna-se importante a distinção entre custo, gasto e despesa. É muito comum o uso indevido destes termos, o que pode causar dificuldade de comunicação e gerar problemas no fechamento dos balanços.

A diferenciação entre custos e despesas é importante para a contabilidade financeira, pois os custos são incorporados aos produtos (estoques), ao passo que as despesas são consideradas diretamente no cálculo do lucro do período.

CUSTO

É o gasto relativo a bens ou serviços utilizados na produção de outros bens e serviços, isto é, o valor dos insumos usados na fabricação dos produtos da empresa. Exemplo: materiais, trabalho humano, energia elétrica, máquinas e equipamentos, etc.

Os custos estão relacionados com a fabricação dos produtos, sendo normalmente divididos em:

- a) matéria-prima (MP);
- b) mão-de-obra direta (MOD);
- c) custos indiretos de fabricação (CIF).

a) Custos com matéria-prima (MP)

Os custos com matéria-prima (MP) relacionam-se com os principais materiais integrantes do produto, que podem ser convenientemente separados em unidades físicas específicas.

Embora, teoricamente, todos os materiais diretos possam ser tratados como matérias-primas, tal prática não é a mais ideal. Alguns materiais pouco relevantes, como parafusos, pregos e outros, podem ser classificados como materiais de consumo e analisados de forma simplificada.

b) Custos com mão-de-obra direta (MOD)

São os custos diretamente relacionados com o trabalho humano em atividades de transformação do produto/serviço. Ou seja, representam o salário dos operários diretos. Os funcionários não envolvidos diretamente com a produção compõem a mão-de-obra indireta.

c) Custos Indiretos de Fabricação (CIF)

São todos os demais custos de produção.

Classificação dos custos

Além das várias classificações possíveis, muitos conceitos são utilizados para se diferenciar os custos. Primeiramente, vamos diferenciar os custos totais e unitários.

- Custo Total

É o montante despendido, no período, para se fabricar/realizar todos os produtos/serviços.

$$\text{custo total} = \text{custos variáveis} + \text{custos fixos}$$

- Custo Unitário

É o custo para se fabricar uma única unidade no período.

$$\text{custo unitário} = \frac{\text{custo total}}{\text{produção}}$$

Classificação pela variabilidade

A classificação dos custos, que considera sua relação com o volume de produção, divide-se, normalmente, em custos fixos e variáveis.

- Custos fixos

São aqueles que independem do nível de atividade da empresa. Ou seja, não variam com alterações no volume de produção ou vendas. Exemplo: salário do gerente, aluguel, seguro da fábrica, etc.

- Custos variáveis

São aqueles intimamente ligados com a quantidade produzida ou vendida, isto é, crescem com o aumento do nível de atividade da empresa. Assim, esses custos aumentam ou diminuem de acordo com a quantidade produzida ou vendida.

Exemplo: matéria-prima, na área de produção, e os fretes, na área de comercialização, pois ambos têm uma relação direta com o volume produzido ou vendido.

A separação dos custos fixos e variáveis é o fundamento do que se denominam custos para a tomada de decisões, fornecendo importantes subsídios para as decisões da empresa.

Custos Diretos

São todos aqueles que estão diretamente vinculados aos produtos/serviços. Esses custos surgem com os produtos/serviços e não existem sem eles. Podem ser localizados tanto na área de produção (materiais diretos, mão-de-obra direta, etc.) como na área de comercialização (comissões sobre vendas, ICMS sobre vendas, etc.).

Custos Indiretos

São aqueles que não podem ser facilmente vinculados aos produtos, mas ao seu conjunto e/ou à empresa. Os custos indiretos podem ser igualmente localizados tanto na área de produção (materiais indiretos, depreciação, salários de supervisores, aluguel, etc.) como na área de comercialização (despesas com viagens, propaganda etc.). Para serem atribuídos às unidades produzidas, esses custos têm que ser rateados, o que implica em grandes dificuldades para o administrador financeiro, dada a complexidade para a determinação dos critérios de rateio.

DESPESA

Despesa é o valor dos insumos não identificados com a produção e que são consumidos para o funcionamento da empresa, isto é, referem-se às atividades não produtivas da empresa, geralmente separadas em Administrativas, Comerciais e Financeiras.

