



**PLANO DE NEGÓCIO
TELE PIZZA REIS**

**BELO HORIZONTE
2019**

MÁRIO LÚCIO DOS REIS

**PLANO DE NEGÓCIO
TELE PIZZAS REIS**

Trabalho apresentado à disciplina de Elaboração de Projetos (TCC) do Curso de Administração da Faculdade Minas Gerais - FAMIG - como requisito parcial para conclusão do curso de Administração.

Orientador: Maximiliano Francisco de Oliveira.

BELO HORIZONTE
2019

SUMÁRIO

1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	7
1.1. Principais Pontos do Negócio	7
1.2. Empreendedores e Experiência Profissional	8
1.3. Dados do Empreendimento	9
1.4. Missão.....	9
1.5. Visão.....	9
1.6. Forma Jurídica	9
1.7. Enquadramentos Tributários.....	10
1.8. Capital Social	10
1.9. Fonte de Recursos.....	10
2. ANÁLISE DE MERCADO.....	11
2.1. Clientes.....	11
2.2. Concorrentes	11
2.3. Fornecedores.....	12
3. PLANO DE MARKETING.....	14
3.1. O Produto e serviços	15
3.2. Preço	17
3.3. Divulgação e Promoção.....	21
3.4. Distribuição	21
3.5. Localização	22
4. PLANO ESTRATÉGICO	23
4.1. Análise de SWOT Tele Pizza Reis.....	23
4.1.1. Forças.....	24
4.1.2. Fraquezas	25
4.1.3. Oportunidades	25
4.1.4. Ameaças.....	26
4.1.5. Cliente.....	27
4.2. BSC (Balanced Scorecard).....	27
5. PLANO OPERACIONAL	29
5.1. Layout.....	29
5.2. Capacidade produtiva	33
5.3. Processos operacionais.....	33

5.4. Fluxograma Processos Operacionais Tele pizza Reis	33
5.5. Plano de Pessoal	34
5.5.1. Atribuição dos Sócios	34
5.5.2. Pessoal	35
6. PLANO FINANCEIRO	35
6.1. Investimento Inicial	35
6.1.1. Investimentos fixos	35
6.1.2. Investimentos pré-operacionais	37
6.1.3. Estoque Inicial	37
6.1.4. Capital de Giro	37
6.1.5. Investimento total e fontes de recursos	38
6.2. Gasto com pessoal	38
6.3. Remuneração dos sócios	38
6.4. Projeção de custos e despesas	39
6.5. Previsão de Vendas	40
6.6. Fluxo de Caixa	41
6.7. Projeção dos resultados	42
6.8. Análise de investimento	42
6.8.1. Valor presente líquido (VPL)	42
6.8.2. Prazo de retorno do investimento (Payback)	42
6.8.3. Taxa interna de retorno (TIR)	43
6.8.4. Lucratividade	43
6.8.5. Análise dos resultados	43
7. ELEVATOR PITCH	44
8. BUSINESS MODEL CANVAS	44
9. FEIRA DO EMPREENDEDOR	44
10. CONCLUSÃO	45
REFERÊNCIAS	49
APÊNDICE	51

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Capital Social.....	10
Tabela 2: Quadro de Análise dos Concorrentes.....	12
Tabela 3: Quadro de precificação das pizzas concorrentes.....	14
Tabela 5: Quadro de Tamanhos das Pizzas.....	16
Tabela 7: Precificação.....	18
Tabela 8: Custo da Fabricação das Massas.....	19
Tabela 9: Custo do Molho base.....	19
Tabela 10: Custo Médio Recheio.....	20
Tabela 11: Custo Médio recheio por Pizza.....	20
Tabela 12: Custo médio da pizza.....	21
Tabela 13: Máquinas e Equipamentos.....	36
Tabela 14: Móveis e Utensílios.....	36
Tabela 15: Instalações.....	36
Tabela 16: Investimento Fixo.....	36
Tabela 17: Investimentos Pré-Operacionais.....	37
Tabela 18: Estoque Inicial.....	37
Tabela 19: Capital de giro.....	37
Tabela 20: Investimento Total.....	38
Tabela 21: Fonte de Recursos.....	38
Tabela 22: Gastos com Pessoal.....	38
Tabela 23: Remuneração dos Sócios.....	38
Tabela 24: Projeção de custos e despesas.....	39
Tabela 25: Faturamento.....	41
Tabela 26: Saídas.....	41
Tabela 27: Fluxo de Caixa.....	41
Tabela 28: Projeção dos resultados.....	42
Tabela 29: Valor presente líquido (VPL).....	42
Tabela 30: Prazo de retorno do investimento (Payback).....	42
Tabela 31: Taxa interna de retorno (TIR).....	43
Tabela 32: Lucratividade.....	43

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Precificação da Tele Pizza Reis	14
Quadro 2: Sabores de Pizzas.....	16
Quadro 3: Matriz <i>SWOT</i>	24
Quadro 4: BSC (Balanced Scorecard).....	28
Quadro 5: Previsão de Vendas.....	40
Quadro 6: Busines Model Canvas.....	44

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Planta baixa.....	32
Figura 2: Layout Interno	32

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

O ideal de todo empreendedor é ver o seu negócio bem-sucedido e com isso a concretização de seus sonhos. Mas para isso acontecer, além de muito entusiasmo e determinação, é necessário a organização, ideias, estratégias e atitudes. Desse modo o plano de negócio entra com uma peça fundamental na gestão. Por meio dele, o gestor pode medir as incertezas e riscos que irá enfrentar, poderá fazer previsões, projeções e identificar as melhores oportunidades e saber como aproveitá-las.

Assim, o presente trabalho pretende esboçar em plano de negócio, cuja ideia central é estruturar o mesmo para a implantação de uma pizzaria, onde o gestor é levado a pensar sobre vários fatores que envolvem o seu negócio, realizando um planejamento bem detalhado antes de iniciar a atividade. Além da motivação de fazer o que gosta, proporcionando satisfação ao consumidor.

1.1. Principais Pontos do Negócio

Inicialmente, este trabalho, apresenta a contextualização do estudo, onde consta a definição do tema, e dos objetivos, tendo como objetivo geral desenvolver um plano de negócio que proporcione inicializar e implementar um projeto de uma pizzaria, dispondo assim de informações para o gestor, qualificando o gerenciamento e desenvolvimento do negócio.

A concretização deste projeto se deu através da motivação do gostar de fazer pizzas e da satisfação ao ver as pessoas adquirir o seu produto.

Iremos trabalhar somente com pizzas artesanais, onde a sua produção possui um diferencial de elaboração caseira, o destaque deverá estar desde o sabor da massa, até a montagem das pizzas de acordo com o pedido de cliente, apresentem características próprias que identifiquem a qualidade do serviço pretendido, considerando o que o gosto do cliente e como quer consumir.

A pizzaria irá atender um mercado potencial que serão as famílias e jovens, entre as faixas etárias de 15 a 35 anos, que estão localizados na cidade de Caeté e Região, como ponto estratégico de negócio, a pizzaria está localizada na região central, onde o mesmo realizará suas atividades em casa, o que é um fator benéfico visto não haver custo com aluguel de imóvel, flexibilidade de tempo, pois não haverá

deslocamento para local de produção. A empresa será de pequeno porte, e terá o expediente das 18:00 as 24: hs, nas terças, quartas, quintas e sextas-feiras, e nos sábados e domingos, dias de maior movimentação das 19:00 hs até a uma hora da manhã.

Para isso se concretizar a empresa será constituída de dois sócios, e o principal diferencial vai ser na qualidade no atendimento, como também do produto a ser oferecido, ou seja, não ser somente mais uma pizzaria delivery, e sim uma pizzaria de qualidade e inovação em seus produtos, no qual poderá atender a necessidade do seu público familiar e jovens com idades ente 15 a 35 anos, garantindo assim a satisfação e fidelidade de seus clientes.

A princípio estima-se iniciar o projeto com investimento de aproximadamente R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), para compra de móveis, materiais, louças, enfim, o que foram necessários para o negócio, pretende-se alcançar uma lucratividade de 100% dentro do prazo de um ano, retornando o investimento para a adequação e melhoria do projeto.

Os fornecedores serão Supermercado BH; supermercado Avenida; Supermercado Smart e o Ceasa (Centrais de Abastecimento de Minas Gerais) da cidade de Caeté e região, pois, irá proporcionar agilidade nas compras e no atendimento, sempre levando em consideração a qualidade dos mesmos que serão utilizados na fabricação das pizzas, podendo assim oferecer um produto com ótimo custo benefício e com excelência em qualidade.

Assim, na implantação da pizzaria delivery, o desenvolvimento deste estudo pode-se transformar em uma importante ferramenta para minimizar e reduzir os riscos e incertezas neste mercado de atual concorrência e pode transformar uma simples oportunidade em um grande sucesso.

1.2. Empreendedores e Experiência Profissional

A pizzaria será constituída por dois sócios e dois motoboys, sendo: A administração e a execução do negócio estarão sob o domínio do sócio titular, Mário Lúcio dos Reis, com experiência em pizzaiolo, compras, gestão de negócio e financeiro. Será o responsável pelo controle do movimento de caixa, pagamentos e entradas extras, distribuição de custos, despesas necessárias para a execução do projeto, assim como controle financeiro de rendimentos e investimento. O sócio titular também

será o responsável por toda a produção das pizzas. O sócio secundário João Augusto Costa Reis será responsável pelo levantamento das vendas, desde o atendimento via WhatsApp ou telefone, embalagem, controle de tempo de entrega ao cliente, assim também controlando estoque de produtos para a eventual compra de reposição, estando responsável também pela organização e limpeza do ambiente. Ambos trabalharão em concordância objetivando atender o cliente com devida agilidade e qualidade, não só na confecção das pizzas, mas na organização da estrutura quanto ao rigor do padrão de higiene.

1.3. Dados do Empreendimento

A razão social define-se por “ TELE PIZZA REIS”, sendo seu nome fantasia definido como “TELE PIZZA REIS- MASSAS E SABORES”.

O negócio será estabelecido à Rua João Carlos de Melo, nº 108, bairro Pedra Branca Caeté/MG.

1.4. Missão

Oferecer ao cliente um serviço de Tele Entrega que proporcione comodidade e praticidades, além de um momento único ao saborear uma pizza de qualidade, elaborada com dedicação e carinho, atendendo a expectativa dentro da proposta de inovação, objetivando comprometimento e ética com o cliente.

1.5. Visão

Ser referência no mercado, com inovação buscando expansão, realizando um serviço *delivery*.

1.6. Forma Jurídica

A sociedade será constituída na forma de MEI (Microempreendedor individual), uma sociedade feita mediante a um contrato social onde o capital é representado por quotas e a responsabilidade dos sócios é limitada ao montante do capital inicial

investido conforme a participação dos sócios. A sociedade é constituída com base nos artigos do código civil correspondente à abertura da empresa.

