



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS SÃO RAIMUNDO NONATO
COORDENAÇÃO DO CURSO TECNOLOGIA EM GASTRONOMIA

CARLA CAMPINHO NEGREIROS

**PLANO DE NEGÓCIO DE UMA PIZZARIA NO BAIRRO SÃO FÉLIX, NA
CIDADE DE SÃO RAIMUNDO NONATO-PI**

SÃO RAIMUNDO NONATO/PI

2017

CARLA CAMPINHO NEGREIROS

**PLANO DE NEGÓCIO DE UMA PIZZARIA NO BAIRRO SÃO FÉLIX, NA
CIDADE DE SÃO RAIMUNDO NONATO-PI**

Trabalho de Conclusão de
Curso apresentado como
requisito parcial à obtenção do
Grau de Tecnólogo em
Gastronomia.

Orientadora: Prof. Esp. Monica Helena Panetta

SÃO RAIMUNDO NONATO/PI

2017

FICHA CATALOGRÁFICA

Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente com dados fornecidos pelo(a) autor(a)

N385p Negreiros, Carla Campinho
 Plano de Negócio de uma Pizzaria no bairro São Félix, na Cidade de São Raimundo
Nonato-Pi / Carla Campinho Negreiros - 2017.
 51 f.

Trabalho de conclusão de curso (Tecnologia) - Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus São Raimundo Nonato, Tecnologia em
Gastronomia, 2017.

Orientador : Prof Esp. Monica Helena Panetta.

1. Empreendimento . 2. Empreendedorismo. 3. Plano de Negócio . 4. Pizzaria.
I.Título.

CDD 641.5

CARLA CAMPINHO NEGREIROS

**PLANO DE NEGÓCIO DE UMA PIZZARIA NO BAIRRO SÃO FÉLIX, NA
CIDADE DE SÃO RAIMUNDO NONATO-PI**

Aprovado pela banca examinadora em 10 de abril de 2017.

BANCA EXAMINADORA:

Prof^a. Esp. Monica Helena Panetta (UFRPE-Campus Sede)

Prof^a. Érica Clemente de Souza (IFPI – Campus São Raimundo Nonato)

Prof^a. Esp. Mayanne Soares Lima dos Santos (IFPI – Campus São Raimundo
Nonato)

Dedico este trabalho aos meus Pais que de forma carinhosa sempre me apoiaram e que estiveram ao meu lado nos momentos difíceis.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradecer a Deus por todas as vezes que pedi em orações para que eu conseguisse realizar meu sonho, em muitos momentos pedi paciência e que não me abandonasse durante esse período.

A minha família pelo apoio e incentivo durante toda essa jornada. De forma especial ao meu pai que me ajudou durante esses quatro anos de vida acadêmica, pois não teria sido fácil sem sua disponibilidade de me levar e buscar durante todos os dias nas aulas. A minha tão querida mãe, que sempre me incentivou nos estudos e a conquistar o meu futuro, sempre dando como exemplo a sua própria vida, pois não foi fácil em grandes momentos e que não teve a mesma oportunidade de estudo como eu.

Agradeço a minha irmã Carlielly, que sempre esteve presente no meu dia a dia, sua cumplicidade e apoio. Ao meu irmão Richelly, por seus conselhos e para que eu conquistasse a minha independência, por seus filhos, Carlos Vitor e Dulcy Maria que me deram muitos momentos de descontração, carinho e boas risadas.

A minha prima Luana, que sempre foi uma amiga presente, me dando conselhos, apoio, broncas, agradeço imensamente a Deus por ter você em minha vida.

A professora Monica Panetta, declaro a minha admiração, carinho e respeito. Sou infinitamente grata por nunca ter desistido do meu trabalho mesmo com a distância entre nós, por suas orientações, incentivo e competência. Agradeço por suas horas dedicadas, fazendo tornar esse sonho realidade e me desculpando por todos os estresses.

As minhas amigas Laisa e Viviane pelo o apoio e parceria de muitos anos de minha vida, agradeço de todo o coração pela amizade de vocês, suas boas risadas, incentivos e por estarem sempre me dando a mão em momentos difíceis.

A todos os professores do curso Tecnólogo em Gastronomia, pelos os conhecimentos compartilhados e contribuição na nossa formação acadêmica. Em especial ao professor Romero Fortunato, por seu estímulo, conselhos e amizade, agradeço muito a Deus por ter traçado nossos caminhos.

Agradeço a nutricionista do IFPI, Tatiane Temóteo pela oportunidade dada para realização do meu estágio supervisionado obrigatório no refeitório do campus, foi de suma importância para meus conhecimentos na prática, obrigada por sua paciência e carinho.

Aos Técnicos de Laboratório de Cozinha Eva e Lucas, pelos dois anos de estágio extracurricular, uma experiência que levarei para minha vida profissional.

Aos colegas de turma, Luana, Érica, Edileuza, Leila, Isac, Willen e Deisy, por todos os momentos de aprendizagem, pela boa convivência e apoio emocional, pois por a turma ser pequena construímos uma grande amizade que levarei por toda a vida.

Enfim, agradeço todos aqueles que de alguma forma contribuíram para a realização desse trabalho.

Resumo

Este trabalho apresenta um Plano de Negócio para abertura de uma pizzaria no bairro São Félix, em São Raimundo Nonato-PI. A proposta deste empreendimento é oferecer uma pizza saudável, feita com produtos de qualidade, em um ambiente agradável e aconchegante. O foco principal é produzir pizzas que se tornem referência no ramo alimentício da cidade. O estudo abrange informações contábeis, econômicas, pesquisa com o público-alvo para analisar o consumo de pizza e sabores de preferência, a concorrência, os riscos inerentes ao negócio, planejamento estratégico com o objetivo de analisar a viabilidade da empresa. Após o levantamento dos dados, por meio de questionários, foi elaborado o cardápio, com opções de pizzas com diversos sabores, incluindo ingredientes regionais, com o intuito de valorizar a cultura Sanraimundense. Durante o desenvolvimento da pesquisa, constatou-se que a implantação da pizzaria é viável e que o plano de negócio é uma ferramenta crucial para a orientação de empresários sobre seu empreendimento.

Palavra-chaves: Empreendimento, Empreendedorismo, Plano de Negócio, Pizzaria.

ABSTRACT

This work presents a Business Plan for the opening of a pizzeria in the São Félix neighborhood in São Raimundo Nonato-Pi. The proposal of this venture is to offer a healthy pizza, made with quality products, in a pleasant and cozy environment. The study covers accounting, economic, research with the target public to analyze the consumption of pizza and preference flavors, competition, inherent risks, strategic planning with the objective of analyzing the feasibility of, but the main focus is to produce pizzas that become a reference in the food industry of the city. After the data collection of the questionnaires, the menu was elaborated, including regional ingredients, valuing the Sanramundian culture. During the development of the research, it was verified that the implementation of the pizzeria is passable, being that the business plan is a master tool to the business and the partners.

