

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
ESCOLA TECNICA ESTADUAL "LAURO GOMES"

Técnico em Administração

**FERNANDA STHEFANY DE CASTRO SILVA
GABRIELA AGDA CANTUÁRIA ESCÓRCIO
GUILHERME GONÇALVES DA SILVA
ISABELA SILVA PORTO
LETÍCIA LEMES CRUZ
LUIZA ZACCARO DE LIMA**

**ANÁLISE PESTEL E PLANO DE NEGÓCIOS - MODELO CANVAS -
PIZZARIA TEMÁTICA: EASY PIZZA**

São Bernardo do Campo,
JULHO/2020

**FERNANDA STHEFANY DE CASTRO SILVA
GABRIELA AGDA CANTUÁRIA ESCÓRCIO
GUILHERME GONÇALVES DA SILVA
ISABELA SILVA PORTO
LETÍCIA LEMES CRUZ
LUIZA ZACCARO DE LIMA**

PIZZARIA TEMÁTICA: EASY PIZZA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como pré-requisito para obtenção do Diploma de Técnico em Administração, orientado pela professora Shirlei Alonso Ardengue.

**São Bernardo do Campo / SP
JULHO/2020**

**FERNANDA STHEFANY DE CASTRO SILVA
GABRIELA AGDA CANTUÁRIA ESCÓRCIO
GUILHERME GONÇALVES DA SILVA
ISABELA SILVA PORTO
LETÍCIA LEMES CRUZ
LUIZA ZACCARO DE LIMA**

PIZZARIA TEMÁTICA: EASY PIZZA

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como pré-requisito para obtenção
do Certificado de Técnico em Administração.

Aprovação em: 16 /07/2020.

Prof.(a) _____.
Etec Lauro Gomes
Orientador(a)

Prof.(a). _____.
Etec Lauro Gomes
Avaliador(a)

Prof.(a). _____.
Etec Lauro Gomes / Convidado
Avaliador (a)

DEDICATÓRIA

Dedicamos esse estudo para todas as pessoas que nos ajudaram, incentivando e dando ideias, o trabalho não seria o mesmo sem a motivação que recebíamos constantemente de nossos amigos e familiares.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente ao Centro Paula Souza que nos permitiu diversas vivências que nos fizeram crescer pessoal e intelectualmente.

À nossa equipe de professores que sempre nos apoiaram e nos ajudaram a enfrentar todas as dificuldades sofridas nesse período conturbado.

Um agradecimento especial para Vitor Henrique Gonzalez Melo, que não descansou enquanto nossas pesquisas não tivessem sido concluídas, nos ajudando em diversos momentos na realização desse trabalho.

EPÍGRAFE

"O sucesso é uma viagem, não um
ponto de destino."

Bem Sweetland

RESUMO

Esse estudo tem por objetivo apresentar uma ideia empreendedora, como a implementação de um calendário temático, utilizando como base uma pizzaria comum, onde é servido delivery e rodízio, no estudo foram criadas ideias como ambientes temáticos mensais, um local onde os clientes podem sentir conforto e segurança, em um momento de alegria deixando problemas e preocupações para fora, sempre apto para receber desde uma pessoa sozinha até grandes famílias, pois no final, todos apenas querem comer uma deliciosa pizza e pagar um valor igualmente satisfatório. Primeiramente foi levada em consideração a quantidade de pizzarias já existentes e o que a Easy Pizza traria de diferente, com auxílio de pesquisas na internet, contatando o público alvo e entrevistas realizadas com experientes da área, foi possível superar alguns desafios recorrentes. O diferencial não entra somente no estabelecimento, mas também no modo delivery, onde haverá uma adaptação das decorações para a casa de seus clientes, sendo entregues mini decorações do respectivo tema, juntamente com as pizzas em caixas personalizadas. O compromisso maior é com o cliente, sempre dando o valor à relação de fornecedor e de consumidor, com esse pensamento sempre surgem desafios como descobrir quais as expectativas dos clientes com relação às promoções e atrações nos meses temáticos, para que esse objetivo seja alcançado é necessária a organização, sempre dando o primeiro passo em direção ao público alvo, juntamente com o calendário verificar os melhores temas para os meses, como um exemplo clássico, em Junho, o mês dos namorados, sabe-se que corações, vermelho e velas fazem uma boa combinação nessa época amorosa do ano. E juntamente com o tema do mês decidido, o cardápio deve atender respectivamente as expectativas, porém essas ideias não podem superar o preço já estabelecido na tabela de custos que foi elaborado juntamente ao plano de negócios, demonstrando o preparo necessário para a permanência no mercado, mas não adianta apenas os preparativos econômicos quando o mundo se mostra tão visual, as cores, os desenhos, a aparência são os primeiros itens que chamam a atenção do público, já comprovado pela ciência; investir em divulgações, promoções e propaganda pode alavancar o seu negócio, principalmente no ramo alimentício onde o marketing prova sua eficiência de forma discreta e fatal. Levando em conta também a importância

que a pizza tem na cultura brasileira, tanto no teórico como na prática se afirma que sendo em casa ou no estabelecimento as pessoas e famílias, procuram um ambiente agradável, seguro e um custo baixo, sendo assim se levanta a hipótese de quanto se pagaria por esses serviços.

Palavras-Chave: Análise, Negócio, Planejamento.

ABSTRACT

This study aims to present an entrepreneurial idea, such as the implementation of a thematic calendar, using as a base a common pizzeria, where delivery and rotation is served, in the study ideas were created as monthly thematic environments, a place where customers can feel comfort and security, in a moment of joy leaving problems and worries out, always able to receive from a single person to large families, because in the end, everyone just wants to eat a delicious pizza and pay an equally satisfactory amount. Firstly, it was taken into account the number of pizzerias that already exist and what Easy Pizza would bring out differently, with the help of internet research contacting the target audience and interviews with experts in the area, it was possible to overcome some recurring challenges. The difference is not only in the establishment, but also in delivery mode, where there will be an adaptation of the decorations for the home of its customers, with mini decorations of the respective theme being delivered, together with the pizzas in personalized boxes. The greatest commitment is to the customer, always giving value to the relationship between supplier and consumer, with this thought there are always challenges such as finding out what the expectations of customers are regarding promotions and attractions in the thematic months, so that this goal is achieved it is necessary the organization, always taking the first step towards the target audience, together with the calendar checking the best themes for the months, as a classic example, in June, the valentine month, it is known that hearts, red and candles make a good combination at this loving time of the year. And together with the theme of the month decided, the menu must meet expectations, however, these ideas cannot exceed the price already established in the cost table that was prepared together with the business model, demonstrating the necessary preparation for staying in the market, but economic preparations are not enough when the world is so visual, colors, drawings, appearance are the first items that catch the public's attention, already proven by science, investing in disclosures, promotions and advertising can leverage your business, especially in the food industry where marketing proves its efficiency in a discreet and fatal way. Also taking into account the importance that pizza has in Brazilian culture, both in theory and in practice, it is stated that, whether at home or in

the establishment, people and families seek a pleasant, safe and low-cost environment, therefore hypothesis of how much you would pay for these services.