1.7. Enquadramentos Tributários

A sociedade definirá seu regime tributário no Simples Nacional. Recolherá tributação referente à atividade correspondente à prestação de serviço e mediante a sua arrecadação mensal sendo recolhido o imposto devido ao governo federal.

1.8. Capital Social

Mediante descrição o capital será distribuído entre os sócios constando 70% de participação para o sócio titular, Mário Lúcio dos Reis, correspondendo ao valor de R\$ 21.000,00 (vinte e um mil reais) e 30% para João Augusto Costa Reis, correspondendo o valor de R\$ 9.000,00 (nove mil reais) na soma total de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) no total. Onde será determinado que o sócio titular, com maior participação de cotas, será responsável juridicamente por toda a empresa.

Tabela 1: Capital Social

Descrição	Nome	Valor	% Participação
		----R\$----	%
Sócio 1	Mario Lucio dos Reis	21.000,00	70
Sócio 2	João Augusto Costa Reis	9.000,00	30
Total		30.000,00	100

Fonte: Criação do autor

1.9. Fonte de Recursos

Os recursos distribuídos no capital social originam do rendimento de algumas economias aplicadas pelos sócios, não constando nenhum montante de terceiros ou financiamentos.

2. ANÁLISE DE MERCADO

2.1. Clientes

De acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) Censo Demográfico 2000, o município de Caeté possui aproximadamente 40.750 habitantes o que nos proporciona trabalho suficiente para tocar um negócio no ramo de Tele Pizza *Fast Food* e com rendimentos satisfatórios para a sobrevivência e crescimentos futuros.

Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) Pesquisa de Orçamentos familiares 2003; O perfil do consumidor modificou bastante nos últimos anos. Com a correria diária muitos preferem o conforto de receber o produto em casa sem ter trabalho de ter que sair para comprar. Com isso a intenção de ofertar um serviço de entrega em casa tem ampliado a expectativa de negócio para quem objetiva empreender. Busca-se alcançar este público com um serviço de qualidade e excelente atendimento conquistando toda a clientela residente na cidade de Caeté, principalmente os estudantes, trabalhadores e as famílias onde estamos locados.

A grande motivação para compra e grande aceitação será a facilidade de acesso, pois os pedidos poderão ser feitos via telefone ou *WhatsApp*, a oferta a preço acessível, a facilidade de pagamento, utilizando máquinas de cartão de crédito e débito, além de oferecer como diferencial a entrega rápida.

Nosso mercado potencial serão as famílias e jovens, entre as faixas etárias de 15 a 35 anos, principalmente da cidade de Caeté e região, trazendo comodidade e entregando um delicioso produto a escolha do cliente. Nossos pilares de diferenciação serão os produtos oferecidos, com novas receitas, melhor qualidade, o bom atendimento. Buscando sempre inovação para melhor excelência no atendimento e satisfação do consumidor.

2.2. Concorrentes

Foram avaliados na região de Caeté, através de uma pesquisa por amostragem os principais concorrentes tais como: Telle Pizza Lucareli; Tele Pizza Tropical; Pizzaria Fogão a Lenha; Supermercado Avenida e Supermercado São João, o que nos

possibilitou ter uma dimensão do nosso mercado além de proporcionar um número real do que este mercado pode nos agregar na região.

Conhecer a concorrência será imprescindível para superá-la e qualificar seu serviço com diferencial. Analisando os tele pizzas existentes no município, verificamos os seguintes pontos:

Tabela 2: Quadro de Análise dos Concorrentes

ITENS ANALIZADOS	TELE-PIZZAS <i>DELIVERY</i>	PIZZARIAS	SUPERMERCADOS
Boa localização?	Sim	Sim	Sim
Preço do produto	Pouco variável	Variável	Variável
Condições de pagamento	Dinheiro ou cartão (débito/crédito)	Dinheiro ou cartão (débito / crédito)	Dinheiro ou cartão (débito/crédito) parcelamento em até 3 x e ou cheque pré datados
Serviços disponibilizados	Tele entrega pizzas e sanduíches. Alguns oferecem refrigerante grátis para pizzas G , GG	Pizzas e sanduíches	Pizzas congeladas
Canais de Vendas	Telefones ou <i>Whatsapp</i>	Vendas Locais, cardápios	Vendas Locais
Publicidade	Propaganda por jornais e panfletagem	Anúncio em jornais, internet, venda local e panfletagem	Propagandas em jornais, carros de som e panfletagem
Tempo de entrega	Tempo médio 1 hora	Tempo médio 1 hora	Imediato a escolha
Garantias oferecidas	sim	sim	sim

Fonte: Criação do autor

Logo, foi possível verificar que há diversos pontos de melhoria nos mesmos, e que poderemos utilizar como diferencial para o negócio proposto.

2.3. Fornecedores

Nossos principais fornecedores são: Supermercado BH; supermercado Avenida; Supermercado Smart e o Ceasa (Centrais de Abastecimento de Minas Gerais), Os fornecedores do Tele Pizza Reis serão fornecedores de farinha, legumes, queijos, fermento e utensílios. Há também fornecedores de embalagens, sacos plásticos, sacolas, máquinas e caixas sendo todos personalizados. Os fornecedores poderão

ser locais da cidade de Caeté, supermercados existentes na cidade, Belo Horizonte o Ceasa, Empresa Perdigão/Sadia, Tropeira e ou sites de vendas na internet.

Todos os produtos diretamente ligados à produção das massas e recheios das pizzas precisam atender uma qualidade de primeira linha, gerando com isso um produto de fabricação com excelência, garantindo nosso sucesso e nos mantendo no mercado como o melhor fornecedor de pizzas da região.

Por isto seguimos a receita de nossa massa padrão para a confecção dos discos respeitando dosagens e medidas exatas que são seguidas na risca, não se tendo surpresas de produtos fora de padrão de qualidade mediante as confecções e montagens dos discos com recheios.

Para a aquisição da matéria prima será realizada uma pesquisa de preços de acordo com produtos utilizados entre os fornecedores já estabelecidos, buscando manter melhor preço de compra com um perfil de marcas já definidas como padrão, nos proporcionando a possibilidade de ter preços competitivos com o mercado local, com forma de pagamento a vista ou a prazo, em cartão ou dinheiro em espécie e sem utilização de cheque.

A capacidade de produção diária é de acordo com estudos feitos diariamente evidenciando as oportunidades de crescimento e o mercado. Bem como das oportunidades as quais estaremos criando com as promoções alavancando nossa produção e vendas.

Com a estrutura a qual estaremos montados, teremos a capacidade de produção média de 440 pizzas mensais num período de trabalho de 18:00 as 00:00hs. De terça a domingo, com capacidade de assar até 06 pizzas por hora e com disponibilidade de 02 entregadores com motocicleta, com prazo de entrega mediante pedido registrado via telefone, *WhatsApp* ou internet em média de 40 minutos, dependendo da localização sendo que cada motociclista carrega em sua mochila por vez até 3 pizzas para entrega conjunta podendo ou não ter o acompanhamento de refrigerantes de 2 litros de acordo com os tamanhos das pizzas pedidas.

Os preços das pizzas variam de tamanho e sabor de acordo com tabela anexa ao quadro 02 abaixo:

Através de uma pesquisa realizada com os concorrentes, pode-se chegar um preço justo das pizzas feitas.

Tabela 3: Quadro de precificação das pizzas concorrentes

Concorrentes	P	M	G	GG
	---R\$---	---R\$---	---R\$---	---R\$---
Tele Pizza Lucarelli	25,00	30,00	39,00	45,00
Tele Pizza Tropical	29,00	33,00	40,00	45,00
Pizzaria Fogão a Lenha	26,00	31,00	42,00	47,00

Fonte: Dados conforme pesquisa

Quadro 1: Precificação da Tele Pizza Reis

SABORES PIZZA SALGADA	TAMANHOS / VALORES				
	P	M	G	GG	EG
	---R\$---	---R\$---	---R\$---	---R\$---	---R\$---
Pizza a Moda	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Mussarela	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Presunto e Mussarela	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Calabresa	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Bacon	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Portuguesa	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Atum	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Frango	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Frango e Requeijão	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Quatro Queijos	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Marguerita	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Milho Verde	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Vegetariana	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Champignon	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Lombo Canadense	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00

Fonte: Criação do autor

3. PLANO DE MARKETING

A pizza hoje é um alimento conhecido em quase todo mundo, no Brasil já é um dos pratos principais nos restaurantes, Delivery's, gostosa e fácil de preparar e com grandes variedades de sabores. Essa preferência fez com que se expandissem os negócios de pizzaria em quase toda as regiões do Brasil.

Nossa estratégia de Marketing será realizada de forma simples e objetiva, através de panfletos, Jornais, *WhatsApp* e Carros de som, além de já ser conhecida na região, por ser uma tradição familiar, será mais fácil de aceitação no mercado.

3.1. O Produto e serviços

Este negócio não é somente fazer pizza, mas satisfazer com excelência as necessidades dos nossos clientes na totalidade dos serviços prestados. Pode-se assim dizer: oferecer ao cliente uma ótima pizza, não a que está no cardápio e sim, a que o cliente desejar, uma pizza saborosa e quente, um atendimento diferenciado, preço justo, e a existência de serviços complementares como refrigerantes, além de ofertas e promoções, uma relação com o cliente, trata-lo pelo nome, conhecer suas preferencias, entre outros.

Com relação ao produto tem que ser de boa qualidade para o cliente possa solicitar cada vez mais. A massa será feita de forma artesanal com espessura bem e fina, nos especializamos em uma variedade de recheios, proporcionando assim uma pizza mais saborosa.

- **Validade das pizzas:** As pizzas fabricadas terão prazo de validade de no máximo três dias.
- **Vantagem Competitiva:** Uma das grandes vantagens será a loja própria não tendo despesas com aluguel e também o ponto onde está localizada.
- **Plano de pesquisas e Desenvolvimento:** sempre estaremos em constante pesquisa de novos sabores e massas como também realizando cursos para melhor produzir e atender a clientela, nossas pizzas variam de tamanho de acordo com quadro a baixo:

Tabela 4: Quadro de Tamanhos das Pizzas

Nomes Pizza	Tamanho
	-----Diâmetro-----
Pizza P (Pequena)	20 cm
Pizza M (Média)	25 cm
Pizza G (Grande)	30 cm
Pizza GG (Gigante)	35 cm
Pizza EG (Extra Grande)	40 cm

Fonte: Criação do autor

Sabores das Pizzas: produzimos 15 sabores de pizzas salgadas, conforme descritos no quadro abaixo.