Portanto, as despesas são diferenciadas dos custos pelo fato de estarem relacionadas com a administração geral da empresa, ao passo que os custos estão ligados à produção.

Despesas variáveis ou de comercialização

- ICMS: Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (varia por produto e Estado);
- ISSQN: Imposto sobre Serviço de Qualquer Natureza;
- COFINS: Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (não varia);
- PIS: Programa de Integração Social (não varia);
- IR: Imposto de Renda;
- CS: Contribuição Social;
- CPMF: Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira;
- Comissões: Comissão de vendedores e encargos financeiros (varia por empresa);

Despesas fixas

- Despesas Fixas de Frente de Loja – Vendas (marketing, propaganda, salário fixo de vendedores, encargos sociais);
- Despesas fixas de Escritório – Administrativas (salário do pessoal administrativo, honorários de diretores, encargos sociais, aluguéis);
- Água, Luz e Telefone;
- Correios e Telégrafos;
- Material de escritório;
- Material de limpeza;
- Manutenção de Máquinas, Aparelhos e Veículos;
- IPTU e IPVA;
- Taxas de Condomínio;
- Seguros;
- Vale Transporte;
- Despesas com leasing;
- Depreciações;
- Honorários de terceiros;
- Taxas de funcionamento, etc.;
- Despesas Financeiras;
- Juros de Mora;
- Juros Bancários;
- IOF;
- Outras despesas.

GASTO

É o valor dos insumos adquiridos pela empresa, independentemente de terem sido utilizados. É um termo genérico, que pode representar tanto um custo como uma despesa.

A diferença entre custo e gasto está no fato de que **gasto** refere-se aos insumos adquiridos, enquanto que **custo** está relacionado aos insumos efetivamente utilizados. Exemplo: Se a empresa compra mil unidades de matéria-prima, mas só usa 800 unidades no período, o gasto equivale às mil unidades, porém o custo é relativo ao montante das 800 unidades utilizadas.

Plano de Negócio

O plano de negócio descreve detalhadamente como o empreendimento será e como funcionará. Ele permite que se tenha uma idéia prévia do negócio, antecipando expectativas de ações e resultados.

Resumidamente, um plano de negócio não pode deixar de abordar os seguintes aspectos:

Fins – especificação de objetivos e metas.

Meios – definição de políticas, programas, procedimentos e práticas, visando o alcance dos objetivos e metas.

Recursos – especificação dos tipos de recursos (financeiros, humanos, físicos, materiais) e quantidades necessárias; como os recursos devem ser gerados ou obtidos; e como eles devem ser alocados às atividades.

Implantação – procedimentos que serão adotados para antecipar ou detectar erros no plano ou falhas na sua execução, bem como para prevenção e correção contínua dos mesmos.

Tecnicamente, um plano de negócios deverá conter a análise do empreendimento em si e o perfil do gestor. Por isso, o empreendedor deverá começar analisando sua experiência de vida e seu perfil pessoal até chegar ao seu estilo profissional. Nesta etapa, são incluídos:

- **questionamentos sobre as definições de vida e carreira, tais como quanto tempo quer trabalhar, que tipo de vida quer levar, qual é o objetivo prioritário na vida, onde e como quer viver;**
- **conhecimentos, habilidades e experiências que possui e realizações que já obteve;**
- **atividades extraprofissionais e por que as executa;**
- **hobbies e lazer que tem e quais quer manter;**
- **sonhos e projetos que tem e quando e como quer realizá-los;**
- **auto-análise para aumentar o conhecimento de si próprio, questionando-se sobre o que sou/não sou, pelo que me interessa/não interessa, o que tenho/não tenho, o que quero/não quero, o que posso/não posso, o que gosto/não gosto, como estou/não estou, etc.;**

- análise específica da carreira profissional até o momento, incluindo o melhor e o pior momento que já passou, as dificuldades e facilidades que encontrou, avaliação das chefias / colegas / pares / subordinados e o que acha que precisa fazer para melhorar.