Keywords: Analyze, Business, Planning.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Decorações temáticas conforme os meses do ano.....	21
Tabela 2 – Custos Variáveis.....	26
Tabela 3 – Custo Fixo.....	26
Tabela 4 – Custo do Produto.....	27
Tabela 5 – Ponto de Equilíbrio.....	27
Tabela 6 – Fontes de Receita.....	28

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	14
2. ESTUDO DE CENÁRIO – ANÁLISE PESTEL.....	16
2.1 Político.....	16
2.2 Econômico.....	17
2.3 Social.....	17
2.4 Tecnologia.....	18
2.5 Ecológico.....	19
2.6 Legal.....	19
3. PLANO DE NEGÓCIO.....	21
3.1 O Que?.....	21
3.2 Para Quem?.....	24
3.3 Como?.....	25
3.4 Quanto?.....	25
3.4.1 Custos Variáveis.....	25
3.4.2 Custo Fixo.....	26
3.4.3 Custo do Produto.....	26
3.4.4 Ponto de Equilíbrio.....	27
3.4.5 Fontes de Receita.....	27
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	29
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	30
ANEXOS.....	33
ANEXO I – Regularização de Empresas – Alimentos.....	33
ANEXO II – CANVAS – MODELO DE NEGÓCIO.....	34
APÊNDICES.....	35
APÊNDICE I – PESQUISA DE CAMPO.....	35
APÊNDICE II – FICHAMENTO HISTÓRIA DAS PIZZAS.....	39
APÊNDICE III – FICHAMENTO NICHOS DE MERCADO.....	40
APÊNDICE IV – FICHAMENTO ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS.....	41
APÊNDICE V – FICHAMENTO EMPREENDEDORISMO.....	42
APÊNDICE VI – LOGOTIPO.....	43

APÊNDICE VII – CARTÃO DE VISITA.....	43
APÊNDICE VIII – UNIFORME DOS FUNCIONÁRIOS.....	44
APÊNDICE IX – MODELOS FICTÍCIOS PUBLICAÇÕES.....	44

1. INTRODUÇÃO

Sabe-se que no Brasil há uma defasagem de lugares onde o cliente possa ter uma interação positiva com o ambiente, com temas decorativos diversos de acordo com a temporada e degustando uma pizza deliciosa com sua família.

Essa pesquisa apresentará três vertentes: o surgimento das pizzas, das pizzarias e do delivery.

O objetivo é oferecer serviços temáticos em ambientes diferenciados com o calendário mensal para isso identificar o público alvo, elaborar o calendário e o cardápio temático e organizar o layout são de suma importância.

Para que o negócio dê certo é preciso levar em conta os ensinamentos sobre empreendedorismo, ciclo do produto, logística para a entrega dos produtos alimentícios.

No mundo atual, as pessoas têm dificuldades em achar um local de refúgio, onde elas possam se sentir confortável e serem livres para se divertir, nosso estabelecimento propiciaria o bem estar da população.

O custo de ter satisfação de ir dormir depois de passar uma bela refeição num ambiente que favorece o divertimento, a alegria, certamente pode ser caro, porém essa pesquisa pretende possibilitar a felicidade e a boa refeição num preço acessível.

O estudo de cenário foi realizado através da análise pestel, o que serviu para expor o real estado do Brasil a respeito de política, economia, sociedade, tecnologia, ecologia e legislação para verificar a viabilidade do negócio.

A estruturação do negócio foi realizada através de uma ferramenta chamada Business Model Generation, desenvolvida por Osterwalder e Pigneur, que é composto de nove blocos que organizam a oferta, o cliente, a infraestrutura e o financiamento (CANVAS).

Para complementar o estudo foram feitas pesquisas no Google Forms com 104 entrevistados, entrevista com um profissional da área, pesquisas bibliográficas em revistas, sites e livros especializados.

Através da consulta no livro “Empreendedorismo: uma visão do processo” dos autores Scott Shane e Robert A. Baron, o plano de negócio foi estruturado seguindo os direcionamentos destacados pelos escritores.

Este estudo se destina a apresentar quais as expectativas dos clientes com relação às promoções e atrações nos meses temáticos.

2. ESTUDO DE CENÁRIO – ANÁLISE PESTEL

A análise PESTEL é uma ferramenta que analisa os vieses políticos, econômicos, sociais, tecnológicos, ecológicos e legais, é utilizada em prol de entender o cenário atual e quais fatores do macroambiente podem impactar no microambiente, conseguindo traçar estratégias para a saúde do negócio.

2.1. Político

Atualmente a política no Brasil passa por uma turbulência, alguns ministros foram demitidos ou saíram por conta própria, no caso do Sergio Moro que foi ministro da Justiça e Nelson Teich que foi ministro da saúde, que saíram logo após a demissão do Henrique Mandetta, que foi despedido pelo Presidente, foi a segunda saída de um ministro da Saúde em meio à pandemia do corona vírus por discordâncias com o presidente, com a saída de Teich, Bolsonaro chega à 11ª mudança em ministérios em pouco mais de 14 meses de governo.

Câmara aprova projeto que permite doação de alimentos por restaurantes; atualmente, o tema é regulado por uma lei de 1990. O texto prevê detenção de dois a cinco anos e multa aos estabelecimentos que entregarem matéria-prima ou mercadoria em condições impróprias ao consumo.

Pelo texto aprovado pelos deputados, o restaurante ou o bar poderá doar o alimento, cru ou preparado, desde que não tenha sido consumido em parte por um cliente. Nesse caso quando o cliente desiste do pedido o restaurante poderá doá-lo.

Atualmente o congresso discute adiamento de eleição sem estender mandatos; Presidente da Câmara afirmou que maioria dos líderes defendem a mudança da data, sem que mandatos atuais invadam janeiro de 2021.

2.2. Econômico

Na economia brasileira já foi analisada com queda de 1,95% do PIB no primeiro trimestre de 2020, e com a suspensão dos serviços não essenciais por conta da pandemia do Corona Vírus, há uma previsão de queda de aproximadamente 4,11% até o final do ano, segundo o boletim FOCUS, do Banco Central. Houve também um grande impacto na economia mundial por conta das medidas de isolamento social e suspensão de prestação de serviços, onde o dólar foi valorizado e houve a desvalorização da matéria prima, no Brasil o dólar atingiu o valor de cinco reais e noventa centavos.

Segundo pesquisas no mês de Abril, a procura por empréstimos teve uma alta gigantesca, porém os créditos em banco continuam com restrições e preços inacessíveis e juros altos para os pequenos negócios que não obtiveram aprovação, mesmo após as medidas tomadas pelo governo.

Já a taxa de desemprego no Brasil, tomando o lado contrário ao PIB, teve um aumento de 11,6% em relação aos primeiros três meses do ano, sendo estimando a dobra desse valor, segundo o próprio ministro da economia, porém é ressaltante que os números tendem a subir e a averiguação real será dada nos meses de Julho/Agosto.

2.3. Social

Em um cenário já dividido pela desigualdade social crescente no país, os brasileiros ainda se dividem mais em uma época de pandemia ao se apoiarem em ideologias políticas, enquanto os estudos apontam que a desigualdade só aumenta e que as condições de serviços básicos como saúde, educação entre outros, tendem a piorar para o lado dos menos afortunados.

No cenário de consumo houve o crescimento da utilização das compras online uma vez que há a impossibilidade de fazer suas compras de serviços/produtos pessoalmente, as contratações começaram a ser feitas via internet, através de aplicativos de entregas, o que de certa forma manteve o consumismo territorial.

O auxílio emergencial, verba mensal disponibilizada à população, foi cedido pelo governo em apoio a sociedade para suprir as necessidades monetárias da população que sofreu com os impactos do corona vírus em sua vida econômica como: redução de salário, desemprego, entre outros.

2.4. Tecnologia

Para que o comércio continuasse atendendo seus clientes, foi utilizada uma enorme quantidade de aplicativos de entrega, assim os estabelecimentos continuavam a prestar seus serviços, mas seguindo as recomendações de evitar aglomeração, impossibilitando que os clientes pudessem utilizar o estabelecimento comercial de bares, restaurantes, e etc.

A tecnologia foi utilizada para entrega de alimentos, para se adequar a vida remota (sendo utilizada para videoconferências sobre trabalho ou estudos), e também como um momento de descontração, através de redes sociais para troca de mensagens com amigos, videochamadas para se comunicar de forma mais pessoal com as pessoas com quem se relacionavam todos os dias, de acordo com dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) o uso da internet no Brasil teve um aumento entre 40% e 50% durante a quarentena.

Com o aumento do uso da tecnologia, é inevitável que surja a preocupação de pais e responsáveis com o uso da internet de crianças e jovens, com a excessiva exposição às telas pode gerar diversos problemas futuros, a chamada Dependência Virtual, uma nova doença que pode gerar problemas de saúde mental, como irritabilidade, ansiedade e depressão; Transtornos de déficit de atenção; Problemas com o sono; Problemas com alimentação; entre outros.