Quadro 2: Sabores de Pizzas

Pizza a Moda	Massa, Tomate, Mussarela, Presunto, Frango desfiado, Calabresa, bacon, Pimentão, Palmito, Milho e Orégano.
Pizza Mussarela	Massa, Tomate, Mussarela, Azeitona, Milho Verde e Orégano.
Pizza Presunto Mussarela	Massa, Tomate, Presunto, Mussarela, Cebola, Pimentão, Azeitona e Orégano
Pizza Calabresa	Massa, Tomate, Calabresa, Mussarela, Pimentão, Cebola, Azeitona e Orégano.
Pizza Bacon	Massa, Tomate, Bacon, Mussarela, Azeitonas, Pimentão, cebola, milho verde e orégano .
Pizza Portuguesa	Massa, Tomate, Presunto, Bacon, Calabresa, Mussarela, Ovo, Azeitonas, Pimentão, Cebola e Orégano.
Pizza Atum	Massa, Tomate, Atum, Mussarela, Cebola, Pimentão e Azeitona.
Pizza Frango	Massa, Tomate, Frango Desfiado, Mussarela, Cebola, Pimentão, Milho Verde, Orégano.
Pizza Frango e Requeijão	Massa, Mussarela, Tomate, Frango Desfiado, Requeijão, Milho Verde, Cebola, Pimentão e Orégano
Pizza Quatro Queijos	Massa, Tomate, Queijo Provolone, Parmesão, Mussarela, Catupiry, Milho, cebola e Orégano.
Pizza Marcherita	Massa, Mussarela, Molho Tomate ao Sugo, Azeitona e manjerição.

Pizza Milho Verde	Massa, Molho Tomate, Milho Verde, Creme de Leite, Outros condimentos.
Pizza Vegetariana	Massa, Tomate, Mussarela, Palmito, Champignon, Milho Verde, Azeitona, Ervilha, Cebola, Pimentão, Orégano ou outros condimentos.
Pizza Champignon	Massa, Tomate, Mussarela, Champignon fatiado, Milho Verde, Pretas, Ervilha, Cebola, Pimentão, Orégano
Pizza Lombo Canadense	Massa, Tomate, Mussarela, Lombo Canadense e pimentão e Azeitona,

Fonte: Criação do autor

Assim como os sabores, variação de montagens solicitadas pelos clientes. As embalagens são específicas a apresentação de entrega conta principalmente pelo prazo desde o atendimento até a entrega pelo motociclista.

3.2. Preço

Os preços serão praticados de acordo com os custos obtidos, conciliados com preços da concorrência com prazos ou inferiores dos nossos fornecedores, aceitamos os pagamentos em dinheiro e cartões de crédito e débito.

Uma das decisões mais importantes enfrentadas hoje por administradores é a determinação do preço de venda do seu produto, pois os mesmos numa economia de mercado competitivo são determinados pela lei da oferta e da procura, sendo o preço consequência da sua utilidade até a sua apresentação final em termos de embalagem.

Conforme Bruni e Famá (2004, p.350), a tarefa de determinar preços de venda é influenciada por múltiplos fatores, relativos aos custos ou aos valores percebidos. Alguns dos principais fatores associados ao processo de formação de preços podem ser apresentados como:

- a) Capacidade e disponibilidade de pagar ao consumidor: devem ser analisados o poder da compra e no momento que o cliente deseja ou pode pagar;
- b) Qualidade do produto em relação às necessidades do mercado consumidor: empresa precisa definir claramente qual o seu mercado de atuação e desenvolver o produto ideal para os clientes certos;

- c) Demanda esperada do produto: o planejamento das vendas futuras do produto- que é fortemente influenciada pelo preço que se deseja praticar;
- d) Ganhos e perdas de gerir o produto: gastos associados a investimentos de natureza permanente ou em capital de giro, incluindo o custo de oportunidade dos recursos empregados nas operações.

Portanto a fixação do preço de venda não cabe exclusivamente ao setor de custos ou marketing, e sim o dirigente verdadeiro vai ter de pesar bem as informações e usar o bom senso, sua experiência e sua sensibilidade para tomar a decisão final, levando em consideração o custo efetivo de aquisição, despesas de comercialização, despesas gerais e o lucro.

Tabela 5: Precificação

Tamanhos /preços	P	M	G	GG	EG
Pizza a Moda	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Mussarela	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Presunto e Mussarela	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Calabresa	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Bacon	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Portuguesa	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Atum	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Frango	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Frango e Requeijão	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Quatro Queijos	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Marcherita	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Milho Verde	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Vegetariana	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Champignon	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
Pizza Lombo Canadense	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00

Fonte: Criação do autor

Em andamento a implantação da tele Pizza, depois de calculados os custos para implantação da estrutura física, foi necessário calcular os custos médios para a fabricação das pizzas. Por se tratar de Delivery, calculado o custo da fabricação das massas, do molho base utilizado e dos recheios mais caros para se ter uma média

dos gastos. Assim acredita-se apurar os custos de forma mais eficaz e também com maior precisão.

O quadro a seguir demonstra os custos apurados para a fabricação das massas.

Tabela 6: Custo da Fabricação das Massas

Ingredientes Massa	Qtde	Unidade	Custo Unit. KG/L	Custo TOTAL
Farinha de Trigo	5	Kg	9,50	9,50
Água	0,3	L	0,05	0,02
Sal refinado	100	G	1,00	0,1
Óleo	1	L	2,59	2,59
Fermento Biológico	100	G	12,00	1,2
Açúcar	200	G	1,80	0,36
MOD	1	HORA	12,5	12,5
Custo por receita de Massa				26,27
Rendimento de massa por receita				60
Custo por unidade				0,44

Fonte: Criação do autor

Tabela 7: Custo do Molho base

Ingredientes Molho Base	Qtde	Unidade	Custo Unit. KG/L	Custo TOTAL
Tomate	5	KG	2,75	13,75
Cebola	3	KG	1,85	5,55
Óleo	1	L	2,59	2,59
Sal	200	G	1,00	0,10
Cheiro Verde e outros condimentos	1	-	-	2,00
MOD	1	HORA	12,50	12,50
Custo total de Molho Base				36,49
Rendimento por pizza				60
Custo Molho por pizza				0,61

Fonte: Criação do autor

Tabela 8: Custo Médio Recheio

Condimento	Unidade	Valor (Pesquisa em Mercado)	Qtde Utilizada para 1 pizza	Total para 1 Pizza
	---	----R\$----	---G---	-----R\$-----
Atum	170	5,39	340,00	10,78
Azeitona	500	7,99	50,00	0,86
Bacon	704	11,12	350,00	5,53
Calabresa	400	7,98	350,00	7,55
Catchup	390	3,98	16,00	0,26
Champignon	100	9,19	50,00	4,60
Creme de Leite	200	2,39	100,00	1,20
Ervilha	200	1,89	30,00	0,32
Frango	125	12,41	350,00	3,52
	4			
Manjeriçã	10	2,09	1,00	0,22
Milho	200	1,45	50,00	0,42
Óregano	5	1,35	1,00	0,02
Palmito	300	14,99	50,00	2,55
Pimentão	224	0,89	30,00	0,25
Presuto	820	11,46	350,00	4,96
Queijo Catupiry	500	15,95	50,00	1,60
Queijo Mussarela	208	33,16	350,00	5,56
	6			
Queijo Parmesão	500	7,40	50,00	0,74
Queijo Provolone	700	33,99	50,00	2,43
Requeijão	420	10,90	50,00	1,30
Tomate	665	3,31	30,00	0,15
Maionese	200	0,99	16,00	0,08
Fermento	60	3,19	3,00	0,26
Cebola	100	2,50	20,00	0,55
Ovo	30	8,00	1,00	0,35
Lombo	500	14,99	300,00	8,99
Canadense				

Fonte: Criação do autor

Tabela 9: Custo Médio recheio por Pizza

Pizza	Total
	-----R\$-----
A Moda	22,78
Mussarela	5,29
Presunto e Mussarela	7,37
Calabresa	14,94

Atum	18,15
Frango	10,47
Frango com Requeijão	11,77
Quatro Queijos	11,47
Marguerita	6,79
Milho Verde	2,79
Vegetariana	10,51
Champignon	12,73
Lombo Canadense	15,82
Média Custo Recheio por Pizza	12,67

Fonte: Criação do autor

Tabela 10: Custo médio da pizza

Descrição	Qtde	Valor	Custo Total
		-----R\$-----	-----R\$-----
Massa	1	0,44	0,44
Molho	1	0,61	0,61
Custo Médio Recheio	1	12,67	12,67
Custo Total da Pizza			13,72

Fonte: Criação do autor

3.3. Divulgação e Promoção

Inicialmente será colocada nossa propaganda em programas de rádio local e na região, serão utilizados também *folders*, *banners* e panfletos, carros de som com anúncios promocionais, como forma de distribuição e divulgação na cidade e na região, além dos meios de internet como *WhatsApp*.

O Tele Pizza investirá em uma propaganda atrativa e mais competitiva. Está em estudo se integrar aos sites de compra compartilhada como o *lfood*, que no momento está sendo muito atrativo.

3.4. Distribuição

Como a estratégia de venda se caracteriza exclusivamente como *Delivery*, teremos entregadores disponíveis para atender as demandas solicitada.

3.5. Localização

Visto se tratar de uma cidade interiorana, o acesso às localidades é facilitado, tornando o planejamento estratégico de deslocamento rápido para qualquer solicitação.

A equipe de motociclistas trabalhará o melhor acesso em menor tempo, considerando já terem conhecimento das rotas, trânsito e condição de segurança das vias e bairros.

A grande diversidade de meios de trabalho, através das diversas técnicas de implantação de software de pesquisa e controle organizacional, auxilia no armazenamento de dados do cliente e suas características. Assim, a partir de seu próximo pedido, não será necessário coletar dados como endereço e referências e o programa definirá perfil de consumo do cliente de modo a conhecer e antecipar sugestões para compras atuais. Este pode ser um ponto de apoio para conquistarmos e fidelizarmos a clientela. Podendo ter práticas diárias de descontos por fidelização ao consumir com maior frequência os nossos produtos garantindo um crescimento diário em nossas vendas.

Outro campo que nos deixa em vantagens ao mercado é a forma de pagamento que é feito por cartão de crédito, débito, dinheiro e acima de R\$70,00 parcelamos em até 02 vezes no cartão e acima de R\$100,00 parcelamos até 03 vezes sem juros, e para parcelamentos acima de 03 vezes é cobrada a taxa de acordo com a operadora do cartão, facilitando a compra e alavancando nossas vendas e recebimentos. Assim damos ao cliente a oportunidade de mediante qualquer uma das condições poderem proporcionar a sua família o prazer de saborear nossos produtos e satisfazer sua vontade dentro de sua condição financeira.

Outra vantagem do nosso negócio é a qualidade da entrega que se torna rápida através dos nossos entregadores que se deslocam até os clientes com auxílio de motocicletas, e com a rota direcionada por pesquisa em site na internet e ponto de referências da localização que é feita mediante o pedido do local exato onde se encontra o cliente. Assim não há perda de tempo no trajeto entre o Tele Pizza e o cliente, que recebe o produto quentinho como saiu do forno, tendo a qualidade preservada das mochilas térmicas nas quais são armazenadas as embalagens com as pizzas ainda dentro da cozinha do Tele pizza, valorizando assim a qualidade do produto e dando ao cliente exatamente aquilo que ele almejava.