Na etapa de análise do empreendimento a ser iniciado, o plano de negócio deverá conter:

- **Objetivo básico** – é o primeiro desenho da missão da empresa, levando em consideração o perfil do empreendedor;
- **Objetivo estratégico** – é o desenho final da missão, incluindo o objetivo básico associado à estratégia de atuação para cumpri-lo;
- **Estratégia organizacional** – é a formatação de como será a hierarquia da empresa, com organograma, áreas e cargos definidos;
- **Estratégia gerencial** – é o detalhamento do gerenciamento de cada parte do negócio;
- **Estratégia de pessoal** – é a definição da política de recursos humanos, que inclui fatores motivacionais, relacionamentos internos e externos, plano de carreira, etc.;
- **Estratégia de marketing** – são as definições de atuação no mercado, divulgação dos produtos e serviços, relacionamento com o cliente, relacionamento com fornecedores e parceiros e avaliação da concorrência;
- **Estratégia de sistemas** – é conjunto de ações, objetos, idéias e informações que interagem entre si e modificam outros sistemas. Esta estratégia é considerada a visão sistêmica da empresa, pois analisará e acompanhará o funcionamento dos equipamentos/máquinas em relação às pessoas e às informações e vice-versa, visando o objetivo e o resultado final.

Ao elaborar um plano de negócio o empreendedor terá uma visão clara de sua futura empresa e as reais possibilidades de sucesso ou insucesso. Um bom plano de negócio permitirá ao empreendedor:

- **aprimorar sua idéia, tornando-a mais clara e precisa, através da busca de informações completas e detalhadas sobre o seu futuro empreendimento;**

- conhecer os pontos fortes e fracos do seu negócio, concorrentes, fornecedores, futuros clientes e a gestão adequada dos seus processos e recursos;

- **através da análise detalhada do negócio, viabilizar uma negociação mais eficiente e vantajosa com futuros parceiros, bancos ou órgãos financiadores de crédito.**

O plano de negócio não é um documento que se desenvolve em um piscar de olhos. Leva tempo para ser produzido e o ideal é que esteja sempre atualizado. Sua eficiência será medida pelo quanto ele contribui para o alcance dos objetivos da empresa, descontados os custos e outras conseqüências necessárias para formulá-lo e pô-lo em funcionamento.

Endereços Úteis

ITAL- INSTITUTO DE TECNOLOGIA DE ALIMENTOS

Av. Brasil, 2880 - Jd. Chapadão
Tel: (19) 3743-1955 - Fax: (19) 3743-1963
13073-001 - Campinas - SP
www.ital.org.br
e-mail: eventos@ital.org.br

O Instituto de Tecnologia de Alimentos - ITAL atua no desenvolvimento de processos industriais para produtos alimentares, além de prestação de serviços de informação sobre itens relacionados ao setor.

Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais - CETEC

Av. José Cândido da Silveira, 2000 - Horto
31170-000 - Belo Horizonte - MG
Tel.: (31) 3489 2000
Fax: (31) 3489 2200
www.cetec.br
e-mail: cetec@cetec.br

SECRETARIA DE ESTADO DA SAÚDE

Av Afonso Pena, 2300 - 5º andar - Funcionários
Tel: (31) 3261-8762
Fax: (31) 3261-8767
30130-007 - Belo Horizonte - MG
Ministério da Saúde: 0800-61-1997

IMA - Instituto Mineiro de Agropecuária

Av. dos Andradas, 1220 - Santa Efigênia
30120-010 - Belo Horizonte - MG
Tel.: (31)3213-6300 Fax: (31) 3213-6272
www.ima.mg.gov.br
e-mail: ima@ima.mg.gov.br

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA

SERVIÇO DE INSPEÇÃO FEDERAL - SIF
Av. Raja Gabáglia, 245 - Prédio 08
30380-090 - Belo Horizonte - MG
Tel: (31) 3250-0331 - Fax: (31) 3250-0314

Sugestões de Vídeo

COMO MONTAR UMA PEQUENA FÁBRICA DE PÃO DE QUEIJO

Duração: 50 minutos. Com manual.