2.5. Ecológico

A pandemia do Corona Vírus alcançou centenas de países e obrigou a população a se isolar em suas casas. Há menos carros nas ruas, há menos lixo sendo jogado em ruas e rios, há poucas fábricas emitindo poluentes, etc. As cidades também reduziram o nível de poluição, incluindo São Paulo, que alcançou a redução de 50% de poluentes.

Em casa os cuidados e zelo na limpeza de alimentos e superfícies foram reforçados, recomendações como higiene durante o manuseio e a preparação de alimentos, lavar as mãos, cozinhar a carne e evitar uma possível contaminação entre cozidos e não cozidos. Já no caso de superfícies e objetos contaminados, a desinfecção e limpeza devem abranger os possíveis locais que podem estar com o coronavírus, incluindo o chão, maçanetas, corrimão, superfícies de móveis, chaves, embalagens de produtos etc.

Evitar a contaminação e respeitar às recomendações é essencial para combater a proliferação do vírus.

2.6. Legal

No começo do ano foi identificado um novo vírus em nosso país, o corona vírus (COVID-19) e nisso houve uma reviravolta nos ambientes de trabalho, e nas leis trabalhista, o governo fez leis trabalhista provisórias enquanto durar a pandemia, com isso as empresas implementaram o home-office (trabalho remoto), redução nas horas de trabalho e nos salários, o governo está ajudando as pessoas que tiveram seus salários cortados, com um auxílio, “ a medida provisória 936 que entrou em vigor no dia 1º de abril, permite que as empresas reduzissem as jornadas de trabalho com cortes nos salários, os cortes podem ser de 25%, 50% e 70% e pode vigorar por até 90 dias. O governo vai ajudar esses colaboradores que tiveram seus salários cortados com um auxílio, exemplo, quem teve uma redução de 50% por parte da empresa no salário e na jornada vai receber uma parcela de 50% do que seria o seu seguro-desemprego caso fosse demitido” (site do G1).

O Governo do estado de São Paulo e demais Governos decretaram o fechamento de serviços não essenciais, com isso surgiu um aumento de compras pela internet, o PROCON está orientando os compradores a verificar a confiabilidade de sites de lojas, desconfiando de preços abaixo do mercado. Além disso, alguns supermercados estão fazendo cobranças indevidas e multas estão sendo aplicadas conforme as denúncias de consumidores.

2. PLANO DE NEGÓCIOS

Segundo o SEBRAE , “o modelo de negócios é a forma como a empresa cria, entrega e captura valor”, com o intuito de estruturar o negócio Alexander Osterwalder e Yves Pigneur criaram o modelo Canvas, ele permite analisar os pontos essenciais, sendo eles: proposta de valor, segmento de clientes, canais, relacionamento com clientes, atividades principais, recursos principais, parcerias principais, estrutura de custos e fontes de receita, em apenas uma folha.

3.1 O Que?

Utilizando ambientes temáticos, os clientes se divertem todos os meses enquanto comem uma deliciosa pizza e pagando um valor cabível ao bolso.

As pessoas, hoje em dia, estão cada vez mais sem tempo para o lazer, ter um ambiente que proporciona conforto e segurança é essencial para manter a saúde mental dos clientes, por isso Easy Pizza preza pelo bem estar de seus clientes para que assim criem-se laços entre produtor e consumidor.

O estabelecimento funciona como um refúgio do dia a dia, uma barreira para os problemas do trabalho; quando se entra o único problema é não aproveitar o bastante.

O objetivo é proporcionar um ambiente temático e agradável, para satisfazer os desejos dos clientes por pizzas de qualidade com um preço acessível.

Todos os meses serão realizadas decorações temáticas:

Mês	Temática
Janeiro	Ano novo: decoração em tons amarelo, branco e dourado, quem for vestido de branco ganha desconto.

Fevereiro	Carnaval: decoração com muitas fitas coloridas, balões coloridos espalhados pelo local, máscara de diferentes tipos e uma competição de melhor fantasia da noite.
Março	Dia do paleontólogo: decoração com dinossauros, estilo Jurassic Park.
Abril	Páscoa: Muitos coelhos espalhados, grama sintética, funcionários com orelhas de coelho, caça de mini ovos de chocolate.
Maio	Dia das Mães: promoções para todas as famílias que estiverem acompanhadas da mãe.
Junho	Festa Junina: decoração estilo folclore, mesas com toalhas xadrez coloridas, palha espalhada pelo chão, funcionários vestidos de "caipiras", espantalhos, bonecos de isopor de personagem famosos do folclore.
Julho	Mês de férias: decoração voltada às crianças, jogos de tabuleiro, os nomes das pizzas serão trocados para personagens de desenhos e uma equipe contratada para brincar com as crianças.
Agosto	Dias dos Pais: promoções para todas as famílias que estiverem acompanhadas do pai.
Setembro	Independência do Brasil: Independência ou morte!! Exclamou Dom Pedro. Mês estilo colonial, rei e rainhas, encenação de uma batalha e grito de dom Pedro.
Outubro	Halloween: Bruxas a solta, caldeirão de fumaça, teias de aranhas, ambiente com luz baixa, encenação do clipe Thriller Michael Jackson, quem vier fantasiado ganha desconto e participa da competição de fantasias.

<p>Novembro</p>	<p>Mês das Músicas: cada semana diferente a decoração será voltada para um estilo musical diferente;</p> <p><u>1° Semana</u>: Rock, decoração preta, com desenho de caveira e discos de vinil, competição de Bate Cabelo no final da noite.</p> <p><u>2° Semana</u>: Pagode/ Sertanejo, pandeiros, violões e meias Luas, decorações com cores animadas como laranja e amarelo.</p> <p><u>3° Semana</u>: Funk, óculos brilhantes, roupas de marca, cordões de ouro e muita ostentação.</p> <p><u>4° Semana</u>: Samba, Cavaquinho, Surdo, Repique e banjo, decoração florida com cores vibrantes.</p>
<p>Dezembro</p>	<p>Natal: decoração representando o inverno, cores como verde, branco e vermelho, clima de harmonia e amor, árvores de natal e no final da noite conhecer o tão amado Papai Noel.</p>

Além do espaço self service temático, temos nosso serviço de entregas, também temático, o "Pizza in Place", levamos as pizzas até a residência dos clientes e também para eventos previamente agendados. No delivery temático será entregue as pizzas em caixas personalizadas juntamente com mini decorações relacionadas ao tema do mês. O serviço de entregas é focado principalmente para aqueles que preferem curtir em casa, com a família.

Para conseguir melhor atender os clientes, faz-se o uso da tecnologia em prol de estreitar a relação Comércio/Cliente e também para melhor se dialogar com fornecedores, assim não havendo problemas de comunicação e evitando atrasos nas mercadorias o que acarretaria na falta de alguns produtos no cardápio; essa inserção no mundo tecnológico se fará através de um aplicativo desenvolvido para suprir diversas situações problemas que surgem com o desenvolver de todo negócio, para o uso do aplicativo, deverá se fazer um cadastro, para que a plataforma encaminhe a pessoa para sua respectiva aba, tendo um espaço para comunicação com fornecedores e um espaço para a comunicação com os clientes, neste aplicativo conseguirá ver o cardápio com valores atualizados e fazer seu pedido, de forma fácil, rápida e intuitiva. O aplicativo desenvolvido para o Easy Pizza será constantemente atualizado, focando em melhorias no desempenho e atualização do design conforme os temas pré-estabelecidos.

3.2 Para Quem?

Definido o segmento de cliente em pessoas do sexo masculino e feminino, jovens e adultos entre 18 e 45 anos, que queiram aproveitar uma pizza de boa qualidade com um diferencial temático, estando em momento de pandemia ou não.

Para que os clientes sejam contatados, durante a época de pandemia, serão disponibilizados três modos, sendo eles:

1. Com publicidade via redes sociais, Facebook, WhatsApp e Instagram, criando um feed da Easy Pizza e contratando digitais influencers para facilitar a comunicação com novos clientes;
2. Um aplicativo que visa facilitar a comunicação, divulgação de informações e solucionar possíveis dúvidas.
3. O telefone comercial, voltado às pessoas com dificuldades com acesso às tecnologias.