4. PLANO ESTRATÉGICO

Para este negócio se concretizar não basta, no entanto, acreditar que só a pizza é suficiente para garantir o sucesso do negócio. É preciso planejar, porque o investimento é alto, e são necessárias máquinas, equipamentos e capital de giro. Por ser um prato apreciado por todas as classes sociais, as oportunidades de negócio surgem em todos os bairros. Por isso precisamos estar atentos e conscientes que não dá certo montar uma Tele Pizza que não tenha excelência em sua pizza e em sua entrega. Precisamos saber o desejo dos clientes e procurar atender da melhor forma possível.

Além disso, implantando e com o decorrer do tempo, se saberá a preferência dos clientes, implantará promoções relâmpagos e diversificações, para assim satisfazer os mesmos.

4.1. Análise de SWOT Tele Pizza Reis

Após avaliarmos a situação atual do marketing, ambiente externo, consumidor e interno da empresa, buscamos dar continuidade ao plano de marketing com a análise de *SWOT*, por isso, se faz necessária dentro da organização, mostrando quais os pontos fortes e fracos (dimensionando os pontos que devem ser explorados e os que devem ser corrigidos) e quais as oportunidades e ameaças que o mercado em que atua oferece (possibilitando a tomada de decisão para novas investidas ou para defesas de possíveis ameaças). A matriz *SWOT* é dividida em quatro variáveis que servem para estipular o quão competitivo é a empresa frente as suas concorrentes. No quadro a seguir, será pontuada e analisada a *SWOT* da empresa Tele Pizza Reis:

A análise *SWOT* foi realizada para mostrar o planejamento estratégico adotado para a implantação da Tele Pizza Reis, pois, através das oportunidades e ameaças, podemos verificar os riscos existentes, como todo negócio estamos sujeitos. No nosso caso, os maiores riscos estão na falta de um portfólio mais abrangente e nos entrantes de novos concorrentes.

O quadro abaixo especifica melhor:

Quadro 3: Matriz SWOT

Fatores Internos	<p>Forças</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Competitividade; 2. Aumento portfólio; 3. Expansão de novas lojas; 4. Preços competitivos. 	<p>Fraquezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alta concorrência ; 2. Capital de giro; 3. Portfólio; 4. Quadro de funcionários reduzidos.
Fatores Externos	<p>Oportunidade</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Demanda de mercado; 2. Localização central; 3. Qualidade de produtos; 4. Mudanças nos hábitos de consumo. 	<p>Ameaças</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Entrantes de novos Concorrentes; 2. Instabilidade econômica; 3. Instabilidade de energia elétrica na região; 4. Necessidade de cursos.

Fonte: Criação do autor

4.1.1. Forças

Forças estão relacionadas às vantagens que a empresa possui em relação aos concorrentes. Pode-se dizer que são as aptidões mais fortes da Tele Pizza Reis, no qual podemos defini-las como:

- **Competitividade:** devido ao crescimento neste segmento alimentício de pizzaria *Delivery*, e por se tratar de um produto que vem crescendo a oferta do procura e demanda, é necessário estar sempre a um passo à frente dos meus concorrentes, pois, com isso consigo oferecer aos meus clientes um produto diferenciado e com alta qualidade.
- **Aumento do Portfólio,** Hoje a Tele pizza Reis, a longo prazo serão acrescentados novos produtos no portfólio, assim agregando valor a marca e satisfazendo o consumidor final.
- **Expansão de novas lojas,** temos em vista abrir mais 02 lojas de Tele Pizza Delivery.
- **Preços competitivos:** Buscamos atender nosso cliente da melhor forma, atentamos aos preços que o mercado propõe e tem um diferencial quanto a forma de pagamento, no qual sua compra por ser parcelado.

4.1.2. Fraquezas

As fraquezas são as aptidões que interferem ou prejudicam de algum modo o andamento do negócio. É muito importante haver sinceridade nesta etapa da análise. Podem-se encontrar fraquezas de acordo com a evolução da empresa, tais como:

- Alta concorrência: Existem na região, concorrentes que no qual são considerados de grande potencial.
- Capital de Giro, hoje temos um capital de giro enxuto, onde nos força a ter assertividade no empreendimento e as tomadas de decisões.
- Portfólio, Hoje a Tele pizza Reis, trabalha somente com portfólio de pizzas, de vários sabores e tamanho. Mas para o desenvolvimento da empresa, será algo a se pensar.
- Quadro de funcionário reduzido, hoje na empresa trabalham somente os 02 sócios, tais com várias atribuições, mas estima-se que com o desenvolvimento da empresa a contratação de mais 02 funcionários para a produção.

4.1.3. Oportunidades

São forças externas que influenciam positivamente a empresa. Não existe controle sobre essas forças, pois elas podem ocorrer de diversas formas, porém, podem ser feitas pesquisas ou planejamentos que preveem o acontecimento desses fatos.

- Demanda de Mercado: é um dos pontos fortes da empresa, pois, são bem conhecidos na região, e já possui clientes que consomem suas pizzas, é uma família bem tradicional na cidade de Caeté.
- Localização Central: A pizzaria está localizada na região central da cidade, o que proporciona agilidade na entrega o que torna um diferencial em seu serviço prestado.
- Qualidade de produtos: A Tele pizza Reis, procura inovar em seus produtos, com qualidades, e agilidade de entrega, sempre atenta às novidades que o mercado venha a proporcionar.
- Mudanças nos hábitos de consumo: no qual está ligada diretamente na expectativa e qualidade de vida, observou-se através das entrevistas realizadas,

que as pessoas estão buscando conforto comodidade e literalmente praticidade, obter seu produto para consumo sem sair de casa.

4.1.4. Ameaças

Ao contrário das oportunidades, as ameaças são forças externas que influenciam e atacam negativamente a empresa. Elas devem ser tratadas com bastante cautela, pois, podem prejudicar não somente o planejamento estratégico e o funcionamento da empresa, com também, diretamente em seus objetivos e resultados.

- Entrantes de novos concorrentes: no segmento farmacêutico, para ser aberta uma farmácia de manipulação, existem muitas dificuldades quanto as documentações, isso, pode apresentar como consequência uma redução da rentabilidade das empresas já existentes, visto que a entrada de novos concorrentes implica em uma queda nos preços e no aumento da demanda por insumos, o que levará a um inflacionamento nos custos do produto final.
- Instabilidade econômica: diz respeito à situação financeira e econômica do país, sem alta dos preços e oscilação das taxas de juros, um período de instabilidade econômica não tem efeito negativo apenas no investimento pessoal. Se quiser superar esse obstáculo e manter a empresa em evolução mesmo em um período de instabilidade, é preciso ter resiliência e apostar na inovação. Conhecer bem o mercado de atuação e pensar a longo prazo, são outras maneiras de dirigir uma companhia em tempo de turbulência.
- Instabilidade de energia elétrica, enfrentamos na região constantemente a falta de energia elétrica, vejo isso como uma ameaça, pois, talvez isso venha prejudicar a nossa produção, talvez venhamos estudar a implantação da pizzeria em outra região, mas isso será a longo prazo.
- Necessidades de cursos: Serão necessários novos cursos de aperfeiçoamento e criação de novos produtos. Através disso poderão ser inseridos novos produtos no portfólio.

Como todo negócio tem também o lado positivo, no caso do ponto comercial será de fácil acesso, em uma loja no lote da família, reduzindo o custo com o aluguel, com demanda de mercado e contamos com a qualidade dos nossos produtos.

4.1.5. Cliente

Nossos clientes serão as famílias e jovens, entre as faixas etárias de 15 a 35 anos, principalmente da cidade de Caeté e região, no qual gostam de uma deliciosa pizza, com um cardápio variado que atendera a todos os gostos.

4.1.6 Segmentação

Serão pizzas artesanais nos tamanhos: pequeno, médio e grande e extra grande.

4.1.7 A concorrência

Nossos principais concorrentes são as pizzarias da própria região, no qual foram selecionados de acordo com a pesquisa realizada, são eles: Tele Pizza Lucareli; Tele Pizza Tropical; Pizzaria Fogão a Lenha; Supermercado Avenida e Supermercado São João.

4.1.8 Fornecedores

Nossos principais fornecedores são: Supermercado BH; supermercado Avenida; Supermercado Smart e o Ceasa (Centrais de Abastecimento de Minas Gerais), em sua grande maioria são fornecedores preferencialmente da região, para que o atendimento seja rápido e também com menor custo na compra dos produtos, sempre lembrando em consideração a qualidade dos mesmos que serão utilizados na fabricação de pizzas.

4.2. BSC (Balanced Scorecard)

Veremos, a seguir, como cada uma das quatro perspectivas do BSC (Balanced Scorecard), nas quais os objetivos estratégicos da empresa serão agrupados, influência no resultado final da estratégia empregada na Pizzaria Reis.

Quadro 4: BSC (Balanced Scorecard)

BSC Tele Pizza Reis			
Visão			
Triplicar o faturamento em 3 anos			
Perspectiva Financeira			
Objetivos	Indicadores	Metas	Planos de Ação
Aumentar Faturamento	Receita de Vendas	Alcançar 100% do faturamento mensal	Aplicar preço justo de acordo com a região e realizar algumas ações promocionais.
Aumentar a Lucratividade	Lucratividade	Alcançar 100% do lucro mensal	Acompanhar as vendas diariamente, através do fluxo de caixa, investir em novos produtos e aumentar a equipe.
Perspectiva Clientes			
Objetivos	Indicadores	Metas	Planos de Ação
Fidelizar clientes	Clientes com mais de 2 meses	Duplicar da carteira de clientes	Realizar ações promocionais para fidelização de clientes, através de cartelas de a cada 10 pizzas G o cliente ganha 1 pizza G gratis, e também através de mala direta com cartões de aniversário.
Satisfação do cliente	Mensurar o índice de satisfação do cliente	Duplicar o numero de pedido	Realizar pesquisa de satisfação do cliente através de mensagens de texto via celular, ou ao final do pedido feito.
Processos Internos			
Objetivos	Indicadores	Metas	Planos de Ação
Mais capacitação Técnica	Hora de curso de capacitação	Cursos a cada 6 meses	Ter uma análise critica do que o mercado esta oferecendo e capacitar seus colaboradores.
Aumento do quadro de funcionário: A partir do 1º semestre		Contratar 2 Pizzaiolos	De acordo com o aumento da demanda e com o projeto já em estudo, se faz necessario o aumento da equipe.

Fonte: Criação do autor

5. PLANO OPERACIONAL

Teremos como plano operacional, uma gestão administrativa sempre bem planejada antecipadamente nas ações que irão acontecer durante o mês. A empresa conta com dois sócios, onde um deles Mário Lúcio dos Reis, será o encarregado de cuidar da parte interna, e na qualidade do atendimento aos clientes, também será o responsável pelas finanças internas, controlando assim o estoque de produtos necessários para produzir as pizzas e fazendo um acompanhamento do lucro previsto. O mesmo terá responsabilidade para controlar movimentos de caixa, pagamentos e o mais importante que será o pizzaiolo chefe de sua linha de produção.