ASSUNTO: PÃO DE QUEIJO
DATA DA ATUALIZAÇÃO: 30/12/2005



Produção e distribuição:
CPT - CENTRO DE PRODUÇÕES TÉCNICAS
Rua José de Almeida Ramos, 37 - Cx. Postal: 01
36570-000 - Viçosa - MG
Tel: (31) 3899-7000 - Fax: (31) 3899-7091
www.cpt.com.br
e-mail: vendas@cpt.com.br

OS SEGREDOS DE BENJAMIN ABRAHÃO - PÃES, BOLOS, DOCES E SALGADOS

Duração: 45 minutos

Neste vídeo, Benjamin Abrahão mostra como preparar diversos tipos de pães: pão francês, de azeitona, de torresmo, de calabreza, de presunto, pão sírio e pão de queijo.

Produção e distribuição: NITTA'S VÍDEO
Rua da Represa, 266 - Rude Ramos
09641-030 - São Bernardo do Campo - SP
Tel: (11)4368-6644 Fax: (11)4368-7997
www.nittasvideo.com.br
e-mail: nittas@nittasvideo.com.br

Cursos e Eventos¹

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA - DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA DE ALIMENTOS
MÔNICA RIBEIRO PIROZI
CEP: 36571-000
Tel:(31) 3899-2227 - Fax: (31) 3899-2208
e-mail: dta@ufv.br

Professora do Departamento de Tecnologia de Alimentos.
Centro de Ciências Exatas e Tecnológicas.

Presta consultoria nas áreas de Tecnologia de cereais; Processamento de cereais, raízes e tubérculos; Panificação e produtos de confeitaria; Farinhas e derivados; Salgados e pão de queijo; Massas alimentícias; Massas congeladas; Tecnologia de amido.

¹ O interessado deverá entrar em contato com as instituições, afim de confirmar as datas e os valores dos cursos.

Fontes Consultadas

SEBRAE-MG. Pesquisa de mercado: noções básicas para tomada de decisão. Belo Horizonte, 1999.

SEBRAE-NA. Pesquisa: O que é e para que serve. Brasília, SEBRAE, 1994

CETEC, Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais. Catálogo do Pão de Queijo de Minas Gerais. Belo Horizonte, 1998. 32p.

PEREIRA, Acácia Júlia Guimarães. Fatores que afetam a qualidade do pão de queijo. Belo Horizonte: CETEC, 1998. 52p.

SOUZA, Carmelinda Maria de, BRAGANÇA, Maria da Graça L., COLI, Maria do Carmo M., LOPES, Regina Lúcia T. Manual de boas práticas de fabricação de pão de queijo. Belo Horizonte: CETEC, 1998. 54p.

Fornecedores²

FORNECEDORES GENÉRICOS

QUEIJO E LATICÍNIO

ITAMBÉ

Br 262 Anel Rodoviário Km 9 s/nº
BELO HORIZONTE - MINAS GERAIS
CEP: 31950-640
TELEFONE: (31) 3389-4163
FAX: (31) 3389-4109
www.itambe.com.br
E-mail vendedor: roberta.santos@itambe.com.br

LATICÍNIOS MONTE REI

Av. Augusto dos Anjos, 255-Sta Mônica
BELO HORIZONTE - MINAS GERAIS
CEP: 31520-500
TELEFONE: (31) 3452-1833
Fornece queijos em geral.

PARMALAT IND. E COM. DE LATICÍNIOS LTDA

Wilson Tavares Ribeiro, 1400 - pavilhão A
CONTAGEM - MINAS GERAIS
CEP: 32183680
TELEFONE: (31) 3313-7100
FAX: (31) 3372-2352
Fornece leite, iogurte, requeijão, doces, biscoitos, creme de leite, leite condensado, etc.
<http://www.parmalat.com.br>
e-mail: parmalat@parmalat.com.br

MINASQUEIJO LTDA/LATICÍNIOS DEL REY

Rua Guajajaras 1015-Centro
BELO HORIZONTE - MINAS GERAIS
CEP: 30180-100
TELEFONE: (31) 3224-2392
FAX: (31) 3224-2355
e-mail: minasqueijos@queijosdelrey.com.br

COOPERATIVA DOS PROD. RURAIS DO SERRO

BR 040Km 688, Pav. U, LJ 11
CONTAGEM – MINAS GERAIS
CEP: 32145-900
TELEFONE: (31) 3394-2327
FAX: (31) 3394-2289

² O SEBRAE-MG se isenta de responsabilidades quanto à forma de atuação dessas empresas no mercado.