3.3 Como?

A Easy Pizza nasceu da ideia de inovar no atendimento em seu estabelecimento comercial, proporcionando momentos de divertimento e relaxamento para os clientes através de ambientes temáticos; tendo também essa ideia para o modelo em casa, onde as pessoas ganhariam uma pequena decoração temática ao pedir sua pizza, para assim, ter um momento descontraído sem sair de sua residência.

Para melhor atender os clientes dentro do estabelecimento, a equipe da Easy Pizza necessitará de um treinamento, serão necessários equipamentos de primeira linha para equipar a cozinha, móveis planejados para deixar o ambiente confortável e uma estrutura de som para deixar o ambiente ainda mais agradável.

Para realizar os objetivos em fazer um ambiente agradável e pizzas deliciosas, será necessário parceiros chave, como aplicativos de entrega, lojas decoração e fornecedores de alimentos em atacado, lojas de equipamentos para complementar a cozinha, motoboys da Easy Pizza treinados para entregas delivery, contratação de empresas terceirizadas para desenvolvimento e manutenção do app.

3.4 Quanto?

Definindo o valor médio das pizzas em 35,00 reais, segue os cálculos do financeiro.

3.4.1 Custos Variáveis

Custos variáveis são aqueles que acompanham o ritmo de produção da empresa, sofrendo alterações conforme o tempo. O custo variável é aquele que vai mudar de acordo com o volume de vendas ou a prestação de serviços, de acordo com os cálculos abaixo, o resultado de nosso custo variável foi de 3,5 reais.

Custo Variável (CV)	
Pizzaria	Rodízio
10 % do Valor do Produto CV = 10% de 35 CV = 3,5 reais	10 % do Valor do Produto CV = 10% de 59,90 CV = 5,99 reais

3.4.2 Custo Fixo

Custo fixo é aquela parte do custo que não aumenta nem diminui de acordo com a produção da sua empresa, ou seja, é o gasto que será igual ou terá pouca variação durante os meses, calculo descrito abaixo:

Custo Fixo (CF)		Cálculo da Receita (Quantidade de produtos vendidos x preço x 30)	
Pizzaria	Rodízio	Receita pizzaria=	Receita rodízio=
CF= 30 % da receita CF= 30% 52.500 CF= 15.750 reais	CF= 30% da receita CF = 30% 107.820 CF= 32.346 reais	50 x 35 x 30 Rec. Pizz.= 52.500 reais	60 x 59,90 x 30 Rec do Rod.= 107.820 reais

3.4.3 Custo do Produto

Para realizar o cálculo de custo de um produto você realizará a soma de todos os custos e despesas resultantes da produção ou aquisição.

Custo do Produto (CP)	
Pizzaria	Rodízio
CP = 60% do Valor do Produto CP = 60% 35,00 CP = 21 reais	CP = 60% do Valor do Produto CP = 60% 59,90 CP = 35, 94 reais

3.4.4 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio é uma importante ferramenta de gestão financeira para identificar o volume mínimo de faturamento para não gerar prejuízos.

Ponto de Equilíbrio (PE)		Margem de contribuição (MC) [Produtos Vendidos – CF – CV]	
Pizzaria	Rodízio	Pizzaria	Rodízio
$PE = \frac{CF}{MC} \times 100$ $PE = \frac{15.750}{25,5} \times 100$ PE = 61.764,70 reais	$PE = \frac{CF}{MC} \times 100$ $PE = \frac{32.346}{18,07} \times 100$ PE = 179.003,87 reais	$MC = PV - CP - CV$ $MC = 50 - 21 - 3,5$ MC = 25,5 reais	$MC = PV - CP - CV$ $MC = 60 - 35,94 - 5,99$ MC = 18,07 reais

3.4.5 Fontes de Receita

Através das vendas das pizzas, a EASY PIZZA gerará rentabilidade, que indica o percentual de remuneração do capital investido na empresa. Portanto, a rentabilidade é o lucro líquido dividido pelo patrimônio.

Rentabilidade (R)		Lucro Líquido (LL)	
Pizzaria	Rodízio	Pizzaria	Rodízio
$R = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento}}$ $R = \frac{36.746,5}{120.000}$ R = 0,306	$R = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento}}$ $R = \frac{75.468,01}{180.000}$ R = 0,419	$LL = \text{Receita} - (\text{CV} + \text{CF})$ $LL = 52.500 - (3,5 + 15.750)$ LL = 36.746,5	$LL = \text{Receita} - (\text{CV} + \text{CF})$ $LL = 107.820 - (5,99 + 32.346)$ LL = 75.468,01

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise sobre os ramos de delivery e pizzarias verificando o que os clientes buscavam de inovação no ramo alimentício.

Os objetivos gerais foram alcançados através da apresentação da análise pestel e apresentação do plano de negócio, mostrando que se consegue oferecer serviços temáticos em ambientes diferenciados se houver uma atenção à proposta de valor e ao relacionamento com o cliente.

Através de pesquisas bibliográficas e uma pesquisa de campo realizado por formulários no Google Forms constatou a viabilidade do projeto.

O estudo foi possibilitado através do modelo de negócio onde se conseguiu estruturar o empreendimento.

A partir do dia 13 de maio o grupo teve dificuldades na realização de entrevistas com profissionais da área e visitas técnicas, uma vez que se passava por uma pandemia do COVID-19.

Os autores Scott Shane e Robert A. Baron, escritores do livro “Empreendedorismo: uma visão do processo”, um clássico da área de empreendedorismo, foram os autores base do plano de negócio, uma vez que auxiliaram no processo de entendimento dos passos do projeto.

Após o uso do aplicativo constatou-se uma maior agilidade para a realização de pedido, deixando o processo mais eficiente e facilitando a fidelização de clientes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KLEIN, Juliana. **Gestão & Negócios PME** Ed.102 – Agosto de 2017 – WWW.revistagestaoenegocios.com.br - pg 60.

_____. **O que é ser empreendedor.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/Portal%20Sebrae/bis/o-que-e-serempreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010a%20RCRD>. Data de acesso: 14/11/2019, 15h30.

_____. **Saiba o que é custo fixo e custo variável?.** Disponível em: <https://blog.controlle.com/o-que-e-custo-fixo-e-custo-variavel/>. Data de acesso: 16/11/2019, 15h50.

Duarte, Adrien Carlos. **Custo fixo: o que é e como pode ajudar a sua empresa.** Disponível em: <https://blog.quantosobra.com.br/custo-fixo-o-que-e/>. Data de acesso: 16/11/2019,16h04.

Oliveira, Diogo. **Aprenda como calcular o custo de um produto.** Disponível em: <https://blog.softensistemas.com.br/como-calcular-o-custo-de-um-produto/>. Data de acesso:20/11/2019. 16h20.

Sebrae Nacional. **Ponto de equilíbrio: ferramenta para manter seu negócio seguro.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artig%20os/artigosFinancas/ponto-de-equilibrio,67ca5415e6433410VgnVCM1000003b74010%20aRCRD>. Data de acesso: 20/11/2019, 16h25.

Moreira, Daniela. **Como calcular a rentabilidade do negócio?.** Disponível em: <https://exame.com/pme/rentabilidade-do-negocio/>. Data de acesso: 24/11/2019, 16h37.

MAGALDI, Sandro. **Gestão do Amanha.** São Paulo: Editora Gente, 2018

BARON, Robert e Shane, Scott. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. Ed. Cengage Learning; Edição: 1, 2007.

_____. **Em meio à pandemia, Brasil tem a 2ª saída de um ministro da Saúde em menos de um mês**. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/05/15/em-meio-a-pandemia-brasil-tem-a-2a-saida-de-um-ministro-da-saude-em-menos-de-um-mes.ghtml>. Acesso em: 13/05/2020, 18h30.

LINDER, Larissa. **Brasil caminha para a maior crise econômica de sua história**. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/05/19/brasil-caminha-para-maior-crise-economica-de-sua-historia.htm>. Acesso em: 14/05/2020, 17h10.