Keyword: Entrepreneurship, Entrepreneurship, Food Marketing, Pizzeria Menu.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Frequência do Consumo de Pizza.....	25
Figura 2. O Consumo da Pizza por faixa etária.....	26
Figura 3. Preferência de Sabores.....	26
Figura 4. Organograma da Empresa.....	32

LISTA DE QUADROS

Quadro 01. SWOT/PFOA.....	37
Quadro 02. Despesas Pré-Operacionais.....	43
Quadro 03. Móveis e Utensílios.....	44
Quadro 04. Máquinas e Equipamentos.....	45
Quadro 05. Custos Fixos Mensais.....	46
Quadro 06. Custo Variável Mensal.....	47

Sumário

1.INTRODUÇÃO	14
2.OBJETIVOS:.....	15
2.1 GERAL	15
2.2 ESPECÍFICOS	15
3.FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
3.1 EMPREENDEDORISMO	16
3.2 PLANO DE NEGÓCIO.....	17
3.2.1 ESTRUTURA DO PLANO DE NEGÓCIO	18
3.3 GESTÃO DE EMPRESAS NO SETOR DE ALIMENTOS	20
3.4 HISTÓRIA DA PIZZA	20
3.5 A ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR.....	21
3.6 SÃO RAIMUNDO NONATO	23
4. MATERIAIS E MÉTODOS	25
4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	25
5.RESULTADOS E DISCUSSÃO	26
6.ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UMA PIZZARIA.....	29
6.1 CAPA.....	29
6.2 SUMÁRIO EXECUTIVO	30
6.3 DADOS DA EMPRESA	31
6.4 DADOS DOS DIRIGENTES.....	31
6.5 MISSÃO	31
6.6 VISÃO	32
6.7 DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS.....	32
6.8 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E LEGAL.....	32
6.9 ANÁLISE DE MERCADO	34
6.9.1 MERCADO CONSUMIDOR	34
6.9.2 MERCADO CONCORRENTE	34
6.9.3 MERCADO FORNECEDOR.....	36
6.9.4 SWOT/FOFA	37
6.10 PLANO DE MARKETING.....	39
6.10.1 ESTRATÉGIA DE MARKETING	39
6.10.2 O PRODUTO	40
6.10.3 O SETOR.....	40
6.10.4 VANTAGENS COMPETITIVAS.....	41
6.10.5 PLANOS DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO	41

6.10.6 PREÇO	41
6.10.7 RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES	42
6.11 PLANO OPERACIONAL	42
6.11.1 PLANEJAMENTO DAS ATIVIDADES	42
6.11.2 CAPACIDADE PRODUTIVA	43
6.12 PLANO FINANCEIRO	43
6.12.1 INVESTIMENTO INICIAL	44
6.13 ESTIMATIVA DE CUSTOS	46
6.13.1 CUSTOS FIXOS	46
6.13.2 CUSTOS VARIÁVEIS	47
6.14 PONTO DE EQUILÍBRIO	48
6.15 CÁLCULO DE VIABILIDADE	48
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
REFERÊNCIAS	51
APÊNDICE A – CARDÁPIO	53
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO PARA AVALIAÇÃO DO CONSUMO E PREFERÊNCIA DE SABOR DE PIZZAS	56
APÊNDICE C – FICHA TÉCNICA DE RECEITAS	57

1.INTRODUÇÃO

Todo empreendedor tem o sonho de se realizar a partir do desenvolvimento e sucesso do seu próprio negócio. Mas é preciso entusiasmo pelo ramo e dedicação, bem como organização, estratégias, originalidade e atitudes. Dessa maneira, o plano de negócio se torna indispensável para a implantação do empreendimento. Através dele, o dirigente poderá avaliar os riscos que irá encontrar, identificar as oportunidades do mercado, fazer previsões e planejar eficazmente o empreendimento.

As pessoas que se lançam no mundo dos negócios são vistos como verdadeiros heróis, pois proporcionam empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico da região e do país. Muitos deles são mais que somente abastecedores de mercadorias, prestadores de serviços, veículo de informações ou de entretenimento, além disso são uma grande fonte de energia que assumem riscos inerentes ao negócio em uma economia instável de constantes mudanças. (CHIAVENATO, 2012)

Nos últimos anos o hábito de se alimentar fora de casa tem crescido bastante, vários fatores influenciam este modo de vida. Por exemplo, as longas distâncias de casa para o trabalho, a facilidade de fazer refeições rapidamente, encontros com familiares e amigos, reuniões de trabalho, entre outros, percebendo essas necessidades os empreendedores inovam formas para expandir e diversificar os negócios nesse ramo (ADMINISTRADORES, 2015).

Assim, o presente estudo tem como propósito elaborar um plano de negócio e analisar a viabilidade da implantação de uma pizzaria, em que o gestor conhece antecipadamente vários fatores que influenciam seu empreendimento e pode conhecer com detalhes cada passo que terá que dar antes de iniciar seu investimento.

Para a realização deste estudo utilizou-se o método descritivo e analítico comparativo. Inicialmente, foi realizada a revisão bibliográfica de estudos que evidenciam a importância do desenvolvimento de um plano de negócio. Posteriormente, foram aplicados questionários com os moradores da cidade (público alvo), para identificar o consumo e a preferência de sabores de pizza, na sequência foi criado o cardápio do empreendimento e, finalmente, a elaboração completa do plano de negócio.

2.OBJETIVOS:

2.1 GERAL

Desenvolver um Plano de Negócios para abertura de uma pizzeria no bairro São Félix, na cidade de São Raimundo Nonato-PI.

2.2 ESPECÍFICOS

- Avaliar a viabilidade da abertura de uma Pizzaria;
- Elaborar um Plano de Negócio para Pizzaria;
- Identificar o consumo e o gosto preferencial de pizzas dos moradores de São Raimundo Nonato.
- Planejar um cardápio variado, atrativo e diferenciado para o ramo de pizzeria;

3.FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 EMPREENDEDORISMO

O termo “empreendedor” (derivado da palavra francesa *entrepreneur*) foi usado pela primeira vez em 1725 pelo economista Richard Cantillon, que dizia ser *entrepreneur* um indivíduo que assume riscos (CHIAVENATO, 2012).

No Brasil, o movimento do empreendedorismo teve seu início na década de 1990, quando entidades como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Anteriormente, eram pouco difundidos o empreendedorismo e a legalização de pequenas empresas (DORNELLAS, 2005).

De acordo com Chiavenato (2012), o que leva um empreendedor às atividades criativas e inovadoras é quase sempre sua necessidade de realização, sua disposição de assumir riscos e sua autoconfiança.

O empreendedor é aquele que faz acontecer, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização. Não há muita variabilidade no que dizem os autores e pesquisadores sobre as características do empreendedor ao longo das últimas décadas, apesar de algumas serem mais citadas que outras e de haver uma quantidade expressiva de características. Por isso, existem várias definições sobre o que é ser empreendedor e isso dificulta criar rótulos que possa identificá-los (DORNELLAS, 2007).

De acordo com Dornellas (2007), o que se percebe é que, em qualquer definição de empreendedorismo, encontram-se pelo menos os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

1. Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
2. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive.
3. Aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.

No Brasil, há muitas pessoas que iniciam uma atividade por conta própria. Normalmente exercem essas atividades por necessidade, sem constituir formalmente uma empresa, já que precisam sobreviver, e o que mais

importa é buscar alternativas para conseguir o mínimo necessário de recursos diários para sustentar a família (DORNELLAS, 2007).

Este é o tipo de empreendedor por necessidade e é muito comum em países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil. Porém, para os empreendedores de sucesso ganhar dinheiro não é a principal motivação, apesar de ser um fator motivacional. O que eles mais buscam são a independência, a autonomia e a liberdade de fazer acontecer e implementar suas oportunidades (DORNELLAS, 2007).

Dornellas (2007) ainda afirma que a sorte está ligada à probabilidade, como o que ocorre em jogos de azar, a algo que não depende da pessoa para acontecer. Contar com sorte não é ruim e pode até ser importante, mas o empreendedor não pode depender da sorte para fazer acontecer. Sorte é um argumento dos que ficam esperando por algo, dos que não têm iniciativa, dos que precisam de uma explicação para falar do sucesso alheio. Empreendedores não pensam só nisso, como não perdem tempo esperando pela sorte. Eles fazem a sorte acontecer. Para os empreendedores, a sorte é o encontro da oportunidade com a capacidade de realização.