ASSUNTO: PÃO DE QUEIJO
DATA DA ATUALIZAÇÃO: 30/12/2005



Fornece queijo meia cura.
e-mail: doserro@uai.com.br

FÁBRICA DE LATICÍNIOS BEL LTDA
Estrada Municipal da Selinha, s/n
PASSA QUATRO – MINAS GERAIS
CEP: 37460-000
TELEFONE: (35) 3371-3077
FAX: (35) 3371-3154
Fornecem manteiga.
e-mail: latbela@speet.com.br

LATICÍNIOS SCALA
Rua Virgílio de Melo Franco, 62 Centro
SACRAMENTO – MINAS GERAIS
CEP: 38190-000
TELEFONE: (34) 3351-1202
FAX: (34) 3351-1202 ramal 210
Fornece queijos mussarela, prato, parmesão e minas; manteiga sem sal, requeijão culinário.
www.latscala.com.br

Representante em BH:
Sr. Wagner: (31) 3286-0341
(31) 9164-6820

LATICÍNIOS VALE DO CARANGOLA LTDA
R Magalhães Queiroz, 351 / 1º andar
CARANGOLA – MINAS GERAIS
CEP: 36800-000
TELEFONE: (32) 3741-6060
FAX: (32) 3741-7836
www.laticiniosmarilia.br
e-mail: queijomarilia@carangola.br

SAL

NOGUEIRA ESDRAS REPRESENTAÇÕES LTDA
R.Horta Barbosa, 374/303-Nova Floresta
BELO HORIZONTE - MINAS GERAIS
CEP: 31140-260
TELEFONE: (31) 3423-7511
FAX: (31) 3423-7511
Fornece sal
cel: (31) 9651-7511

EMBALAGEM PARA CONGELADO

EMBALAGEM VALADARES LTDA
Rua Ver. Euzebinho Cabral, 584 - Centro



ASSUNTO: PÃO DE QUEIJO
DATA DA ATUALIZAÇÃO: 30/12/2005



GOVERNADOR VALADARES - MINAS GERAIS

CEP: 35010-260

TELEFONE: (33) 3272-5756

FAX: (33) 3272-5756

Fornece embalagem personalizadas para congelados (sacos plásticos).

PLASLÍDER

Av. do Contorno, 3745/A - JK

VARGINHA - MINAS GERAIS

CEP: 37062-760

TELEFONE: (35) 3690-1300

FAX: (35) 3690-1307

Fornece embalagens plásticas (bobina de polietileno liso, impresso e rótulo) e sacos e sacolas plásticas.

COMERCIAL EMBALABEM LTDA

Rua Guaicurus, 609-Centro

BELO HORIZONTE - MINAS GERAIS

CEP: 30111-060

TELEFONE: (31) 3212-7999

FAX: (31) 3271-2824

Fornece sacos e sacolas plásticas, bandeja e caixa de isopor. A empresa fornece também o plástico que é utilizado para fabricação da embalagem para congelados.

GIRASSOL IND. E COM. DE PLÁSTICOS LTDA

Av. Eng. Eusébio Stevaux 2448

SAO PAULO - SAO PAULO

CEP: 04696-000

TELEFONE: (11) 5631-9726

FAX: (11) 5631-9670

Fornece embalagem para congelados (sacos plásticos personalizados de polietileno de baixa densidade).

plasticosgirassol@uol.com.br

EMBALAGENS TRANSPARENTES SÇO PAULO LTDA

R. Barra do Tibaji, 771/779

SAO PAULO - SAO PAULO

CEP: 01128-000

TELEFONE: (11) 3221-5657

FAX: (11) 3222-7609

ELETROMECC PLÁSTICOS MOLDADOS LTDA

Rua dos Trapistas,160 - Bandeirantes

CONTAGEM - MINAS GERAIS

CEP: 32.240-490

TELEFONE: (31) 3361-1955

FAX: (31) 3361-1955

Fornece bandejas com formas para congelamento de pão de queijo, embalagem p/ chocolate, embalagem para sanduíche (por encomenda). Qualquer peça em vácuo.