_____. **Liberado novo lote da 1ª parcela de R\$ 600 para nascidos entre maio e julho**. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/05/23/auxilio-emergencial-nova-tranche-primeira-parcela-nascidos-maio-junho-julho.htm>. Acesso em: 15/05/2020, 14h20.

LAVADO, Thiago. **Com maior uso da internet durante pandemia, número de reclamações aumenta; especialistas apontam problemas mais comuns**. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/06/11/com-maior-uso-da-internet-durante-pandemia-numero-de-reclamacoes-aumenta-especialistas-apontam-problemas-mais-comuns.ghtml>. Acesso em: 17/05/2020, 16h30.

_____. **SBP faz alerta sobre o uso saudável da tecnologia durante pandemia e possível aumento da “dependência virtual” em crianças e adolescentes**. Disponível em: <https://www.sbp.com.br/imprensa/detalhe/nid/sbp-faz-alerta-sobre-o-uso-saudavel-da-tecnologia-durante-pandemia-e-possivel-aumento-da-dependencia-virtual-em-criancas-e-adolescentes/>. Acesso em: 17/05/2020, 17h10.

_____. **Efeitos Positivos da Quarentena no Meio Ambiente.**
Disponível em: <http://brazilhealth.com/Visualizar/Artigo/229/Efeitos-Positivos-da-Quarentena-no-Meio-Ambiente?AspxAutoDetectCookieSupport=1>. Acesso em: 18/05/2020, 12h30.

Gavallini, Marta. **Assinei a redução da jornada, mas não me deram comprovante de acordo. Isso é legal?.** Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/05/28/camara-aprova-texto-base-da-mp-que-permite-reducao-de-jornada-e-salario-durante-a-pandemia.ghtml>. Acesso em: 18/05/2020,12h40.

CAMARGO, ÁLVARO. **Análise PESTEL uma ferramenta útil tanto para identificação de riscos e como para identificação de stakeholders em projetos.** Disponível em: <https://febraec.org.br/pt-br/detalhe/artigos/analise-pestel-alvaro-camargo.htm>. Acesso em:19/05/2020, 18h30.

GONÇALVEZ, Thiago. **Modelo de negócio: o que é e quais os tipos mais famosos?.** Disponível em: <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/modelo-de-negocio>. Acesso em: 20/05/2020, 16h10.

_____.**Regularização de Empresas – Alimentos.**
Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/registros-e-autorizacoes/alimentos/licenca-de-funcionamento>. Acesso em: 25/05/2020, 17h40.

ANEXO I – Regularização de Empresas - Alimentos

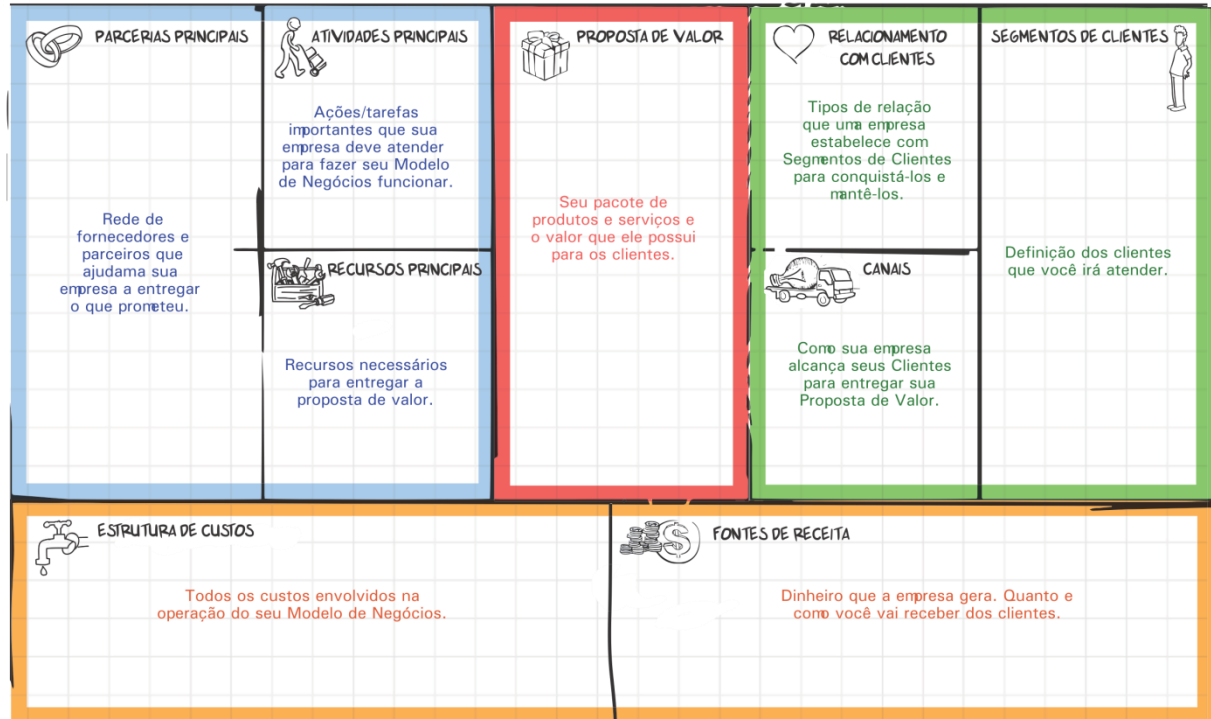
Licença de Funcionamento de Empresas

De acordo com o Decreto-Lei nº 986/1969, que institui normas básicas sobre alimentos, os estabelecimentos onde são fabricados, preparados, beneficiados, acondicionados, transportados, vendidos ou depositados alimentos devem ser previamente licenciados pela autoridade sanitária competente estadual, municipal ou do Distrito Federal, mediante a expedição do respectivo alvará sanitário.

Para isso, a empresa interessada deve dirigir-se ao órgão de vigilância sanitária de sua localidade para obter informações sobre os documentos necessários e a legislação sanitária que regulamenta os produtos e a atividade pretendida.