Os empreendedores criam milhões de empregos e atendem a milhões de clientes. Individualmente geram milhões de reais em lucros, mas o ponto essencial é manter os resultados, não a história daquilo que realizam. O espírito empreendedor é algo muito mais profundo do que se pode imaginar. Esses indivíduos criam negócios inovadores e prósperos, e que podem emergir sob as mais diversas formas e tamanhos (LEITE, 2012).

Dessa maneira, nota-se o quanto o empreendedorismo tem se tornado fundamental em qualquer negócio, pois alguns nascem com espírito empreendedor, possuindo várias características, outros tem que buscar conhecimentos para se qualificar, além de desenvolver características que lhe falta.

3.2 PLANO DE NEGÓCIO

Para o SEBRAE (2013) o plano de negócio é definido como sendo:

um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Além disso, o plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

Dessa maneira, o plano irá ajudar a definir se a ideia é viável, além de explanar informações mais detalhadas sobre o ramo, os produtos e serviços que irão oferecer, os clientes, os concorrentes, os fornecedores, e, principalmente, sobre os pontos fortes e fracos do negócio (SEBRAE, 2013).

De acordo com Chiavenato (2012), o plano de negócio deve ser um projeto vivo, interessante e motivador para ser consultado por vários atores – como investidores, financiadores, fornecedores, clientes, consumidores, equipe de trabalho, etc e principalmente para conquistar sua provação e adesão. Por isso, é imprescindível sua constante atualização.

Portanto, o plano de negócio deve ser bastante claro e coerente, deve elucidar as dúvidas dos investidores ou para qualquer leitor, para que ocorra financiamentos, investimentos e parcerias, de forma estratégica, evitando falhas e frustrações.

3.2.1 ESTRUTURA DO PLANO DE NEGÓCIO

Segundo Baron (2013), um plano de negócio bem preparado explicará o que o novo empreendimento está tentando realizar e como alcançará as metas propostas. O desejo do empreendedor, é garantir que seu plano de negócio seja um dos que mereçam mais do que uma olhada superficial, e isso exige dispensar atenção cuidadosa à vários princípios básicos.

O plano de Negócio deve:

- a) ser organizado e preparado com o formato comercial adequado. Iniciando com a capa, que traz informações fundamentais sobre a empresa, dados dos empreendedores e de pessoas fundamentais para do negócio. Depois, o índice, que identifique seções principais. Em seguida, o resumo executivo;
- b) ser sucinto, a principal meta é abordar as questões centrais do negócio, de maneira clara e inteligente, sem detalhes desnecessários ou redundâncias;

c) ser persuasivo, assim deve-se começar pelo resumo executivo, primeiro componente e, algumas vezes, o mais fundamental (BARON, 2013).

De acordo com Chiavenato (2012), é importante que o plano de negócio seja dividido em capítulos, para melhor compreensão de vários aspectos envolvidos, como:

1- **Sumário Executivo:** é uma pequena introdução ao negócio, em que terá os dados pessoais do empreendedor e dos sócios, experiências profissionais, atribuições, bem como informações gerais sobre o empreendimento, missão do negócio, fontes de recursos, etc.

2- **Análise de Mercado:** deve conter um estudo do público-alvo, ou seja, dos clientes e do seu comportamento de compra, mercado de fornecedores e concorrentes, para dar uma ideia do posicionamento do negócio.

3- **Plano de marketing:** deve possuir a descrição dos produtos e serviços a serem oferecidos, características, preço, estrutura e maneiras de comercialização e distribuição, estratégias promocionais e localização do negócio.

4- **Plano Operacional:** O plano operacional deve apresentar o arranjo físico das instalações, processo produtivo, máquinas e equipamentos, pessoal operacional, volume de produção inicial para proporcionar uma ideia da capacidade produtiva.

5- **Plano Financeiro:** estimativa dos investimentos em máquinas e equipamentos, móveis e utensílios, veículos, bem como da necessidade de capital de giro, fluxo de caixa, prazo médio de vendas e de compras, necessidade média de estoques, estimativa do faturamento mensal da empresa, custo unitário de matéria-prima e de materiais diretos e terceirização, além dos custos de comercialização, de mão de obra e de depreciação. Deve apresentar um demonstrativo de resultados, projeções financeiras, indicadores de viabilidade, ponto de equilíbrio, lucratividade, rentabilidade e prazo de retorno do investimento efetuado.

6- **Avaliação estratégica:** contendo uma análise da matriz de oportunidades, ameaças, pontos fortes e fracos do negócio.

3.3 GESTÃO DE EMPRESAS NO SETOR DE ALIMENTOS

Segundo Zanella (2007), a gestão de empresas de alimentação é complexa e difícil, pois exige atualização tecnológica e qualificação pessoal. O gestor precisa saber lidar com atividades que envolvam aspectos subjetivos e personalizados, tais como estimular desejos, alterar hábitos, despertar clientes potenciais e, enfim, relacionar-se em um universo exigente e altamente competitivo.

No resultado da Pesquisa Anual de Serviços 2013, uma a cada cinco empresas do setor de serviços está no ramo alimentício. Além disso, é o segmento com maior dimensão de companhias nesse ramo da economia e também a que mais gera empregos, com 13,5% do total de pessoas empregadas. Houve um crescimento de 40,7% de empreendimentos referentes a alimentação entre 2007 e 2013. (SALES, 2015)

De fato, os dados revelam que o crescimento de número de empresas no ramo alimentício tem sido alto e positivo para o mercado, pois além de gerar empregos é preciso originalidade e inovação para suprir a rotatividade de empreendimentos nesse setor.

3.4 HISTÓRIA DA PIZZA

Existem várias versões sobre o descobrimento da pizza. Uma delas diz que foi descoberta pelos egípcios há seis mil anos, a massa não passava de uma mistura de grãos de cereais amassados, que só depois de anos seria assada. Os egípcios descobriram a fermentação e inventaram o primeiro forno a lenha, que foi uma grande descoberta para o processo da pizza (DUARTE, 2002 apud PETITGASTRO, 2015).

Essa iguaria da gastronomia italiana foi amplamente difundida em meados do século XIX. Em 1889, graças ao primeiro pizzaiolo da história Dom Raffaele Espósito, um padeiro de Nápoles a serviço do rei Umberto I e da rainha Margherita, inventou uma pizza imitando as cores da bandeira italiana, branco, vermelho e verde para homenageá-la. Para isso, utilizou muçarela, tomate e manjerição. A rainha apreciou tanto essa pizza que Dom Raffaele decidiu chamá-la de Margherita (SANTANA, 2015).

A pizza chegou ao Brasil através dos imigrantes italianos, que viviam no bairro paulista do Brás, onde se concentrou grande parte deles na cidade de São Paulo. Logo, ela se espalhou por todo o país, conquistando os brasileiros e tornando-se rapidamente um elemento de nossa cultura (SANTANA, 2015).

Nas pizzarias atuais, a pizza foi adaptada ao paladar brasileiro. Ela passou a ser assada em forno quente e de preferência à lenha, tornando-se uma preparação culinária que consiste em um disco de massa fermentada de farinha de trigo, regado com molho de tomate e coberto com ingredientes variados, que normalmente incluem algum tipo de queijo, carnes preparadas ou defumadas e ervas, especialmente orégano ou manjerição (BRANDÃO, 2016).