e-mail: eletromecpm@ig.com.br



ASSUNTO: PÃO DE QUEIJO
DATA DA ATUALIZAÇÃO: 30/12/2005



LEITE

ITAMBÉ

Br 262 Anel Rodoviário Km 9 s/nº
BELO HORIZONTE - MINAS GERAIS
CEP: 31950-640
TELEFONE: (31) 3389-4163
FAX: (31) 3389-4109
www.itambe.com.br
E-mail vendedor: roberta.santos@itambe.com.br

PARMALAT IND. E COM. DE LATICÍNIOS LTDA

Wilson Tavares Ribeiro, 1400 - pavilhão A
CONTAGEM - MINAS GERAIS
CEP: 32183680
TELEFONE: (31) 3313-7100
FAX: (31) 3372-2352
Fornece leite, iogurte, requeijão, doces, biscoitos, creme de leite, leite condensado, etc.
<http://www.parmalat.com.br>
e-mail: parmalat@parmalat.com.br

NOGUEIRA ESDRAS REPRESENTAÇÕES LTDA

R.Horta Barbosa, 374/303-Nova Floresta
BELO HORIZONTE - MINAS GERAIS
CEP: 31140-260
TELEFONE: (31) 3423-7511
FAX: (31) 3423-7511
Fornece leite longa vida, sal, castanha de cajú.

FORNECEDORES MÁTERIA PRIMA

OVOS

KIGEMA LTDA

Rod BR 040 Km 688pvOlj.2 Guanabara-Ceasa
CONTAGEM - MINAS GERAIS
CEP: 32150-340
TELEFONE: (31) 3394-1470
FAX: (31) 3394-1883
Fornece ovos de galinha.

DISTRIBUIDORA DE OVOS JUSSARA LTDA

Rod. BR 040 Km 688 - PV. O Lj.3 e 4
CONTAGEM - MINAS GERAIS
CEP: 32150-340
TELEFONE: (31) 3394-1095



ASSUNTO: PÃO DE QUEIJO
DATA DA ATUALIZAÇÃO: 30/12/2005



FAX: (31) 3394-2525

Fornece ovos, cebola, alho, refrigerante, leite, refrigerante lata, coco, suco, frutas cítricas.

AVIÁRIO SANTO ANTÔNIO LTDA
Rod BR 040 s/n Km 688 Pav. O loja 8
BELO HORIZONTE – MINAS GERAIS
CEP: 32145-900

TELEFONE: (31) 3394-1133

FAX: (31) 3394-1188

Fornece ovos.

www.asaeggs.com.br

Email: asaandre@asaeggs.com.br

SOMAI NORDESTE S/A
BR 365 Km 14 saída Pirapora
MONTES CLAROS – MINAS GERAIS
CEP: 39400-970

TELEFONE: (38) 3214-4005

FAX: (38) 3212-7431

Fornece ovos.

e-mail: ovo@uai.com.br

PRÉ-MISTURA PARA PÃO-DE-QUEIJO

RIOPAN DISTR. DE PROD.DE PANIFICAÇÃO LTD
Rua Gen. Corrêa e Castro, 258
RIO DE JANEIRO - RIO DE JANEIRO
CEP: 21240-030

TELEFONE: (21) 2471-2346

FAX: (21) 2471-2346

Distribuidora de produtos alimentícios: produtos Nestlé (chocolate em pó soluvel, creme de leite, leite condensado, etc); produtos CICA (maionese, mostarda, ervilha, azeite, margarina Claybom, extrato de tomate, etc); produtos Gradina(margarina para: pães e doces, massa folhada, cremes, bolos, croissant); farinhas para: pizza, pão italiano, pão doce, pão integral, pão de forma, panettone, pão de hamburguer e hot-dog, pão de milho, pão de queijo, croissant, sonho, etc); produtos Harald (Chocolate para confeitiro).