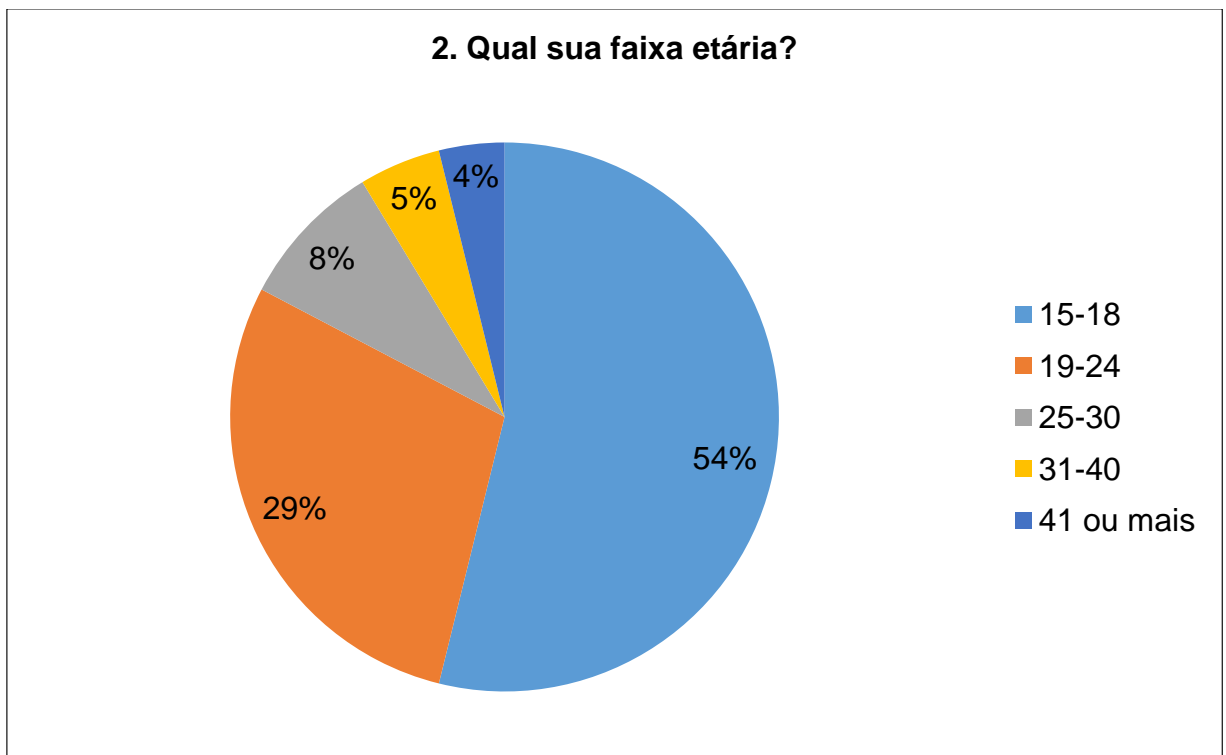
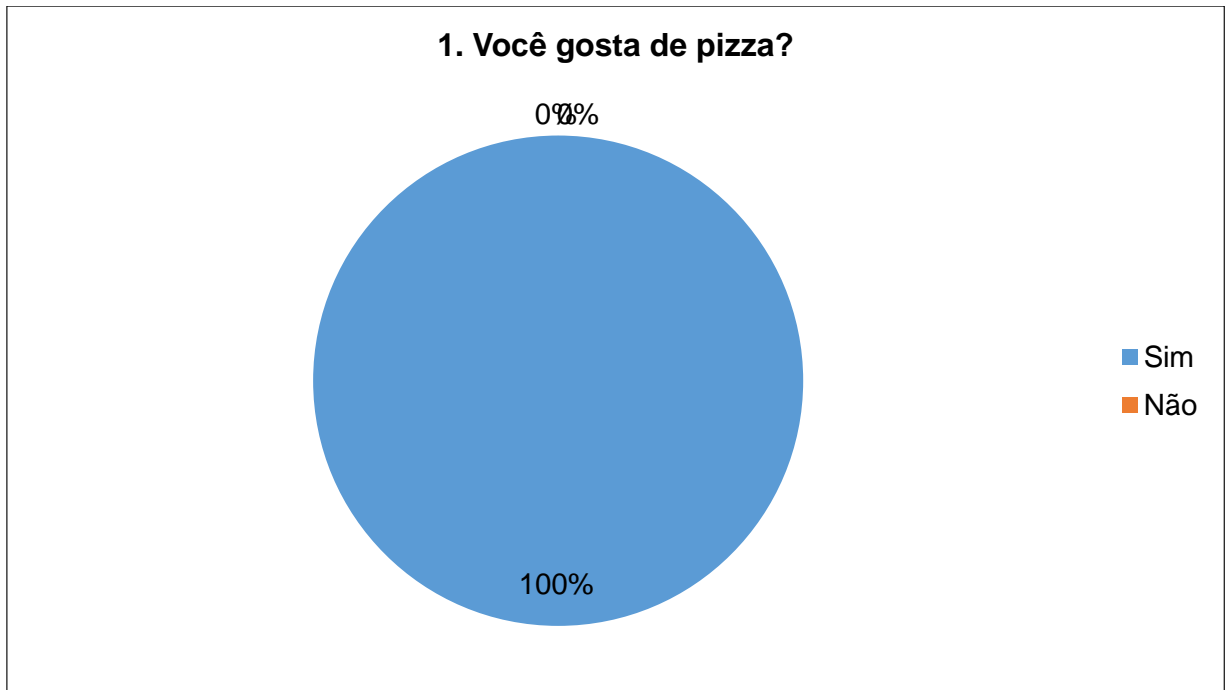
ANEXO II – CANVAS – MODELO DE NEGÓCIO

QUADRO DE MODELO DE NEGÓCIO

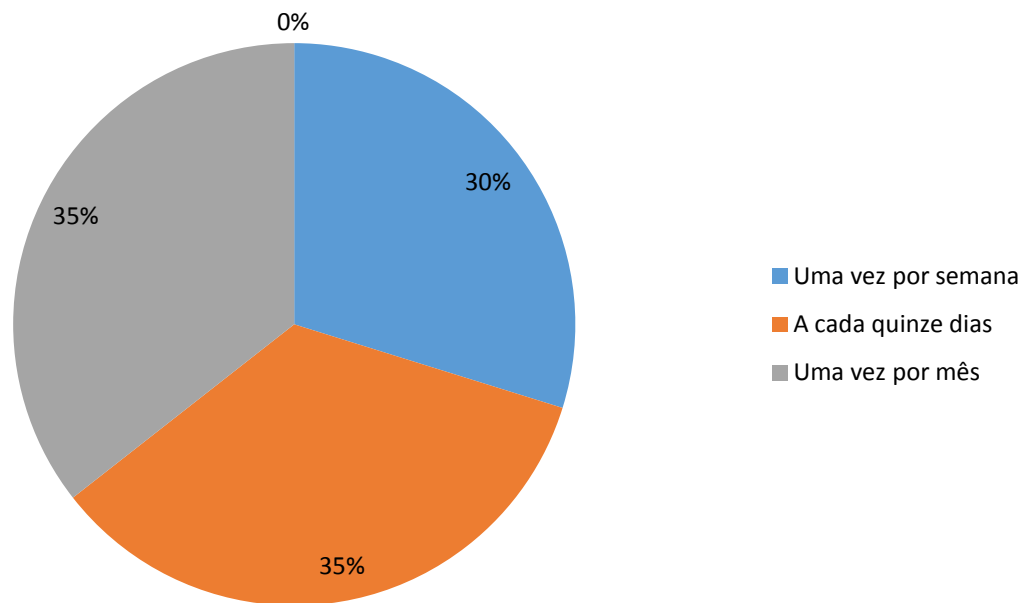


APÊNDICE I – PESQUISA DE CAMPO

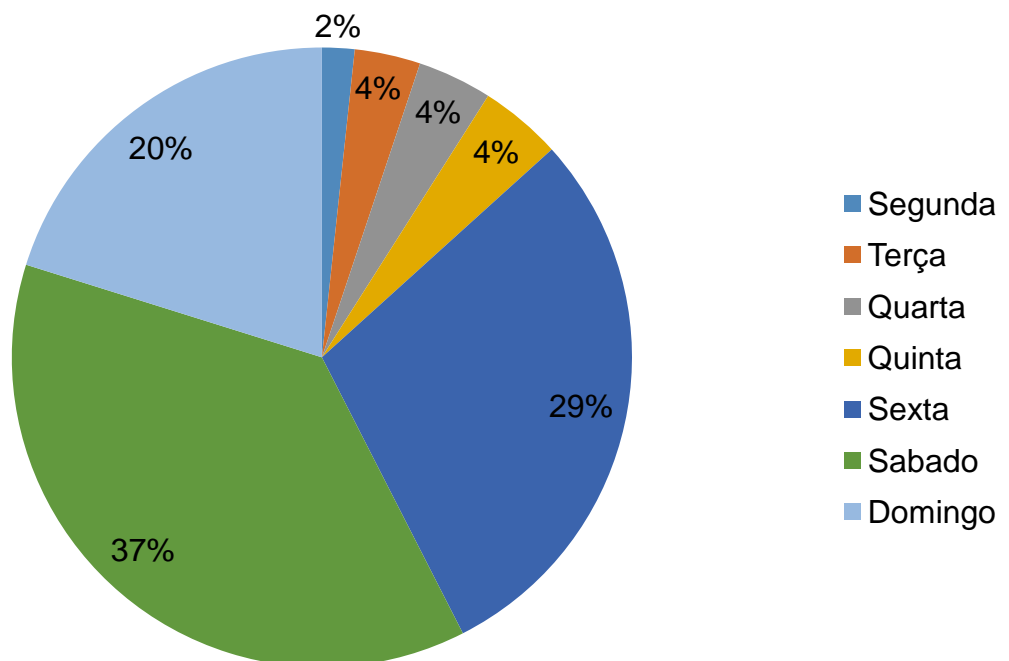
Uma pesquisa realizada com 104 pessoas serviu como base para a estruturação e idealização do negócio, na pesquisa continham sete perguntas sobre o ramo alimentício da pizza.