Mesmo com tanta história e tradição, a pizza hoje no Brasil é feita de acordo com o gosto do cliente, massa grossa ou fina, na cobertura muitos ingredientes regionais são utilizados e ela está cada vez mais popular de Norte a Sul do país.

3.5 A ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR

Os hábitos alimentares dos brasileiros vêm registrando mudanças com o passar do tempo por causa do aumento da população urbana, do indicador de escolaridade, do poder de compra, das mulheres no mercado de trabalho, do envelhecimento da população, entre outros, modificando diretamente as percepções e, conseqüentemente, as preferências e as escolhas do que será consumido (SEBRAE, 2017).

Por consequência, criou-se o hábito de se alimentar fora do lar e isso tem sido cada vez mais incorporado ao dia a dia dos brasileiros. Principalmente nas grandes cidades, demandando uma variedade de refeições, lanches, petiscos e culinárias, que agradam a todos, inclusive dos empreendedores que atuam nessa área e visualizam variadas ocasiões para expandir os negócios nesse ramo (ADMINISTRADORES, 2015).

Alguns dados chamam atenção, entre eles do IBGE (2017), que revela que o brasileiro gasta cerca de 25% de sua renda com alimentação fora do lar. A Associação de Bares e Restaurantes (ABRASEL) estima que o setor represente, hoje, 2,7% do PIB brasileiro. Já a Associação Brasileira das

Indústrias da Alimentação (ABIA) destaca que o setor tem crescido a uma média anual 14,2% (ABRASEL, 2015).

O investimento em franquias é o caminho seguido por muitas redes neste ramo, que encontram nessa modelo estratégia mais rápida e econômica de expandir a rede por novas regiões. Isso faz com que o Brasil tenha um crescimento de novos empreendimentos, surgindo empregos e renda (MANNA, 2011).

De acordo com Maricato (2007), as pesquisas têm sido unânimes: a gastronomia e a vida noturna são as mais procuradas e melhores atrações. Ao tornar a visita do turista mais agradável, os estabelecimentos fazem com que ele fique mais tempo, influenciam em sua decisão de retornar e, certamente, levam-no a recomendar a cidade. Eis aí mais um motivo para qualificar e aumentar a competitividade dos estabelecimentos.

A evolução do setor do mercado de alimentação fora do lar em todo o Brasil, durante dez anos, revelam que em 2002 o faturamento da área ligada a alimentação fora do lar foi de R\$ 25,9 bilhões, considerados apenas os alimentos processados, o correspondente a um quarto do consumo no mercado interno, que foi R\$ 100,65 bilhões. As cadeias de alimentos in natura e industrializados absorvidas pelo setor de alimentação fora do lar alcançaram R\$36,0 bilhões em 2002. Já em 2012, o faturamento do mesmo setor foi de R\$100,5 bilhões, considerado apenas os alimentos processados, o correspondente a um terço do consumo no mercado interno, que foi R\$ 328,2 bilhões. As cadeias de alimentos in natura e industrializados absorvidas pelo setor alcançaram R\$ 88,3 bilhões. O que é possível ver que esse setor irá aumentar com o decorrer do crescimento da população. (ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR, 2017).

Uma pesquisa de orçamentos familiares do IBGE (2017), analisa a composição dos gastos e do consumo das famílias segundo as classes de rendimento, entre julho de 2002 e 2003, e conclui que em trinta anos o brasileiro diversificou sua alimentação, reduzindo o consumo de gêneros tradicionais como arroz, feijão, batata, pão e açúcar e aumentando, por exemplo, o consumo per capita de iogurte, que passou de 0,4kg para 2,9kg. Outro item que teve um salto significativo foi o refrigerante sabor guaraná, que saiu de pouco mais de um quilo (1,7kg) por pessoa/ano para quase 8kg (7,7

kg). Até o leite de vaca pasteurizado, que é o produto adquirido em maior quantidade pelas famílias (38kg por pessoa, anualmente), teve seu consumo reduzido em 40%.

Um outro sinal de mudança nos hábitos é dado pelo consumo dos alimentos preparados, por exemplo, que passou de 1,7kg para 5,4kg per capita, no período.

Essas pesquisas mostram o quanto o brasileiro está se adequando às mudanças de hábitos alimentares, que ocorreram com o passar do tempo, e como isso colabora, diretamente, para o crescimento do setor de alimentação, de empreendimentos, de profissionais, de empregos e de renda.

3.6 SÃO RAIMUNDO NONATO

O Parque Nacional Serra da Capivara foi criado em 1979, porém foi aberto para visitação somente em 1995. Em 1998 foi criado o Museu do Homem Americano em São Raimundo Nonato, nele está um resumo das pesquisas desenvolvidas na região e permite aos visitantes uma aproximação com os resultados das pesquisas que durante a visita ao Parque constitui em abstração para a maioria do público visitante (CARVALHO JÚNIOR, 2013).

O perfil do visitante/consumidor do Parque pode ser fracionado em dois grupos: residentes no Brasil especificamente no Nordeste, composto por estudantes (da educação básica ao superior), por professores, pesquisadores, jornalistas e profissionais ligados às áreas de ecoturismo e arqueologia, e uma coletividade externa visitantes/consumidores de outros países com o mesmo perfil ao primeiro, procurando apreciar o turismo como fonte de enriquecimento intelectual e pessoal (CARVALHO JÚNIOR, 2013).

Com o Aeroporto em São Raimundo Nonato, os turistas terão acesso mais fácil, rápido, seguro e confortável à região. Empresários e governantes, preveem que essa movimentação trará benefícios a economia local, gerando empregos e rendas, além do desenvolvimento da rede de hotelaria e infraestrutura (DONO DA NOTÍCIA, 2017).

Dessa maneira, a movimentação de turistas colabora para o desenvolvimento e reconhecimento da cidade, comerciantes e divulgação da gastronomia local, assim proporcionando benefícios aos valores da cidade.

4. MATERIAIS E MÉTODOS

4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O trabalho utilizou o método descritivo e analítico comparativo. Inicialmente realizou-se, uma revisão bibliográfica, - “aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores” (SEVERINO, 2007, p. 122), buscando monografias, livros e sites dos últimos 10 anos, e colhendo dados com o intuito de se apropriar da compreensão referente ao plano de negócio.

Através da leitura do material disponível, houve aprofundamento do conhecimento sobre o Plano de Negócio, o objeto dessa pesquisa, e foi possível compreender a relevância dele para a abertura e manutenção de um empreendimento.

O questionário (APÊNDICE B) foi formulado de forma a ser objetivo, limitado, acompanhado de instruções que esclarece o propósito de sua aplicação e facilita o preenchimento. As perguntas são: abertas; fechadas; duas escolhas: sim ou não; de múltiplas escolhas: fechadas com uma grande série de respostas possíveis (SILVA, 2005).

O objetivo foi avaliar o consumo de pizza e o sabor de preferência dos entrevistados, esses dados serviram para a criação do cardápio com o favoritismo dos futuros clientes da Pizzaria no bairro São Félix.