POLVILHO

RAIMUNDO RIBEIRO DE FREITAS ME
R Prof. Osório, 1191 Centro
S. P. DO TURVO – SÃO PAULO

TELEFONE: (14) 3377-1287

FAX: (14) 3377-1253

Fornece polvilho azedo e doce, fécula de mandioca (usado em panificadora e frigorífico)

www.polvilhoourominas.com.br

e-mail: polvilhoourominas@uol.com.br

TUPGUAR INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA
Rua Santa Efigênia s/n Santa Efigênia
CONC. DOS OUROS – MINAS GERAIS



ASSUNTO: PÃO DE QUEIJO
DATA DA ATUALIZAÇÃO: 30/12/2005



CEP: 37548-000
TELEFONE: (35) 3653-1222
FAX: (31) 3653-1246
Fornece polvilho azedo e doce.
e-mail: tupguar@link1000.com.br

FORNECEDORES MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

PÃO DE QUEIJO - MÁQUINA E EQUIPAMENTO

EKIPAN IND. E COM. REPRESENTAÇÕES LTDA

R. Caldas da Rainha, 828 - São Francisco
BELO HORIZONTE - MINAS GERAIS
CEP: 31.255-180

TELEFONE: (31) 3441-4073
FAX: (31) 3441-4073

Fornece amassadeira, cilindro, modeladora, batedeira, fornos elétricos, cortadora automática p/ pães de queijo e biscoitos, divisora automática de massa, divisora emboladora, boleadora, etc.
e-mail: ekdessa@ig.com.br

SOS DOS FOGÕES LTDA

Av. Olegário Maciel 79
BELO HORIZONTE - MINAS GERAIS
CEP: 30180-110

TELEFONE: (31) 3071-5000
FAX: (31) 3271-5000

Fornece forno industrial á gás.

ART MINAS INDÚSTRIA COMÉRCIO LTDA

Rua Viana do Castelo, 835 São Francisco
BELO HORIZONTE - MINAS GERAIS
CEP: 31255-160

TELEFONE: (31) 3492-7550
FAX: (31) 3492-7550

Fornece forno e fogão, sob encomenda, para empresa de pequeno.

RECHEADOR PARA PÃO DE QUEIJO

LM MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS LTDA

Travessa Ernesto Portante 133
SAO PAULO - SAO PAULO
CEP: 04180-075

TELEFONE: (11) 6948-3337
FAX: (11) 6948-3376

Fornece recheador de pão de queijo, máquinas para churros, algodão doce, crepes, etc.
www.lmmaquinas.com.br

EMPACOTADEIRA



ASSUNTO: PÃO DE QUEIJO
DATA DA ATUALIZAÇÃO: 30/12/2005



MASIPACK IND.COM.MAQ.AUTOMATICAS LTDA

Rua Miragaia 13-Vila Paulicea

SAO BERNARDO DO CAMPO - SAO PAULO

CEP: 09689-000

TELEFONE: (11) 4178-8099

FAX: (11) 4178-8099

Fornece máquinas para empacotar pó, granulado, líquido ou pastoso. Indica fornecedores de matéria-prima para o empacotamento.

www.masipack.com.br

e-mail: masipack@masipack.com.br

RAUMAK MÁQUINAS LTDA

Rua Araquari, 136 Ilha Figueira

JARAGUÁ DO SUL – SANTA CATARINA

CEP: 89258-170

TELEFONE: (47) 370-4540

FAX: (47) 370-4003

Fornecem máquinas para empacotamento de cereais: café, farinhas, fubá, feijão; enfardadeira, elevadores; silos, etc.

www.raumak.com.br

e-mail: raumak@raumak.com.br

Representante responsável por MG:

Juliano

(11)4022-1841

(11)9959-5696

SISTEMA DE REFRIGERAÇÃO

AIR LIQUIDE BRASIL LTDA

Rua Dois, nº 300/Bl. 2- Riacho das Pedra

CONTAGEM - MINAS GERAIS

CEP: 32215-400

TELEFONE: (31) 3359-1000

FAX: 3359-1001

Fornece cilindros hospitalares, alimentícios e mecânicos. Fornece túneis criogênicos, resfriamento e congelamento contínuo de alimentos. Armários criogênicos. Fornece gases oxigênio e acetileno para uso industrial, qualquer equipamento para soldagem.

www.airliquide.com.br

e-mail: comercial.bhhorizonte@airliquide.com

WHITE MARTINS GASES INDUSTRIAIS S/A

Rua Cristiano F.Teixeira Guimaraes,50

CONTAGEM - MINAS GERAIS

CEP: 32010-130

TELEFONE: 0800-7099000

Fornece equipamentos para refrigeração com nitrogênio e gás carbônico através do sistema de comodato, um técnico visita a empresa interessada e determina o tipo de equipamento necessário, verificando o tipo de equipamento adequando a empresa de acordo com o porte.

www.whitemartins.com.br

TRANE DO BRASIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTD

R Pinheirinho 144 - B. Jabaquara



ASSUNTO: PÃO DE QUEIJO
DATA DA ATUALIZAÇÃO: 30/12/2005



SAO PAULO - SAO PAULO

CEP: 04321-170

TELEFONE: (11) 5014-6300

FAX: (11) 5014-6318

Fornece aparelhos condicionadores de ar em geral. Empresa sugere que seja feito um estudo da necessidade do cliente.