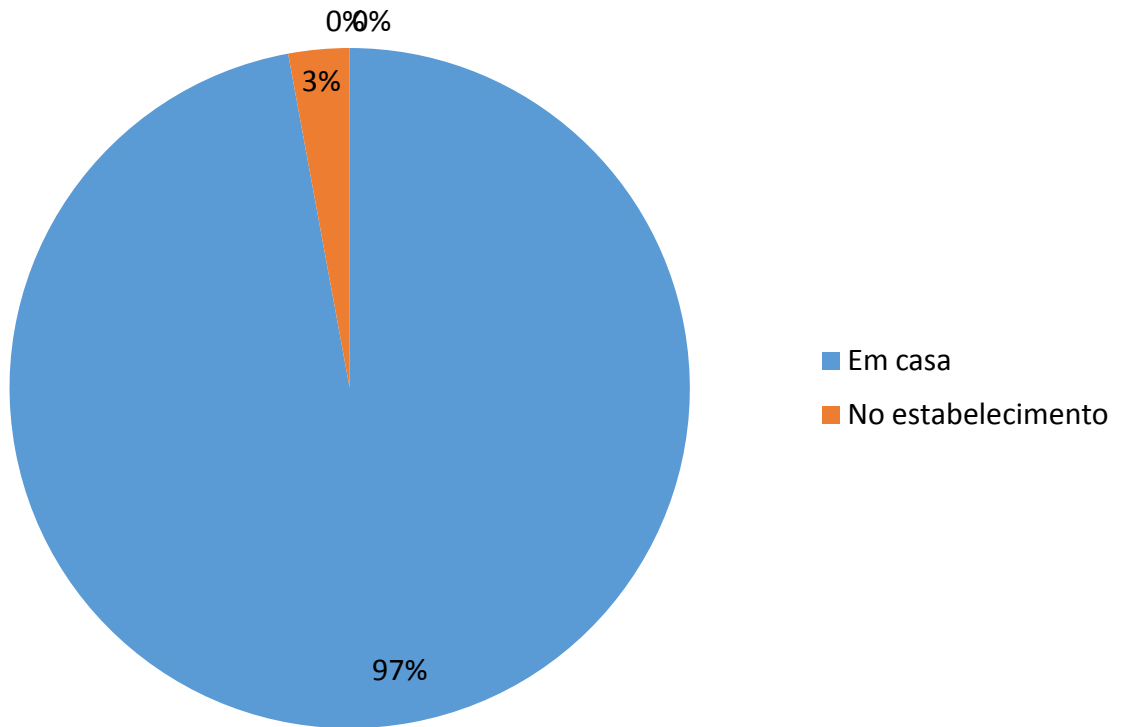
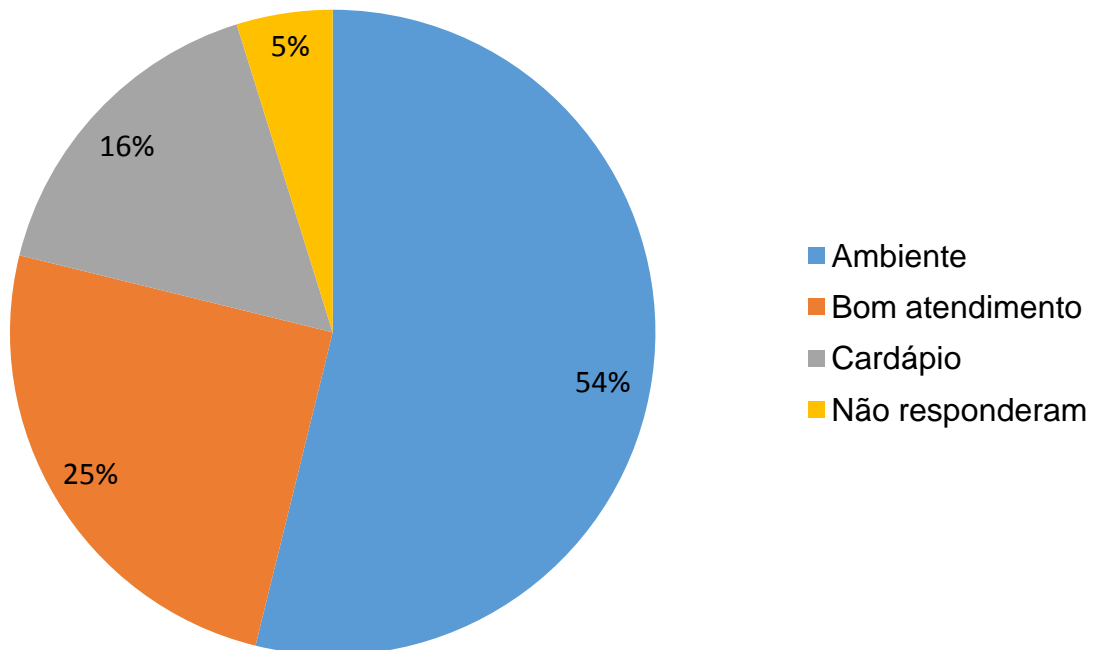