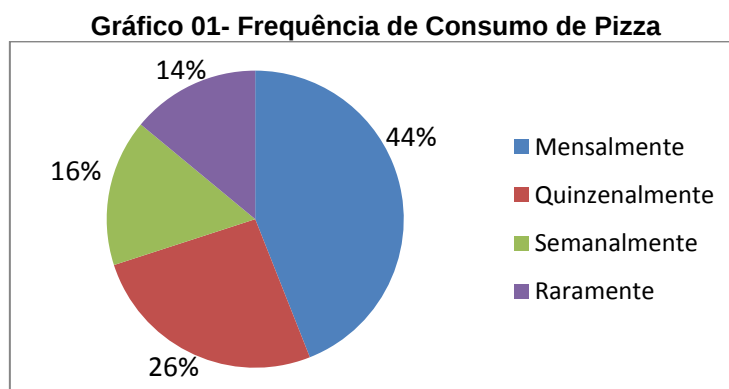
Foram entrevistadas 100 pessoas de vários níveis sociais como funcionários públicos, comerciantes, vendedores, funcionários de lojas, donas de casa, professores e estudantes, na faixa etária de 10 a 60 anos de idade e de ambos os sexos.

A escolha dos entrevistados foi aleatória e a entrevista realizada com aqueles que foram abordados e que se dispunham a colaborar, foi informado que o questionário fazia parte do Trabalho de Conclusão de Curso, reforçando que seus dados pessoais não seriam expostos no trabalho.

A coleta de dados foi realizada entre os dias 7 e 10 de fevereiro de 2017, em horário matutino, no centro da cidade. Esse local foi escolhido por ser de grande movimento, e, assim, foi possível encontrar facilmente pessoas de todos os níveis sociais, ou seja, o público alvo da pizzaria.

5.RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com a população investigada foi possível constatar a frequência do consumo de pizza. Como mostra o Gráfico 01, vê-se que 44% dos entrevistados disseram que consomem pizza mensalmente, 26% consomem quinzenalmente, 16% garantem que consomem semanalmente e 14% raramente.



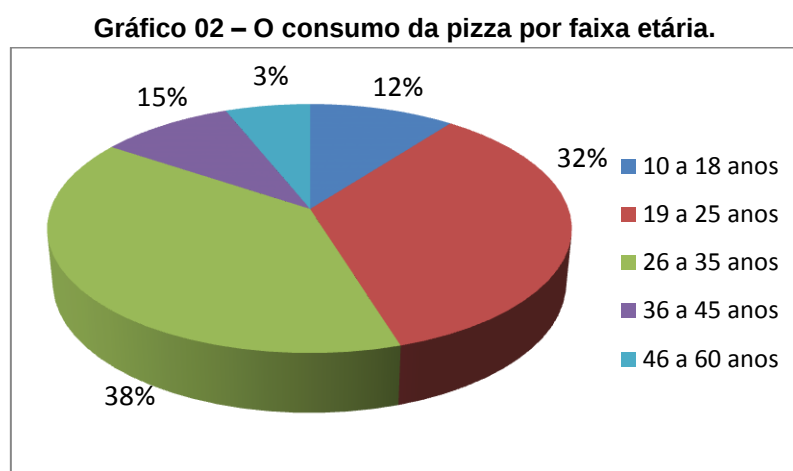
Fonte: Dados de Pesquisa, 2017

Foi percebida uma diferença considerável no consumo de pizza quando considerado a faixa etária. De acordo com o Gráfico 02, a faixa etária que menos consome pizza são os entrevistados entre 46 a 60 anos, com 3% apenas, o que pode justificar esse baixo índice é por ser um grupo de pessoas com restrição alimentar ou aposentados com orçamento mais justo. Outro grupo pouco significativo foram os entrevistados entre 10 a 18 anos, somente 12% consomem pizza. O baixo consumo desse grupo pode ser porque ainda são estudantes e não possuem uma renda fixa, portanto, suas escolhas, dependem dos responsáveis.

A faixa etária que mais consome pizza é a que possui idade entre 26 a 35 anos, totalizando 38% dos entrevistados. Depois é a faixa entre 19 a 25 anos, representando um consumo 32%. O primeiro grupo provavelmente são pessoas casadas, que já possuem filhos e optam pela praticidade da refeição rápida e com preços atrativos, que não prejudica o orçamento familiar, além de ter opção capaz de agradar a todos. Já a segunda faixa refere-se aos jovens que saem para conversar, beber e comer em lugares com preços razoáveis, comida rápida e que os sabores sejam capazes de satisfazer o

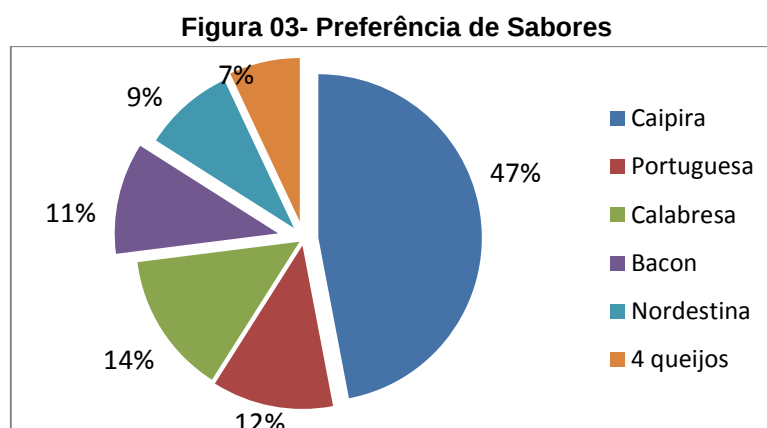
paladar de todos os amigos. Finalizando a análise, os entrevistados com idade entre 36 a 45 anos, com 15% dos dados. É preciso aumentar essa demanda, pela idade a faixa etária é produtiva, com família formada ou em formação e pode vir a ser clientes em potencial.

Dessa maneira, com esses dados, nota-se uma boa demanda do mercado de pizza na alimentação dos Sanraimundenses e sua aceitabilidade.



Fonte Dados Pesquisa, 2017

No que diz respeito com preferência de sabores, os que mais se destacam são os sabores: caipira com 47%, portuguesa com 12%, calabresa com 14%, bacon com 11%, nordestina com 9% e 4 queijos com 7%, conforme a Gráfico 03 demonstra.



Fonte Dados Pesquisa, 2017

Com base nestas informações foi elaborado o cardápio (APÊNCIDE A) da pizzeria, procurando satisfazer o gosto da clientela em potencial.

Pelo exposto, percebe-se que os questionários foram de suma importância para a constituição e formação do plano de negócio para pizzeria, pois a pesquisa foi realizada com seu público-alvo, identificando sua frequência de consumo e sua preferência de sabor. Assim, os dados coletados, deram mais segurança e motivação aos sócios para dar continuidade ao projeto, além de servir de base para a construção do cardápio e, ainda, direcionar os gestores a estabelecerem metas de ações de crescimento da empresa.

6.ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UMA PIZZARIA

6.1 CAPA

PIZZARIA CAMPINHO

Bairro: São Félix- São Raimundo Nonato/PI

www.pizzariacampinho.com.br

LOGO



6.2 SUMÁRIO EXECUTIVO

A concepção desse projeto é o empreendimento de uma pizzaria, localizada no bairro São Félix, na cidade de São Raimundo Nonato-PI. A proposta é que esse bairro tenha uma pizzaria de qualidade, que tem como diferenciais a utilização de insumos muito frescos e regionais.

A empresa será constituída por dois sócios, que terão R\$ 50.000,00 de recursos próprios, (sócio 1 entrará com 30% e sócio 2 com 20%) e R\$ 50.000,00 terão a necessidade de financiar.

A motivação dos empreendedores em investir nesse ramo é que um dos sócios é formado em Gastronomia, além de gostar muito de pizza, adquiriu conhecimento teórico e prático do setor de alimentos e acredita que uma pizzaria, nesse bairro, é um negócio viável e rentável, pois percebe que a demanda por esse tipo de produto é grande e continuará em crescimento.