Representante em MG:

Contato: Edson Ferrara

Tel: (31) 3296-6746

www.trane.com.br

FRIOMINAS MÁQUINAS REPRESENTAÇÕES LTDA

Av. Pedro II , 2400 - Carlos Prates

BELO HORIZONTE - MINAS GERAIS

CEP: 30710-010

TELEFONE: (31) 3469-1200

FAX: (31) 3469-1599

Fornece equipamentos e peças para condicionadores de ar e refrigeradores em geral, compressores, tesmotastos, termômetros, câmaras frigoríficas, etc.

www.friominas.com.br

Email: vendas@friominas.com.br

FRIO PEÇAS LTDA

Rua Mato Grosso, 224 - Barro Preto

BELO HORIZONTE - MINAS GERAIS

CEP: 30190-080

TELEFONE: (31) 3270-6550

FAX: (31) 3270-6566

Fornece gás freon, peças para geladeiras e máquinas de lavar, autorizada da CONSUL e BRASTEMP.

Email: friopecas@terra.com.br

ENGEFRIL - INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA

Av.das Industrias, 2923 - Bicas

SANTA LUZIA - MINAS GERAIS

CEP: 33040-130

TELEFONE: (31) 2125-4400

FAX: (31) 3641-4448

Fornece peças e equipamentos para câmara frigorífica de sistema de amônia, isopor para isolamento, portas frigoríficas.

e-mail: engefril@engefril.com.br / engenharia@engefril.com.br

ZANOTTI HOTELARIA E REFRIGERAÇÃO LTDA

Rua José de Alencar, 436 Campos Eliseos

RIBEIRAO PRETO - SAO PAULO

CEP: 14080-360

TELEFONE: (16) 3961-3501

FAX: (16) 2101-7740

Fornece bebedouro, balcão, artigos de refrigeração em geral.

www.multifrio.com.br

Email: multifrio@multifrio.com.br



ASSUNTO: PÃO DE QUEIJO
DATA DA ATUALIZAÇÃO: 30/12/2005



BOLIADORA DE PÃO DE QUEIJO

J.M.F. TECNOLOGIA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Rua Cinquenta e Quatro A,36-Tropical

CONTAGEM - MINAS GERAIS

CEP: 32072-510

TELEFONE: (31)3911-3604

FAX: (31)3911-3604

Fornece máquina para dosar e formatar massa para pão de queijo ou similares. Modela e estiva sobre bandejas, silo construído em inox, equipamento de fácil manuseio, transportável sobre rodízios. Fabricam modelos de diversos portes.

www.jmfmg.cjb.net

EQUIPTOS.E CÂMARAS DE REFRIGERAÇÃO P/BAÚ

REMAQ REFRIGERAÇÃO E MÁQUINAS LTDA

R. Itapecerica, 412 - Lagoinha

BELO HORIZONTE - MINAS GERAIS

CEP: 31210-030

TELEFONE: (31)3422-4980

FAX: (31)3422-4984

Vendem equipamentos para refrigeração dos veículos (Caminhão Báu).

MULTIFRIO COM. E REFRIGERAÇÃO LTDA

Rua Sargento Manoel Chagas, 653

SAO PAULO - SAO PAULO

CEP: 02179-040

TELEFONE: (11)6631-9874

FAX: (11)6954-4286

Fornece equipamento para refrigeração e serviço de isolamento do Báu.

RODOFRIO

Rua Pica Pau Velho, 100

ARAPONGAS – PARANÁ

CEP: 86706-120

TELEFONE: (43) 3252-4493

FAX: (43) 3252-4493

Fornecem equipamentos para refrigeração.