5.1. Layout

A idealização do espaço é compatível com o serviço a ser prestado devendo estar devidamente dentro dos padrões de exigência da vigilância sanitária local e Leis Municipais para áreas de produção de alimentos de acordo com especificado a baixo:

Área 1 – Cozinha

Paredes azulejadas até o nível do teto com material lavável de facilitando a higienização;

Piso em cerâmica, com ralos da área escoamento de água contendo coletores de resíduos e tampa de fechamento evitando entradas de animais peçonhentos e outros.

Janelas em esquadria de alumínio com vidro temperado, 8 mm, com telas de proteção contra moscas ou outros insetos na área de produção, podendo aproveitar a ventilação natural sem risco de invasão de insetos ou outros da espécie.

Ventilação natural e elétrica devido ao período de muito calor, fazendo um controle melhor da área de produção por ser uma área de utilização de fornos com temperatura mais alta.

Bancadas em granito com bojo de tanques inox para utilização da higienização dos materiais utilizados na pós-produção.

Bancada de apoio dos equipamentos necessários para composição da linha de produção como máquina fatiadora, liquidificador, batedeira de massa,

Bancada em Inox central na cozinha para produção das massas e preparo dos discos com recheios, com prateleira abaixo da bancada para armazenamento de formas e demais utensílios para confecção das pizzas.

Frízeres para guarda e conservação de matéria prima perecíveis com necessidade de conservação de temperaturas adequadas.

Forno a Gás, sobre bancada de granito com capacidade de assar 4 tabuleiros por vez.

Fogão a gás com forno, para utilização nos preparos dos molhos e se necessário assar também as pizzas.

Prateleiras em granito para armazenamento de utensílios como embalagens e matéria prima em estoque para a produção das Pizzas.

Iluminação com lâmpadas de led, frias, proporcionando um ambiente mais claro e uma grande economia em consumo de energia uma vez que utilizamos fornos, o que deixa o ambiente mais quente.

Carrinho de acolhimento das formas de espera para entrar no forno de acordo com pedidos feitos pelos Clientes.

Área 2 - Forno Iglu

Paredes pintadas com tinta à base de água, piso em cerâmica extensivo ao da cozinha de produção da área e ralo da rede de esgoto na mesma proporção da área 1 da cozinha.

Janelas com esquadria de alumínio com vidro temperado de 8mm, com abertura de 2m por 1m com telas de proteção contra moscas ou outros insetos.

Ventilação natural devido à extensão das janelas no ambiente com melhor entrada de ar e circulação do calor do forno.

Iluminação com lâmpadas de led, também auxiliando na claridade do ambiente e economia de energia elétrica.

Forno a lenha de tijolinho a vista em alvenaria estilo iglu, o que nos proporciona maior produção em dias de grandes quantidades de pedidos, nos proporcionando a produção de mais formas de uma só vez. Utilizado nos dias de sábados e feriados prolongados.

Área 3 - Escritório

Área de escritório e atendimento das chamadas onde fica todo o controle administrativo e financeiro do Tele pizza Reis.

Paredes pintadas em tinta à base de água.

Piso em cerâmica lavável.

Janela em esquadria de alumínio com vidro temperado 8 mm de 1,50m por 1,20m, com telas de proteção contra moscas ou outros insetos.

Ventilação natural devido janela com exposição de boa ventilação.

Iluminação com lâmpadas de Led, também auxiliando na claridade do ambiente e economia de energia elétrica.

Mesa escrivaninha para computador com 3 gavetas de acordo com Norma vigente a Ergonomia no Trabalho.

Cadeiras para usuários do ambiente em acordo com NR vigente a Ergonomia no Trabalho.

Computador (Note Book), para registro e controle de dados clientes e toda a estrutura administrativa do Tele Pizza Reis e recebimento de pedidos por redes sócias.

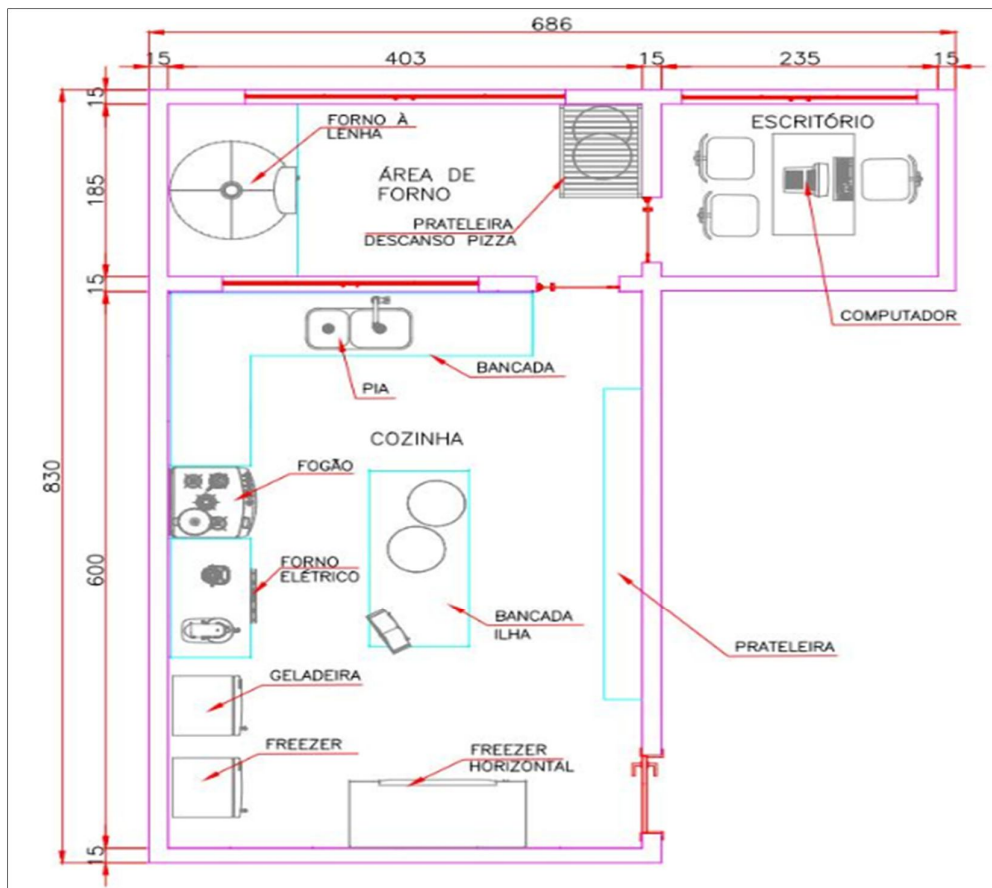
Impressora para utilização do Tele Pizza Reis.

Armário de gavetas para registro de documentação de controle de notas fiscais e demais contas e documentos pertinentes ao Tele Pizza Reis.

Aparelho de telefone a serviço Tele Pizza Reis (0800) para atendimento aos clientes em seus pedidos.

As nossas instalações estão preparadas para atendimento aos clientes e fornecedores portadores de necessidades especiais, mesmo não sendo de atendimento ao público local para as degustações das pizzas, pois nosso trabalho e tele entrega. Temos rampa, corrimão, sanitário e estacionamento que se adéqua aos mesmos, caso seja necessário recebê-los por algum motivo em nossas instalações.

Figura 1: Planta baixa



Fonte: Criação do autor

Figura 2: Layout Interno



Fonte: Criação do autor

5.2. Capacidade produtiva

Para atender com a devida qualidade e seguir uma linha de montagem e observação de forno, a estimativa é de atender em média 04(quatro) pizzas por vez, considerando a capacidade de ocupação do forno. Nesta estimativa, será cronometrado tempo para montagem, retirada de forno e reocupação conforme demanda, respeitando um prazo médio de embalagem e deslocamento de entrega no total de 50 minutos.

5.3. Processos operacionais

Visando a organização estrutural e de produção adequadas, na intenção de evitar imprevistos, a compra de materiais será devidamente programada conforme necessidade de estoque, assim como sua verificação de validade. Esta atividade ficará a cargo do sócio responsável pela produção das pizzas devido a análise de qualidade na compra de cada item.

A higienização do espaço e dos equipamentos ficará na responsabilidade do segundo sócio que manterá disponibilizados os itens necessários para garantir padrão de atendimento de qualidade na abertura em horário de trabalho.

Assim, a logística interna estará em análise do estoque, reposição, limpeza, produção, cronometragem de tempo de espera e direcionamento de equipe de entrega.

Esta rotina administrativa feita passo a passo, possibilitará a diária conferência e checagem de itens a serem melhorados principalmente considerando o retorno do cliente numa solicitação de feedback ou pesquisa de satisfação.

5.4. Fluxograma Processos Operacionais Tele pizza Reis

Os processos de serviços/ produção estão apresentados no fluxograma a seguir:



Fonte: Criação do autor

5.5. Plano de Pessoal

5.5.1. Atribuição dos Sócios

A administração ficará sob responsabilidade do sócio administrador, Mário Lúcio dos Reis, responsável legal pela empresa que no caso deterá maior número de quotas na sociedade. Estando ao seu encargo também a compra de equipamentos, materiais e produção, assim como a contabilização de aplicação de custos e rendimentos, definição e distribuição de lucros e avaliar a expectativa de novo investimento.

O sócio secundário, João Augusto Costa Reis, por sua vez estará responsável por manter o ambiente conforme especificação de higienização. Controlar devidamente estoque, atender o cliente, cadastrar e alimentar aplicativos de cadastro e controle de satisfação, anotar solicitação de pedido, acompanhar tempo de produção e entrega e atenção ao retorno das entregas da pesquisa de satisfação dos clientes.

5.5.2. Pessoal

O quadro operacional referente ao pessoal estará dividido entre os dois sócios e a sublocação de motociclistas especializados em entregas de pizzas, considerando a disponibilidade conforme demanda em dias de maior movimento.

Sócio 1 (Administrador e Operacional)

Sócio 2 (Operacional)

Equipe de apoio (motociclistas), com logística de um entregador por dia durante a semana ficando com dias alternados, em dias comuns de terça a quinta e de dois entregadores nos fins de semana de sexta, sábado, domingo e véspera de feriados no mesmo esquema com dois entregadores.

6. PLANO FINANCEIRO

6.1. Investimento Inicial

De acordo com o quadro apresentamos o investimento inicial para implantação do Tele Pizza Reis será de R\$ 30.000,00.

6.1.1. Investimentos fixos

Investimentos fixos, utilizados na infraestrutura, espaço físico, máquinas, equipamentos, moveis; utensílios, etc. Como demonstra o quadro está descrito por item os custos fixos necessários para a implantação da estrutura física da pizzeria, o investimento necessário com máquina e equipamentos no valor de R\$ 8.777,50, moveis e utensílios R\$ 822,50 e com instalações o valor de R\$ 400,00, sendo no total necessário um investimento fixo de R\$ 10.000,00.