O público-alvo são as pessoas, familiares e amigos, que frequentam o comércio local, os moradores da cidade e das cidades vizinhas, além dos turistas que visitam o Parque Serra da Capivara o ano todo.

O empreendimento tem o propósito de oferecer uma pizza saudável, massa de fabricação caseira, feita no próprio estabelecimento, nas versões tradicional e light, produzida com insumos frescos e de qualidade. As pizzas serão servidas em um ambiente climatizado, agradável e acolhedor, também oferecendo a opção de serviço de entrega a domicílio, facilitando a vida de muitos clientes que querem pizza, mas não querem ou não podem sair de casa.

A pizzaria inicialmente é de pequeno porte, com três funcionários, sendo um garçom, um pizzaiolo e um auxiliar de limpeza. O ambiente é espaçoso e comportando quinze mesas com quatro cadeiras cada, ou seja, sessenta lugares disponíveis para seus clientes. Apesar de se iniciar pequena, a empresa buscará continuamente crescimento frente ao mercado, conquistando público de todas as idades e classes sociais, estimando um crescimento de pelo menos 20% de lucro ao ano.

6.3 DADOS DA EMPRESA

Nome: Pizzaria Campinho

Endereço: Rua José Diógenes da Silveira, S/N, Bairro São Félix

Endereço Eletrônico: www.pizzariacampinho.com.br

Endereço Facebook: Pizzaria Campinho

Endereço Instagram: Pizzaria Campinho

Telefone: (89) 3582- 1254

E-mail para contato: pizzariacampinho@gmail.com

6.4 DADOS DOS DIRIGENTES

SÓCIO 1

Nome: Carla Campinho Negreiros

Profissão: Gastrônoma

E-mail: carlacampinho@gmail.com

Responsabilidade no projeto: Gerenciar a cozinha e Administrador financeiro.

SÓCIO 2

Nome: Carlos Alberto de Negreiros

Profissão: Comerciante

Responsabilidade no projeto: Caixa e Marketing

E-mail: carlosalberto12@gmail.com

6.5 MISSÃO

Oferecer uma pizza saborosa, feita com produtos de alta qualidade, garantindo um bom atendimento e um ambiente agradável, para melhor satisfazer nossos clientes.

6.6 VISÃO

É ser referência no segmento de pizzaria na cidade de São Raimundo Nonato, bem como no atendimento, criatividade e qualidade dos produtos.

6.7 DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

O diferencial da Pizzaria Campinho é a inovação de pizzas lights no mercado da cidade, produzida com ingredientes de baixa caloria, com mais fibra e com opções diferenciadas e criativas coberturas. Essas pizzas além de muito saborosa e mais saudável, será feita para pessoas que fazem dieta, que tenham restrições alimentares ou até mesmo para quem prefere comer de uma forma mais leve.

As pizzas oferecidas serão produzidas com ingredientes de qualidade e oferecidas entre os tamanhos: pequena, média, grande e extragrande. A massa será bem macia com bastante molho e cobertura a fim de ser atrativa e bem saborosa, com opção de borda recheada com catupiry, assada em forno a lenha, com rapidez na preparação e entrega a domicílio, para melhor satisfazer os clientes e se tornar referência no mercado.

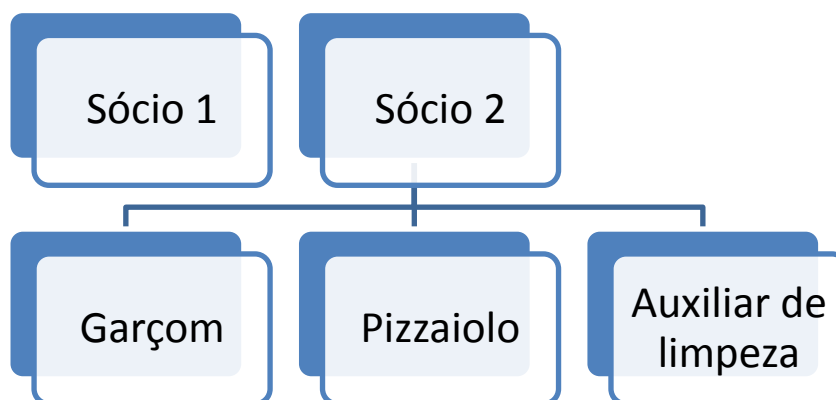
6.8 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL E LEGAL

A “Pizzaria Campinho” será devidamente registrada nos órgãos competentes de registro de empresas, pois esta é a forma jurídica mais adequada de sociedade empresária para exploração de empreendimento de micro, pequena e médio porte e será tributada pelo Simples. Terá a licença de funcionamento e a vistoria da Vigilância Sanitária. Será cumprida todas as obrigações exigidas pelas legislações fiscais, trabalhistas, previdenciárias e empresariais.

Descrição de aspectos funcionais:

- a) **Estrutura funcional, diretoria, gerência e staff:** A estrutura funcional será composta por poucos funcionários, mas com atendimento ágil e eficaz, sendo que os sócios serão os gerentes, um garçom, um pizzaiolo e uma auxiliar de limpeza, conforme o fluxograma a seguir:

Figura 04: Organograma da Empresa



Fonte: Dados conforme pesquisa, 2017

b) Descrição das respectivas funções:

-Sócio 1: terá que supervisionar as operações da cozinha, orientar e treinar os funcionários, supervisionar a higiene e manipulação de alimentos, elaborar cardápio a cada trimestre, testar receitas e custos, controlar os horários dos funcionários, elaborar as fichas técnicas, fazer os inventários da cozinha, supervisionar a apresentação da pizza.

-Sócio 2: irá autorizar e efetuar as compras semanalmente, supervisionar o estoque e conservação dos produtos, ter contato com os fornecedores, resolver todas as questões do caixa, administrar o financeiro e divulgar o negócio por meios tecnológicos.

-Garçom: irá garantir a arrumação das mesas e do salão, fiscalizar as toalhas, talheres, louças e outros itens de mesa, servir os clientes da forma que foi orientado pelos dirigentes, anotar os pedidos, servir os clientes de forma prestativa, seguir padrões da pizzeria quanto ao uniforme, serviço e informações aos clientes e fazer serviço *delivery*.

-**Pizzaiolo:** terá que preparar *mise in place* dos alimentos, preparação das pizzas, estar atento ao tempo de entrega da pizza.

-**Auxiliar de limpeza:** terá que manter todas as áreas da pizzeria em perfeitas condições de higiene.

- c) **Descrição da unidade fabril:** O empreendimento será montado em terreno próprio, no Bairro São Félix. Inicialmente terá a capacidade de quinze mesas e sessenta assentos, com expediente das 18h00min até 24h00min, de terça a domingo.

6.9 ANÁLISE DE MERCADO

Na cidade de São Raimundo Nonato existe hoje seis pizzarias e no bairro São Félix não existe nenhuma.

A localização da pizzeria Campinho é na rua principal do bairro, com fácil acesso, o que permite que os moradores do próprio bairro e de bairros circunvizinhos sejam os consumidores em potenciais.

O Bairro São Félix é um bairro bastante conhecido e bem populoso. Famoso pelos seus festejos, possui muitas residências, padarias, lanchonetes, mercados pequenos e bares, todos eles funcionam somente durante o dia. Também tem a vantagem de ser próximo ao centro da cidade, de fácil acesso e seguro.

6.9.1 MERCADO CONSUMIDOR

O público alvo é formado por moradores da cidade e região, a partir de todas as idades, de níveis sociais e poder aquisitivo, que procuram saborear uma pizza de qualidade em um ambiente agradável, com a família ou em grupos com amigos.