3. Com que frequência você come pizza?

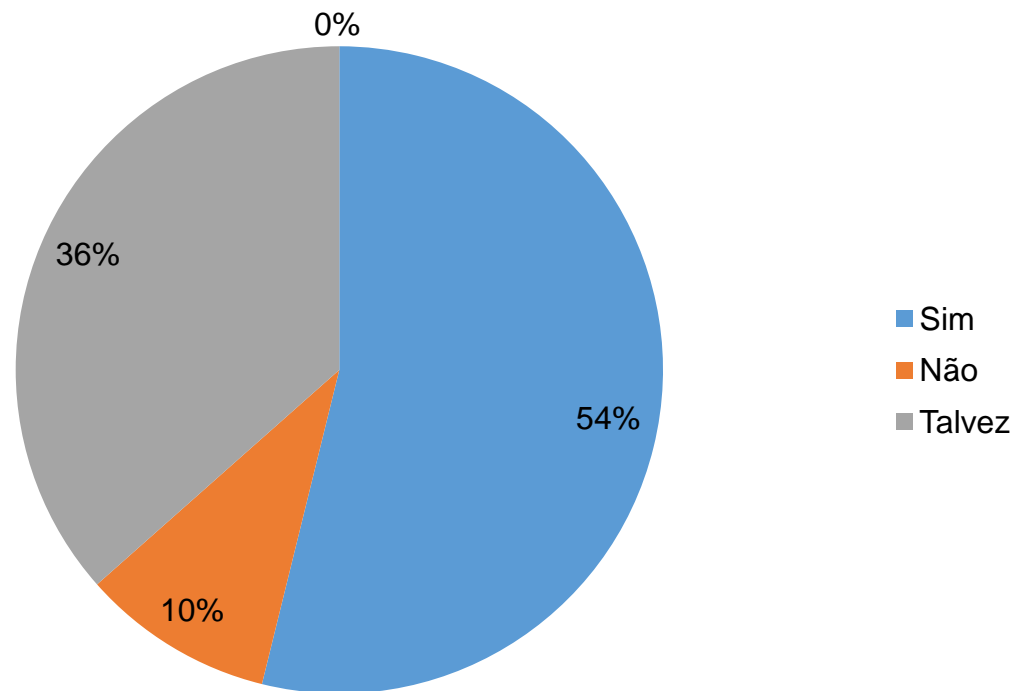


4. Quais dias da semana você costuma comer pizza?



5. Você costuma comer pizza em casa ou no estabelecimento?**6. O que faz com que você fique no estabelecimento?**

7. Você estaria disposto a ir em um ambiente temático caracterizado?



APÊNDICE II – FICHAMENTO HISTÓRIA DAS PIZZAS

Nome do aluno: Fernanda Sthefany de Castro Silva Luiza Zaccaro de Lima	N° 10 28	2° R	Visto do Orientador:
Tipo: Revista.			
Assunto/Tema: O Curioso Mundo da “Redonda”			
Referências Bibliográficas: Revista da Mooca N°57 – Julho de 2016 – WWW.revistadamoooca.com.br – pg30			
Resumo/Conteúdo de interesse: <p>A pizza, algo tão comum hoje, surgiu em 1830 em Nápoles, e logo se tornou um prato típico entre os plebeus, por esse motivo, os nobres da época não a consumiam, porém em meados de 1889, Raffaele Esposito veio para mudar isso, fazendo três versões únicas de pizza para a rainha Margherita e o rei Umberto. Antigamente a pizza era saboreada como se fosse um sanduiche, dobrada ao meio. Existem pesquisas que apontam que apenas aqui no Brasil é possível pedir mais de um sabor em uma mesma pizza, isso se deve ao fato de que quando os italianos trouxeram as pizzas para o nosso país, no bairro no Brás, elas eram tradicionais, porém aos poucos, foram descobertos novos modos de cobrir a pizza.</p>			
Citações:			Páginas:
“Economia – O setor gera cerca de 116 mil empregos no estado de São Paulo”.			34
“No Brasil é comemorado em 10 de Junho”			34
“Mais pedidas – a pizza de mussarela é líder de vendas”			34
Considerações do pesquisador: A repostagem apresenta aspectos muito interessantes sobre a “redonda” assim a torna gostosa de ser estudada e saboreada.			
Indicação da obra: Esta obra é indicada a todos os estudantes e professores de Gestão de Negócios e Gastronomia.			
Local: Acervo Pessoal.			

APÊNDICE III – FICHAMENTO NICHOS DE MERCADO

Nome do aluno: Fernanda Sthefany de Castro Silva Gabriela Agda Cantuária Escórcio Guilherme Gonçalves da Silva Isabela Silva Porto Letícia Lemes Cruz Luiza Zaccaro de Lima	Nº 10 12 17 22 25 28	2º R	Visto do Orientador:
Tipo: Revista.			
Assunto/Tema: Fuga do conceito.			
Referências Bibliográficas: Gestão & Negócios PME Ed.102 – Agosto de 2017 – WWW.revistagestaoenegocios.com.br - pg 60.			
Resumo/Conteúdo de interesse: Focar em um único nicho de produto e serviço parece ser, às vezes, uma boa estratégia para conquistar um determinado tipo de consumidor no mercado. Mas e se no meio do caminho isso não dá certo é preciso saber se adequar aos altos e baixos do empreendimento.			
Citações:			Páginas:
“Ter foco em um único nicho de produto ou serviço pode dar maior destaque para o seu negócio; especializa sua visão, ferramentas e capacidade de atender às necessidades do seu cliente. Mas estar atento às mudanças de mercado, na opinião da diretora executiva em Marketing e Gestão, Cristina Souza, é fundamental.”			62
“Não há uma receita de bolo para o que pode e o que não pode dar certo em extensões de marca. Tudo vai depender de quanto o empresário conhece seu consumidor e também da estratégia de lançamento do produto.”			62
“Mais que reinventar, ampliar o nicho de produtos da sua loja ou de seus serviços será uma maneira de sobreviver no mercado, pois, adicionado à consciência que o consumidor paulatinamente desenvolve sobre o produto feito de maneira massiva, há uma tendência ao desejo de personalização para que ele tenha certos símbolos identificáveis do comprador e os respectivos códigos de seu grupo.”			63
Considerações do pesquisador: A matéria apresenta de forma clara e explicativa sobre os erros e acertos de quando lançam um nicho de produto ou serviço diferente da proposta inicial.			
Indicação da obra: Esta obra é indicada a todos os estudantes e professores de Administração e Gestão de Negócios.			
Local: Acervo Pessoal.			

APÊNDICE IV – FICHAMENTO ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS

Nome do aluno: Fernanda Sthefany de Castro Silva Gabriela Agda Cantuária Escórcio Guilherme Gonçalves da Silva Isabela Silva Porto Letícia Lemes Cruz Luiza Zaccaro de Lima	N° 10 12 17 22 25 28	2° R	Visto do Orientador:
Tipo: Livro			
Assunto/Tema: A hora e a vez da estratégia.			
Referências Bibliográficas: Magaldi, Sandro – Gestão do Amanhã, 2018, 5° edição.			
Resumo/Conteúdo de interesse: Com surgimento de novas empresas, aumentou a concorrência em ritmo jamais visto antes na história dos negócios. Emergiu então, a necessidade da conquista de vantagens competitivas para que as organizações prosperassem. Depois de inúmeras teorias criadas nessa época, como a de Michael Porter, um professor da Harvard Business School; as empresas diversificaram a atuação e construíram enormes impérios. Outros pensadores que contribuíram nos recursos internos da organização foram: C. K. Prahalad e Gary Hamel; eles desenvolveram o conceito de competências essenciais que diz que uma organização nada mais é do que a soma das competências essenciais de cada um de seus colaboradores.			
Citações:			Páginas:
“Já na década de 1960, Igor Ansoff desenvolveu mais fortemente a ideia de estratégia. Em sua experiência como especialista em planejamento na companhia aeroespacial norte-americana Lockheed Aircraft, o matemático aplicou conceitos revolucionários, como a mudança descontínua e a incerteza em ferramentas de gestão.”			30
“Esse pensamento estratégico consagrou-se no mundo corporativo e valorizou a visão da relevância de gerenciar as forças competitivas que influenciam o negócio na obtenção de resultados superiores.”			31
“A evolução da importância das empresas na sociedade, aliada à explosão dos MBAs e do ensino da Administração nas principais universidades de todo o mundo, fez com que o mundo da gestão se encontrasse, definitivamente, com as discussões sociais e fosse disseminado na população como um todo.”			32
Considerações do pesquisador: O Livro apresenta de forma bem explicativa tudo o que se é necessário saber sobre gestão, inovação e liderança.			
Indicação da obra: Esta obra é indicada a todos os estudantes e professores de Administração e Gestão de Negócios.			
Local: Biblioteca da Etec Lauro Gomes			

APÊNDICE V – FICHAMENTO DE EMPREENDEDORISMO

Nome do aluno: Fernanda Sthefany de Castro Silva Gabriela Agda Cantuária Escórcio Guilherme Gonçalves da Silva Isabela Silva Porto Letícia Lemes Cruz Luiza Zaccaro de Lima	Nº 10 12 17 22 25 28	2º R	Visto do Orientador:
Tipo: Artigo de Internet			
Assunto/Tema: O que é ser empreendedor			
Referências Bibliográficas: Disponível em: < http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empendedor,ad17080a3e107410VgnVCM100_0003b74010aRCRD > Data de acesso: 14/11/2019			
Resumo/Conteúdo de interesse: O empreendedor é aquele que realiza, que faz novas ideias a partir da junção entre criatividade e imaginação. De acordo com Joseph A. Schumpeter, no livro “Capitalismo, socialismo e democracia”, O capitalismo é o ato de destruir o velho para se criar o novo, associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico sendo ele o agente básico do processo de iniciar algo novo.			
Citações:			Linha:
“Ser empreendedor significa ser um realizador, que produz novas ideias...”.			11
“o sistema capitalista tem como característica inerente uma força denominada de processo de destruição criativa, fundamentando-se no princípio que reside no desenvolvimento de novos produtos...”.			15
“... aquele que realiza antes, aquele que sai da área do sonho, do desejo e parte para a ação.”			22
Considerações do pesquisador: O texto apresenta de forma rápida e simplificada o significado de empreendedor.			
Indicação da obra: Esta obra é indicada a todos os estudantes e professores de Administração e Gestão de Negócios.			
Local: Internet			

APÊNDICE VI – LOGOTIPO



APÊNDICE VII – CARTÃO DE VISITA



APÊNDICE VIII – UNIFORME DOS FUNCIONÁRIOS



APÊNDICE IX – MODELOS FICTÍCIOS DE PUBLICAÇÕES

**E EASY
PIZZA**
Novo conceito em pizzas

**NÃO PERCAM O
NOVEMBRO MUSICAL**

DE 1 A 8 ROCK
DE 9 A 15 PAGODE
DE 16 A 22 FUNK
DE 23 A 30 SAMBA

**SABOREANDO UMA
DELICIOSA PIZZA AO SOM DE
SEU ESTILO MUSICAL
FAVORITO.**