Tabela 11: Máquinas e Equipamentos

Descrição	Qtde	Valor Unit.	Total
		-----R\$-----	-----R\$-----
Liquidificador Problend 6 laminas Walita	1	199,20	199,20
Computador All in One LG	1	1.650,00	1.650,00
Impressora Multifuncional Samsung Xpress	1	380,00	380,00
Ar Condicionado Split	1	830,00	830,00
Fogão 6 Bocas Eletrolux acendedor automático	1	560,00	560,00
Fatiadora de Frios Berman	1	1.320,00	1.320,00
Micro-ondas Eletrolux	1	342,30	342,30
Geladeira Consul Frost Free	1	1.380,00	1.380,00
Frezzer Consul Frost Free	1	1.320,00	1.320,00
Moderninha pro	2	398,00	796,00
Total			8.777,50

Fonte: Criação do autor

Tabela 12: Móveis e Utensílios

Descrição	Qtde	Valor Unit.	Total
		----R\$----	----R\$----
Mesa para computador melissa	1	119,53	119,53
Cadeira diretor giratoria trevalla	1	98,00	98,00
Conjunto Mesa De Jantar Dallas Com 4 Cadeiras	1	180,00	180,00
Fatiador de ovos	1	14,99	14,99
Ralador 4 faces multi uso	2	24,99	49,98
Botijões de GLP garrafa de 13kg	3	70,00	210,00
Armário de aço 3 portas	1	150,00	150,00
Total			822,50

Fonte: Criação do autor

Tabela 13: Instalações

Descrição	Qtde	Valor Unit.	Total
		----R\$----	----R\$----
Pinturas	1	120,00	120,00
Reformas	1	280,00	280,00
Total			400,00

Fonte: Criação do autor

Tabela 14: Investimento Fixo

Descrição	Qtde	Valor Unit.	Total
Capital próprio	1	20.000,00	20.000,00
Total			20.000,00

Fonte: Criação do autor

6.1.2. Investimentos pré-operacionais

Gastos realizados antes do início das atividades.

Tabela 15: Investimentos Pré-Operacionais

Despesas	Ano 0
	----R\$----
Reformas e Construção	400,00
Despesas de legalização	1.500,00
Marketing e divulgação	2.326,39
Total Despesas Pré Operacionais	4.226,39

Fonte: Criação do autor

6.1.3. Estoque Inicial

Onde definimos o valor necessário para o início do funcionamento da Tele pizzaria Reis.

Tabela 16: Estoque Inicial

Descrição	Valor
	-----R\$-----
Estoque Inicial Mercadorias (Fabricação)	3.680,00
Total	3.680,00

Fonte: Criação do autor

6.1.4. Capital de Giro

É o capital que consideramos necessário para o financiamento das operações.

Tabela 17: Capital de giro

Descrição	Valor
	-----R\$-----
Capital de Giro	10.000,00
Total	10.000,00

Fonte: Criação do autor

6.1.5. Investimento total e fontes de recursos

Tabela 18: Investimento Total

Descrição	Valor
	-----R\$-----
1. Investimentos fixos	9.600,00
2. Investimentos pré-operacionais	4.226,39
3. Estoque inicial	3.680,00
4. Capital de giro	10.000,00
Investimento Inicial	27.506,39

Fonte: Criação do autor

Tabela 19: Fonte de Recursos

Descrição	Valor	%
	-----R\$-----	
Recursos próprios	30.000,00	100%
Investimento Inicial	30.000,00	100%

Fonte: Criação do autor

6.2. Gasto com pessoal

Nossos prestadores de serviços são terceirizados não possuindo vínculo empregatício com a empresa.

Tabela 20: Gastos com Pessoal

Descrição	Função	Nº de empregados	Salário	Total
			-----R\$-----	-----R\$-----
Salários prestador serviços	Contador	1	500,00	500,00
Salários prestador serviços	Motoboy	2	980,00	1.960,00
TOTAL			1.480,00	2.460,00

Fonte: Criação do autor

6.3. Remuneração dos sócios

Tabela 21: Remuneração dos Sócios

Descrição	Função	Salário	Total
		-----R\$-----	-----R\$-----
Mário Lúcio dos Reis	Administrador	2.000,00	2.000,00
João Augusto Costa Reis	sócio 2	1.200,00	1.200,00
TOTAL		3.200,00	3.200,00

Fonte: Criação do autor

6.4. Projeção de custos e despesas

Tabela 22: Projeção de custos e despesas

Descrição	Gastos mensais	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4
1. Água	67,23	806,76	887,44	976,18	1.073,80
2. Energia Elétrica	280,00	3.360,00	3.696,00	4.065,60	4.472,16
3. Internet+telefone	144,99	1.739,88	1.913,87	2.105,25	2.315,78
4. Contador	500,00	6.000,00	6.600,00	7.260,00	7.986,00
5. Salários + Encargos	1.960,00	23.520,00	25.872,00	28.459,20	31.305,12
6. Pró Labore	3.200,00	38.400,00	42.240,00	46.464,00	51.110,40
7. Limpeza	150,00	1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.395,80
8. Fornecedores	3.680,00	44.160,00	48.576,00	53.433,60	58.776,96
9. Tributos (MEI) / IPTU	164,00	1.968,00	2.164,80	2.381,28	2.619,41
TOTAL	10.146,22	121.754,64	133.930,10	147.323,11	162.055,43

Fonte: Criação do autor

6.5. Previsão de Vendas

Quadro 5: Previsão de Vendas

Descrição	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Faturamento (R\$)	12.506,00	12.506,00	14.430,00	12.506,00	17.316,00	19.240,00	17.316,00	16.354,00	18.278,00	12.506,00	19.240,00	24.050,00
Pizzas/dia (Nº)	13	12	15	13	18	20	18	17	19	13	20	25
Preço Médio (R\$)	37,00	37,00	37,00	37,00	37,00	37,00	37,00	37,00	37,00	37,00	37,00	37,00
Dias na semana-funcionamento (Nº)	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Faturamento por semana (R\$)	2.886,00	2.664,00	3.330,00	2.886,00	3.996,00	4.440,00	3.996,00	3.774,00	4.218,00	2.886,00	4.440,00	5.550,00
Faturamento por mês (R\$)	12.506,00	11.544,00	14.430,00	12.506,00	17.316,00	19.240,00	17.316,00	16.354,00	18.278,00	12.506,00	19.240,00	24.050,00

Fonte: Criação do autor

6.6. Fluxo de Caixa

O Cálculo para o Fluxo de caixa foi realizado considerando uma taxa de aumento anual de 15% no faturamento. No Quadro 25 abaixo, é possível verificar os valores adquiridos para este cálculo.

Tabela 23: Faturamento

Entradas	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4
	-----R\$-----	-----R\$-----	-----R\$-----	-----R\$-----
Faturamento	195.286,00	224.578,90	258.265,74	297.005,60
Total	195.286,00	224.578,90	258.265,74	297.005,60

Fonte: Criação do autor

Tabela 24: Saídas

Saídas	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4
	-----R\$-----	-----R\$-----	-----R\$-----	-----R\$-----
Água	806,76	887,44	976,18	1.073,80
Energia Elétrica	3.360,00	3.696,00	4.065,60	4.472,16
Internet+telefone	1.739,88	1.913,87	2.105,25	2.315,78
Contador	6.000,00	6.600,00	7.260,00	7.986,00
Salários + Encargos	23.520,00	25.872,00	28.459,20	31.305,12
Pró Labore	38.400,00	42.240,00	46.464,00	51.110,40
Limpeza	1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.395,80
Fornecedores/Estoque de vendas	44.160,00	48.576,00	53.433,60	58.776,96
Total	119.786,64	131.765,30	144.941,83	159.436,02

Fonte: Criação do autor

Tabela 25: Fluxo de Caixa

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4
	-----R\$-----	-----R\$-----	-----R\$-----	-----R\$-----
Movimentação do Período	75.499,36	92.813,60	113.323,90	137.569,58
Saldo Anterior	-30.000,00	45.499,36	138.312,96	251.636,86
Saldo Atual	45.499,36	138.312,96	251.636,86	389.206,43

Fonte: Criação do autor

6.7. Projeção dos resultados

Tabela 26: Projeção dos resultados

DRE	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4
	-----R\$-----	-----R\$-----	-----R\$-----	-----R\$-----
Receita Bruta	195.286,00	224.578,90	258.265,74	297.005,60
Imposto/Tributos	-1.968,00	-2.164,80	-2.381,28	-2.619,41
Lucro Bruto	193.318,00	222.414,10	255.884,46	294.386,19
C.M.V ou C.S.P	-44.160,00	-48.576,00	-53.433,60	-58.776,96
Lucro Operacional	149.158,00	173.838,10	202.450,86	235.609,23
Folha Pagamento	-29.520,00	-32.472,00	-35.719,20	-39.291,12
(Gerais / Adm. /Finan)	-7.706,64	-8.477,30	-9.325,03	-10.257,54
(-) Pró-Labore	-38.400,00	-42.240,00	-46.464,00	-51.110,40
Resultado do Exercício	73.531,36	90.648,80	110.942,62	134.950,17

Fonte: Criação do autor

6.8. Análise de investimento

6.8.1. Valor presente líquido (VPL)

Tabela 27: Valor presente líquido (VPL)

Ano	Fluxo de Caixa	Constante	VP	VPL
	-----R\$-----		-----R\$-----	-----R\$-----
Ano 0	-13.826,39	1	-13.826,39	-13.826,39
Ano 1	75.499,36	0,833	62.916,13	49.089,74
Ano 2	92.813,60	0,694	64.453,89	113.543,63
Ano 3	113.323,90	0,579	65.580,96	179.124,59
Ano 4	137.569,58	0,482	66.343,35	245.467,94

Fonte: Criação do autor

6.8.2. Prazo de retorno do investimento (Payback)

Tabela 28: Prazo de retorno do investimento (Payback)

Pay Back Simples	Fluxo de Caixa	Saldo a Recuperar
	-----R\$-----	-----R\$-----
Ano 0		-13.826,39
Ano 1	75.499,36	61.672,97
Ano 2	92.813,60	154.486,57
Ano 3	113.323,90	267.810,47
Ano 4	137.569,58	405.380,04

Fonte: Criação do autor

6.8.3. Taxa interna de retorno (TIR)

Tabela 29: Taxa interna de retorno (TIR)

Ano	Fluxo de Caixa	Constante	VP	VPL
	-----R\$-----		-----R\$-----	-----R\$-----
Ano 0	-13.826,39	1	-13.826,39	-13.826,39
Ano 1	75.499,36	0,150	11.298,84	-2.527,55
Ano 2	92.813,60	0,022	2.078,71	-448,84
Ano 3	113.323,90	0,003	379,83	-69,01
Ano 4	137.569,58	0,001	69,01	0,00
Taxa Interna de Retorno				568%

Fonte: Criação do autor

6.8.4. Lucratividade

Tabela 30: Lucratividade

Descrição	Valor	Investimento Inicial + VPL / Investimento Inicial
	-----R\$-----	
Investimento Inicial + VPL	259.294,33	18,75
Investimento Inicial	13.826,39	-

Fonte: Criação do autor

6.8.5. Análise dos resultados

O preço de uma pizza não é único. Cada tipo tem o seu preço. O mesmo tipo tem preço diferente de uma pizzaria para outra. A razão é conhecida por todos. O custo de produção. A mussarela usada em uma pizzaria com preços baixos, não é a mesma usada em pizzaria onde tem preços maiores. A qualidade da matéria prima define o preço do produto. Outro é a habilidade do pizzaiolo e de seus auxiliares. No atendimento, o nível cultura e técnico do atendente. Dois fatores: ingredientes caros e funcionários bem remunerados interferem no preço final do produto.