6.9.2 MERCADO CONCORRENTE

Foram observadas seis pizzarias na cidade, com os dados coletados foi analisada a concorrência e verificado as possibilidades do mercado.

Concorrente A

Seu funcionamento é todos os dias da semana das 18h00 às 24h00.

O local é grande, limpo, com boa iluminação. Possui 60 lugares, tem espaço suficiente entre as mesas, possui uma sala com televisão e brinquedos para crianças, além de três banheiros, um especial para deficientes. É referência na cidade, já ganhou um prêmio em uma Feira Gastronômica de melhor pizza. O atendimento é bom, funcionários uniformizados e prestativos, o tempo de permanência do cliente é de 1h15min. O cardápio é extenso com muitas opções de sabores. A pizza possui uma massa macia, com uma boa textura e com bastante cobertura.

Conclusão: A casa possui uma boa demanda, pizzas saborosas e preço mais elevado.

Concorrente B

Seu funcionamento é de quarta-feira a segunda-feira, das 11h00 à 24h00.

O ambiente é climatizado, bastante espaçoso, possui 50 lugares e dois banheiros. Possui um atendimento rápido, o tempo de permanência é de 40 minutos. O cardápio é dividido entre churrascos e pizzas, possui muitas opções de sabores e preços baixos.

Conclusão: O estabelecimento é agradável, sua demanda fica dividida entre o churrasco, bom para quem pretende comer rápido, porém produtos de pouca qualidade.

Concorrente C

Seu funcionamento é durante todos os dias da semana, das 18h00 às 24h00.

O ambiente é limpo, tranquilo, espaçoso e possui 70 lugares. O atendimento é rápido, tempo de permanência de 30 minutos. O cardápio é atrativo, com muitas opções de sabores de pizza, esfiha, lanches e hambúrguer. Oferece uma pizza de massa fina e seca, com pouca cobertura e a borda dura.

Conclusão: A casa é agradável, porém a pizza não é satisfatória.

Concorrente D

Seu funcionamento é de terça-feira a domingo, das 11:30 às 24h00.

O ambiente é limpo, bastante movimentado, pouco espaçoso e possui 80 lugares. O atendimento é prestativo, o tempo de permanência é de 1 hora. O cardápio possui muitas opções de sabores de pizza, churrasco e aperitivos. A pizza é saborosa, com bastante cobertura, boa textura e maciez na massa.

Conclusão: O estabelecimento é muito movimentado, porém sua especialidade é churrasco e bebidas.

Concorrente E

Seu funcionamento é de terça-feira a domingo, das 18h00 às 24h00.

O estabelecimento é na casa do proprietário, bem localizada no centro da cidade, possui em média 40 lugares, limpa e acolhedora. É oferecida uma pizza bem úmida e saborosa. Tempo de permanência de 40 minutos. Tem um bom atendimento, rápido e prestativo. O cardápio é atrativo e possui bons preços.

Conclusão: O lugar, apesar de ser em uma residência, apresenta pizza de boa qualidade com preços justos.

Concorrente F

Seu funcionamento é de terça-feira a domingo, das 18h00 às 24h00.

Possui um ambiente aconchegante, tranquilo, com 50 lugares, organizada e limpa. A pizza oferecida é de qualidade com bastante cobertura e massa fina. O atendimento é um pouco demorado, porém prestativo. Tempo de permanência de 1 hora e 10 minutos. O cardápio tem várias opções de sabores e com ótimos preços.

Conclusão: A casa é agradável, porém mais distante do centro.

6.9.3 MERCADO FORNECEDOR

Os fornecedores serão preferencialmente da região, para garantir alimentos mais frescos e de qualidade, que fazem a diferença nas preparações. A motivação na escolha dos fornecedores será a fidelidade no

produto final de entrega, qualidade, formas de pagamento e referência no mercado.

Busca-se ter bom relacionamento com fornecedores e manter um cadastro, para garantir que não falte produtos e que as entregas tenham seus prazos respeitados.

As compras serão efetuadas a partir de uma pesquisa de preços entre os cadastrados e será realizada no fornecedor que mantenha sua qualidade, que entregue no prazo menor e que queira manter um bom relacionamento com o estabelecimento.

6.9.4 SWOT/FOFA

A análise de SWOT/FOFA (*strengths*/pontos fortes, *weaknesses*/fraquezas, *opportunities*/oportunidades, *threats*/ameaças) é fundamental ao planejar um negócio, pois identifica se o empreendimento está preparado para enfrentar e vencer os desafios e riscos que podem surgir, e, assim, instruir métodos para solucionar adversidades futuras.

Descreve-se cada uma delas como sendo:

- *Strengths* (**forças**) – são as vantagens internas da empresa em relação às concorrentes. No caso da pizzaria campinho tem-se: qualidade do produto oferecido, bom serviço prestado ao cliente, localização de fácil acesso, prédio comercial próprio e uma das sócias é gastrônoma.
- *Weaknesses* (**fraquezas**) – são desvantagens internas da empresa em relação às concorrentes. Marca desconhecida, falta de conhecimento de gestão pelos sócios
- *Opportunities* (**oportunidades**) – são aspectos externos ao negócio, que são positivos e podem potencializar a vantagem competitiva da empresa. Como demanda crescente no mercado, aumento de turistas, mudança de hábitos alimentares e preocupação com alimentação saudável.
- *Threats* (**ameaças**) – são aspectos externos negativos que podem por em risco a vantagem competitiva da empresa. Como concorrência consolidada, novos competidores e rotatividade de funcionários.

A Tabela abaixo especifica melhor:

Tabela 1: SWOT/FOFA

FORÇAS	FRAQUEZAS
Qualidade do produto	Marca desconhecida
Atendimento de qualidade	Inexperiência na gestão empresarial
Formação do sócio em Gastronomia	
Localização de fácil acesso	
Prédio comercial próprio	
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Demanda de mercado	Concorrência consolidada
Mudança nos hábitos alimentares	Novos competidores
Aumento de visitantes na cidade	Rotatividade de funcionários
Preocupação com alimentação saudável	

Fonte: Dados conforme pesquisa, 2017

O lado positivo do empreendimento é que a localização é de fácil acesso, o ponto comercial é próprio, reduzindo gastos com aluguel, tem uma boa demanda, a produção será de alta qualidade e variedade, um sócio com formação em Gastronomia, o que se tornar um diferencial ao negócio, com inovação de pizzas *lights*, o que pode atrair mais consumidores que optam por essa preferência.

É considerada uma boa oportunidade, pois além da mudança nos hábitos alimentares e o crescimento da alimentação fora do lar pelas quais a sociedade brasileira vem passando, já está consagrada a aceitabilidade

desse produto no mercado, além disso o potencial desenvolvimento da cidade com o funcionamento do Aeroporto e, assim, aumento do número de turistas visitando o Parque Serra da Capivara.

A principal ameaça é a concorrência, pois na cidade de São Raimundo Nonato/PI tem um total de seis pizzarias que já estão no mercado há algum tempo, com bom preço, além de outros empreendimentos na área da alimentação como restaurantes, churrascarias, bares etc.

6.10 PLANO DE MARKETING

De acordo com Chiavenato (2012), de nada adianta saber fabricar um bom produto ou prestar um bom serviço, é preciso também saber colocá-lo no mercado e conseguir convencer as pessoas a comprá-lo. O marketing constitui o principal elo entre o empreendedor e o cliente.