Para este negócio se concretizar não basta, no entanto, acreditar que só a pizza é suficiente para garantir o sucesso do negócio. É preciso planejar, porque o investimento é alto, e são necessárias máquinas, equipamentos e capital de giro. Por ser um prato apreciado por todas as classes sociais, as oportunidades de negócio surgem em todos os bairros. Por isso precisamos estar atentos e conscientes que não dá certo montar uma casa de luxo em um bairro pobre e nem o

contrário. Precisamos saber o desejo dos clientes e procurar atender da melhor forma possível.

7. ELEVATOR PITCH

Se você quer saborear a mais deliciosa pizza de Caeté, feita para você, do jeito que você gosta, então ligue 0800.7535656 ou chame em nosso WhatsApp (31) 98899-5140.

Sua pizza quentinha como sai do forno chega até sua casa, do jeito que você merece e com um excelente atendimento.

Ligue e peça já a sua pizza!

8. BUSINESS MODEL CANVAS

Quadro 6: Busines Model Canvas

Tele Pizza Reis	Mário Lúcio dos Reis	17/06/2019		
Parceiros- chave Fornecedores de insumos Cozinha central colaboradores	Atividade- chave elaboração de pizzas Tele entrega Vendas de refrigerante	Proposta de Valor Prestação de um serviço e produto de qualidade Profissionais treinados Diferencial de um forno industrial	Relacionamento com os clientes Estar preparado para atender as expectativas do cliente diferenciação dos demais concorrentes através de produtos de qualidade Programa de fidelidade a empresa	Segmentos de clientes Clientes da região de Caeté Clientes de público A, B, C e D
	Recursos- Chave Humanos Físicos Sistemas		Canais Delivery Telefone e WhatsApp para reserva de pedido	
Estrutura de custos Insumos (matéria- prima), aluguel, luz, folhas, salariais. Investimentos iniciais e impostos		Fontes de receitas Pgamentos direto no caixa em dinheiro, cartão de crédito e débito.		

Fonte: Criação do autor

9. FEIRA DO EMPREENDEDOR

A Feira aconteceu em 19/03/2019, na sede da Faculdade Famig, em um espaço reservado para eventos, das 19:00 as 22:00hs, onde tivemos a oportunidade de apresentar na integra o nosso plano de negócio. Momento no qual apresentamos a

especialidade do Tele Pizza Reis realizando a confecção das pizzas e colocando à disposição do público para que pudessem degustar e avaliar o resultado do nosso trabalho.

A execução do trabalho contou com a montagem de uma mini cozinha, espaço onde apresentamos na prática a confecção de pizzas a partir da apresentação dos produtos utilizados para fazermos a massa, receita, forma de fazer e a abertura das massas com montagem dos recheios e finalizando após assar e servir ao público ali presente os produtos feitos naquele momento, dando a cada um a oportunidade de saborear as deliciosas Pizzas Reis com toda nossa habilidade e carinho as quais foram preparadas para aquele momento.

Para apresentação do trabalho e divulgação do Tele Pizza Reis, foi confeccionado em folhas A4 a faixa com nome da empresa “ TELE PIZZA REIS e colado na parede bem como fotos expositoras das pizzas as quais fabricamos.

Foi exposto numa mesa todos os produtos que são utilizados para que se fabrique as pizzas, desde a farinha até a água.

Foi feita a apresentação ao público das ferramentas e máquinas as quais utilizamos ali no momento para a confecção das pizzas como facas, formas de tamanhos diversos, vasilhas de medidas, forno para assar e o rolo o qual é utilizado ou não na abertura dos discos de pizza.

Foram tiradas as dúvidas e curiosidades do público participante da feira, sanando seus anseios até que provaram e aprovaram o resultado final dos trabalhos ali apresentado após degustarem as deliciosas pizzas ali servida ao público.

Fechamos à feira as 22h00minhs com dever cumprido de que fizemos o melhor e conseguimos agradar a todos que passaram pelo local e provaram nossos produtos dando o ar da graça de voltarem e pedir para repetirem, sinalizando que estava aprovado o produto.

10. CONCLUSÃO

O plano de negócio que foi desenvolvido apresenta um planejamento formalizado e uma integração com toda empresa, difundindo e retroalimentando permanentemente com novas informações que possam contribuir para o sucesso organizacional.

O planejamento também necessita ser flexível a novas realidades, adaptável a novos paradigmas, sob pena de tornar-se um instrumento ultrapassado e não efetivo.

Empreender é sempre um risco, mas empreender sem planejamento é um risco que pode ser evitado. O plano de negócio, apesar de não ser a garantia de sucesso, irá ajuda-lo, entre outras coisas, na tomada de decisão, assim como a não se desviar de seus objetivos iniciais, sem em busca de um ideal.

No estudo realizado, evidenciou-se que a atividade a ser implantada, se bem planejada e executada de forma correta é viável ao mercado e pode se tornar um importante negócio aos sócios, e um empreendimento rentável.

O ponto chave de todo e qualquer negócio é estar sempre investindo e aprimorando seus produtos para que os mesmos sejam de qualidade para seus clientes, para que assim os mesmos voltem a fazer os seus pedidos mais vezes e se sintam satisfeitos pelo produto oferecido.

Percebe-se assim que todo e qualquer negócio precisa estar bem traçado, e que o plano de negócios é de fundamental importância qual seja o ramo, pois pode medir os resultados presentes e futuros dando um norte para sua equipe de gestão.

Assim, conclui-se que os objetivos iniciais do presente estudo foram atingidos, e que através do plano de negócio podemos chegar aos resultados almejados, com mais precisão e segurança, sendo este uma ferramenta de fundamental importância frente ao mercado competitivo para todo e qualquer gestor.

Pode-se dizer que a matriz *SWOT* tem um papel fundamental na definição das estratégias e plano de ação, pois visa identificar os pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças, levando em considerações o ambiente interno e externo. Por tanto se faz necessário analisar as ameaças e fraquezas do projeto em questão, sendo:

As ameaças são forças externas que influenciam e atacam negativamente a empresa. Elas devem ser tratadas com bastante cautela, pois, podem prejudicar não somente o planejamento estratégico e o funcionamento da empresa, com também, diretamente em seus objetivos e resultados.

- Entrantes de novos concorrentes: no segmento farmacêutico, para ser aberta uma farmácia de manipulação, existem muitas dificuldades quanto as documentações, isso, pode apresentar como consequência uma redução da rentabilidade das empresas já existentes, visto que a entrada de novos concorrentes implica em

uma queda nos preços e no aumento da demanda por insumos, o que levará a um inflacionamento nos custos do produto final.

- Instabilidade econômica: diz respeito à situação financeira e econômica do país, sem alta dos preços e oscilação das taxas de juros, um período de instabilidade econômica não tem efeito negativo apenas no investimento pessoal. Se quiser superar esse obstáculo e manter a empresa em evolução mesmo em um período de instabilidade, é preciso ter resiliência e apostar na inovação. Conhecer bem o mercado de atuação e pensar a longo prazo, são outras maneiras de dirigir uma companhia em tempo de turbulência.
- Instabilidade de energia elétrica, enfrentamos na região constantemente a falta de energia elétrica, vejo isso como uma ameaça, pois, talvez isso venha prejudicar a nossa produção, talvez venhamos estudar a implantação da pizzaria em outra região, mas isso será a longo prazo.
- Necessidades de cursos: Serão necessários novos cursos de aperfeiçoamento e criação de novos produtos. Através disso poderão ser inseridos novos produtos no portfólio.

Como todo negócio tem também o lado positivo, no caso do ponto comercial será de fácil acesso, em uma loja no lote da família, reduzindo o custo com o aluguel, com demanda de mercado e contamos com a qualidade dos nossos produtos.

Já as fraquezas são as aptidões que interferem ou prejudicam de algum modo o andamento do negócio. É muito importante haver sinceridade nesta etapa da análise. Podem-se encontrar fraquezas de acordo com a evolução da empresa, tais como:

- Alta concorrência: Existem na região, concorrentes que no qual são considerados de grande potencial.
- Capital de Giro, hoje temos um capital de giro enxuto, onde nos força a ter assertividade no empreendimento e as tomadas de decisões.
- Portfólio, Hoje a Tele pizza Reis, trabalha somente com portfólio de pizzas, de vários sabores e tamanho. Mas para o desenvolvimento da empresa, será algo a se pensar.

Quadro de funcionário reduzido, hoje na empresa trabalham somente os 02 sócios, tais com várias atribuições, mas estima-se que com o desenvolvimento da empresa a contratação de mais 02 funcionários para a produção.

Será analisado ao longo dos anos, se haverá necessidades de expansão e conseqüentemente investidores externos, uma vez que inicialmente o projeto será com capital próprio.

E por fim, este estudo foi de suma importância para conciliar os conhecimentos construídos em sala de aula com o estudo proposto, podendo assim identificar a viabilidade para que dessa forma não se aventure em abrir um negócio próprio de qualquer forma, mas sim, com o conhecimento de onde pode chegar, e certamente enriqueceu não só na forma teórica, mas também na forma prática que o mesmo proporcionou.

REFERÊNCIAS

AGENDOR, 2018. Balanced Scorecard conceito. Disponível em: <<https://www.agendor.com.br/blog/balanced-scorecard-conceito/>>. Acesso em 19 abr. 2019.

BRUNI, Adriano Leal e FAMÁ, Rubens. Gestão de Custos e Formação de Preço. São Paulo: Atlas, 2004. Portal de ideias de negócio, disponível em: <<https://novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/como-montar-uma-pizzaria-delivery/>>. Acesso em 20 abr. 2019.

IBC COACHING, 2016. Gestão de Processos de negócios. Disponível em: <<http://www.ibccoaching.com.br/portal/gestao-de-processos-de-negocio-bpm-e-as-funcionalidades-em-seu-mapeamento/>>. Acesso em 16 fev. 2019.

IBGE, 2018. Censo Demográfico. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em 12 mar. 2019.

IBGE, 2003. Pesquisa de Orçamentos Familiares – Perfil das Despesas no Brasil. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em 12 mar. 2019.

IBGE, 2007. Pesquisa Nacional por amostra de domicílios. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em 12 mar. 2019.

JUS BRASIL, 2013. O capital social nas sociedades limitadas. Disponível em: <<https://marcelocometti.jusbrasil.com.br/artigos/112113192/o-capital-social-nas-sociedades-limitadas>>. Acesso em 25 abr. 2019.

LOJA BIANO, 2019. Preços Equipamentos. Disponível em: <https://www.biano.com.br/produtos/fatiadores-e-raladores?gclid=EAlaIqobChMlotXI6aLM4gIVhoaRCh3p5wLqEAAYAAEgLUJvD_BwE>. Acesso em 22 mar. 2019.

MEU PRÓPRIO NEGÓCIO, 2018. Como montar uma pizzaria delivery. Disponível em: <<https://www.meuproprionegocio.net.br/como-montar-uma-pizzaria-delivery>>. Acesso em 22 abr. 2019.

MONTAR UM NEGÓCIO, 2017. Equipamentos para pizzaria. Disponível em: <<https://www.montarumnegocio.com/equipamentos-para-pizzaria>>. Acesso em 20 abr. 2019.

PIZZARIA DO FUTURO, 2018. Faturamento Mensal de uma pizzaria. Disponível em: <<http://pizzariadesucesso.com/faturamento-mensal-de-uma-pizzaria/>>. Acesso em 20 Fev. 2019.

PROGRAMA CONSUMER, 2018. Como estruturar e abrir uma pizzaria. Disponível em: <<http://www.programaconsumer.com.br/blog/como-estruturar-e-abrir-uma-pizzaria-delivery/>>. Acesso em 25 abr. 2019.

SEBRAE, 2011. Análise Swot. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Analise-Swot.PDF>. Acesso em 15 fev. 2019.

SIR TECNOLOGIA, 2019. Preços equipamentos e máquinas. Disponível em: <https://www.sirtecnologia.com.br/consulta?f_secao=Bar,%20Restaurante%20e%20A%C3%A7ougues&f_categoria=Fatiador%20/%20Cortador%20Industrial&gclid=EAlaQobChMlotXl6aLM4gIVhoaRCh3p5wLqEAAYBCAAEgLwr_D_BwE>. Acesso em 22 mar. 2019.

APÊNDICE

- Logomarca



Fonte: Criação do autor

- **Protótipo dos produtos**

Vegetariana: Com rodellas de tomate, champignon fatiado, azeitonas pretas, pimentão e cebola.



Frango com queijo cheddar: Com molho de tomate, frango desfiado e cheddar.



Frango com requeijão: Com frango desfiado e requeijão cremoso.



Marguerita: Com rodela de tomate, folhinhas de manjericão e um toque de queijo parmesão ralado.



Portuguesa: Com fatias de linguiça calabresa, rodelas de cebola, pimentão, pedaços de azeitonas verdes e ovos cozidos.



Mista: Com linguiça calabresa fatiada, presunto, cebola, champignon e azeitonas pretas fatiadas.



- Panfletos promocionais



PIZZA	P	M	G	GG	EG
1. PIZZA A MODA: massa, tomate, mussarela, presunto, frango desfiado, calabresa, bacon, pimentão, palmito, milho e orégano.	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
2. PIZZA MUSSARELA: massa, tomate, mussarela, azeitona, milho verde e orégano.	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
3. PIZZA PRESUNTO E MUSSARELA: massa, tomate, presunto, mussarela, cebola, pimentão, azeitona e orégano.	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
4. PIZZA CALABRESA: massa, tomate, calabresa, mussarela, pimentão, cebola, azeitona e orégano.	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
5. PIZZA BACON: massa, tomate, bacon, mussarela, azeitonas, pimentão, cebola, milho verde e orégano.	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
6. PIZZA PORTUGUESA: massa, tomate, presunto, bacon, calabresa, mussarela, trufa, azeitonas, pimentão, cebola e orégano.	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
7. PIZZA ATUM: massa, tomate, atum, mussarela, cebola, pimentão e azeitona.	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
8. PIZZA FRANGO: massa, tomate, frango desfiado, mussarela, cebola, pimentão, milho verde, orégano.	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
9. PIZZA FRANGO E REQUEIJÃO: massa, mussarela, tomate, frango desfiado, requeijão, milho verde, cebola, pimentão e orégano.	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
10. PIZZA QUATRO QUEIJOS: massa, tomate, queijo provolone, parmesão, mussarela, catupiry, milho, cebola e orégano.	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
11. PIZZA MARGHERITA: massa, mussarela, molho tomate ao sugo, azeitona e manjericão.	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
12. PIZZA MILHO VERDE: massa, molho tomate, milho verde, creme de leite, outros condimentos.	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
13. PIZZA VEGETARIANA: massa, tomate, mussarela, palmito, champignon, milho verde, azeitona, ervilha, cebola, pimentão, orégano ou outros condimentos.	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
14. PIZZA CHAMPIGNON: massa, tomate, mussarela, champignon fatiado, milho verde, pretas, ervilha, cebola, pimentão, orégano.	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00
15. PIZZA LOMBO CANADENSE: massa, tomate, mussarela, lombo canadense e pimentão e azeitona.	25,00	30,00	37,00	43,00	51,00

Obs. Na compra de 1 pizza G, GG ou EG Ganha 1 refrigerante de 2 litros

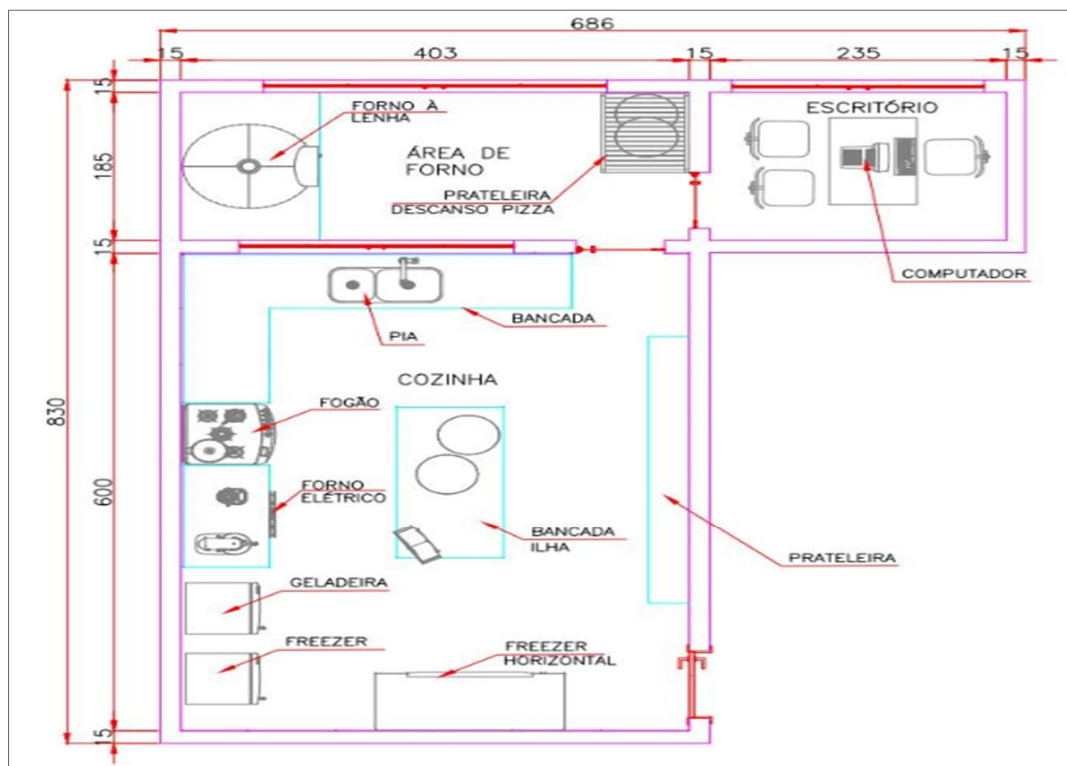
0800 753 5656

**NÃO COBRAMOS
TAXA DE ENTREGA**

31 98899-5140

Fonte: Criação do autor

- **Planta baixa e Layout do estabelecimento**



Fonte: Criação do autor

- **Especificações de máquinas e equipamentos**

Investimentos

Máquinas e Equipamentos			
Descrição	Qtde	Valor Unit.	Total
Liquidificador Problend 6 laminas Walita	1	R\$ 199,20	R\$ 199,20
Computador All in One LG	1	R\$ 1.650,00	R\$ 1.650,00
Impressora Multifuncional Samsung Xpress	1	R\$ 380,00	R\$ 380,00
Ar Condicionado Split	1	R\$ 830,00	R\$ 830,00
Fogão 6 Bocas Eletrolux acendedor automático	1	R\$ 560,00	R\$ 560,00
Fatiadora de Frios Bermar	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
Micro-ondas Eletrolux	1	R\$ 342,30	R\$ 342,30
Geladeira Consul Frost Free	1	R\$ 1.380,00	R\$ 1.380,00
Frezzer Consul Frost Free	1	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00
Moderninha pro	2	R\$ 398,00	R\$ 796,00
Total A			R\$ 8.777,50

Móveis e Utensílios			
Descrição	Qtde	Valor Unit.	Total
Mesa para computador melissa	1	R\$ 119,53	R\$ 119,53
Cadeira diretor giratoria trevalla	1	R\$ 98,00	R\$ 98,00
Conjunto Mesa De Jantar Dallas Com 4 Cadeiras	1	R\$ 180,00	R\$ 180,00
Fatiador de ovos	1	R\$ 14,99	R\$ 14,99
Ralador 4 faces multi uso	2	R\$ 24,99	R\$ 49,98
Botijões de GLP garrafa de 13kg	3	R\$ 70,00	R\$ 210,00
Armário de aço 3 portas	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Total B			R\$ 822,50

Investimento Total	R\$ 9.600,00
---------------------------	---------------------

Fonte: Criação do autor

- **Demonstrativos de Cálculos**

D.R.E. - DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO				
DRE	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4
Receita Bruta	R\$ 195.286,00	R\$ 224.578,90	R\$ 258.265,74	R\$ 297.005,60
(-) Deduções:				
Imposto/Tributos	R\$ 1.968,00	R\$ 2.164,80	R\$ 2.381,28	R\$ 2.619,41
(=) Lucro Bruto	R\$ 193.318,00	R\$ 222.414,10	R\$ 255.884,46	R\$ 294.386,19
(-) C.M.V ou C.S.P	R\$ 44.160,00	R\$ 48.576,00	R\$ 53.433,60	R\$ 58.776,96
(=) Lucro Operacional	R\$ 149.158,00	R\$ 173.838,10	R\$ 202.450,86	R\$ 235.609,23
(-) Despesas:				
Folha Pagamento	R\$ 29.520,00	R\$ 32.472,00	R\$ 35.719,20	R\$ 39.291,12
(Gerais / Adm. /Finan)	R\$ 7.706,64	R\$ 8.477,30	R\$ 9.325,03	R\$ 10.257,54
(-) Pró-Labore	R\$ 38.400,00	R\$ 42.240,00	R\$ 46.464,00	R\$ 51.110,40
Resultado do Exercício	R\$ 73.531,36	R\$ 90.648,80	R\$ 110.942,62	R\$ 134.950,17

Fonte: Criação do autor