A empresa terá como diferencial competitivo como o bom atendimento ao cliente, o serviço *delivery* com rapidez e segurança, e o melhor produto de qualidade da região. Além disso, serão atendidas as necessidades dos clientes, em ocasiões comemorativas, tais como aniversários, despedidas, reuniões, batizados, casamentos e outros.

6.10.1 ESTRATÉGIA DE MARKETING

O site www.pizzariacampinho.com.br será o maior divulgador da marca e disponibilizará informações sobre a pizzaria, sua missão, seus objetivos, funcionários e os produtos oferecidos. As redes sociais, como instagram, facebook, WhatsApp e blog, estarão sendo alimentadas com postagens e anúncios, será utilizado o apelo de imagens de pizzas atrativas e promoções online, estimulando sempre novos seguidores, Também será feita propaganda nas rádios, convidando os moradores a conhecer a nova pizzaria da cidade e, os carros de som que circulam pelas ruas da cidade com maior movimentação, recurso muito comum na cidade e com grande potencial de persuasão, anunciando as promoções da pizzaria, o endereço e horário de

funcionamento, tudo isso para o empreendimento se tornar bastante conhecido e bem frequentado.

6.10.2 O PRODUTO

A pizza será de boa qualidade, com ingredientes de referência e regional, para que o cliente se sinta satisfeito e opte por voltar mais vezes. A pizza tradicional será produzida com massa fina, com bastante cobertura e variedades de sabores. A versão da pizza *light* será produzida com massa feita de farinha integral e recheada com ingredientes com baixa caloria, utilizando um forno a lenha para proporcionar aos clientes pizzas crocantes e mais saborosas.

O cardápio:

Pizza Tradicional: caipira, portuguesa, calabresa, bacon, quatro queijos, nordestina, marguerita, napolitana, atum e sanraimundense.

Pizza Light: brócolis com ricota, peito de peru, couve com palmito, champignon com mussarela e frango com rúcula

Pizza Doce: banana com doce de leite, maçã caramelizada, brigadeiro, chocolate com morango e beijinho.

Para esse empreendimento se efetivar, é preciso planejar, pois o investimento é alto, são necessárias máquinas, equipamentos e capital de giro. Acreditar que só a pizza de qualidade não garante o sucesso do negócio. Por ser um prato apreciado por todas as classes sociais, as oportunidades de negócios surgem com facilidade e com crescimento no mercado, portanto, precisamos saber o desejo do cliente, buscando inovações para satisfazê-los.

6.10.3 O SETOR

Será de acordo com que cada sócio tenha suas tarefas dentro da empresa, não que um sócio não possa ter acesso permitido a área do outro.

O sócio 1 com formação em Gastronomia é responsável pela parte interna, estará sempre presente na cozinha, supervisionando todos os serviços, evitando desperdícios, controlando tempo de entrega e verificando a padronização da pizza.

O sócio 2 será o responsável pelo gerenciamento das finanças, controlar o estoque e calcular os lucros previstos, tendo contato com fornecedores, terá a responsabilidade de controlar o movimento do caixa, pagamentos e entradas extras, fazer relatórios e divulgar os eventos que irão acontecer ou promoções, através de contatos nas rádios, e-mail, carro de som, entrega de *flyers*, ou seja, estará mais presente na parte comercial e de divulgação.

6.10.4 VANTAGENS COMPETITIVAS

- Estabelecimento próprio
- Localização
- Formação Gastronômica pouco explorada nesse ramo
- Tendência de consumir produtos *lights*
- Possibilidade de o cliente retornar

6.10.5 PLANOS DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

A Pizzaria Campinho estará analisando o maior consumo de sabor da pizza, inovando o cardápio para melhor agradar os clientes e também fazendo treinamentos com os funcionários para melhor atendimento da equipe.

6.10.6 PREÇO

O custo indica o mínimo que um produto pode custar sem que sua venda traga prejuízo para a empresa. Através da análise do perfil do consumidor alvo é possível identificar suas principais características e necessidades e então estudar o valor propício que esse cliente poderá gastar, que de fato não depende de sua renda e sim do valor que se agrega ao produto.

A elaboração e utilização das fichas técnicas (Apêndice C) são fundamentais no processo de avaliação e controle de custos e definição dos preços. Portanto, os preços definidos serão os resultados dos valores gastos, inclusive mão-de-obra especializada e conciliar com os preços da concorrência.

6.10.7 RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES

A empresa estará sempre disponível para satisfazer os clientes, trazendo inovações de pizzas, fazendo um bom atendimento, esquematizando estratégias de fidelização, preservando canais de conversa com o cliente como mandar e-mail em datas comemorativas, informá-lo de alguma novidade da pizzeria, desta forma disponibilizando um e-mail para reclamações e sugestões, tudo para atrair-los ao nosso estabelecimento de forma que se sintam receptivos e bem saciados.

6.11 PLANO OPERACIONAL

Para melhor desenvolvimento no decorrer do serviço de trabalho, os sócios gestores distribuíram atividades para cada funcionário, com o objetivo de facilitar o andamento da ação e desempenho do grupo como um todo.

6.11.1 PLANEJAMENTO DAS ATIVIDADES

As atividades da pizzeria Campinho ocorrerão nos dias de terça-feira e irão até domingo, totalizando seis dias de funcionamento por semana. O horário de entrada dos funcionários será às 16h00min, para que comecem a preparar o *mise en place* dos alimentos, organizando as mesas e cadeiras do salão, higienizando o ambiente e utensílios, e estarem prontos para o atendimento que se iniciará às 18h00min. O horário de saída será às 23h30min após a organização do ambiente para o dia seguinte.

A parte gestora do empreendimento se dedicará em tempo integral, para eventuais suportes e auxílio na produção, iniciando suas atividades às 13h00min na parte administrativa e depois na supervisão dos serviços, a partir da chegada dos funcionários.

O atendimento direto ao cliente será feito pelo garçom, o sócio 2 irá realizar os pedidos por telefone fixo e via WhatsApp.

As atividades de cada funcionário serão bem estudadas, para se obter um bom desenvolvimento, diminuir as falhas e não comprometer com a atividade de outros funcionários.

A gestora 1, fará um livro de fichas técnicas para padronizar as pizzas, caso o pizzaiolo tenha dúvida na preparação, ou até mesmo com a sua ausência deste, ou imprevistos, outro funcionário venha a substituí-la e obter a demanda, mantendo o padrão. Ela também fará todo o acompanhamento de preparo e pré-preparo das pizzas, para garantir a qualidade e padrão pré-estabelecidos.

As compras serão efetuadas semanalmente, conforme demanda e necessidades, pelo gestor Carlos Alberto, dessa maneira pretende-se evitar compras desnecessárias ou sobras, efetivando o controle de gastos, e sempre tendo disponível alimentos e hortaliças frescos com boa qualidade.

6.11.2 CAPACIDADE PRODUTIVA

Para a análise da capacidade produtiva foram consideradas as quantidades de máquinas, móveis, utensílios instalados e quadro de pessoal. De acordo com o conhecimento de um gastrônomo, as instalações projetadas e o capital investido proporcionam um atendimento de 60 pessoas por dia no estabelecimento, com o serviço *delivery* a demanda pode variar entre 15 e 20 pedidos.

6.12 PLANO FINANCEIRO

Nesse trecho do plano de negócio é demonstrado tudo que envolve o dinheiro, investimento e recebimento, da empresa. Os dados são apresentados em tabelas resumidas, como o desempenho da empresa ou da projeção do que se espera dela (com base no mercado, concorrentes), o fluxo de caixa, lucro ou prejuízo, o investimento realizado, enfim, todo dinheiro gasto ou recebido (ou que será gasto/recebido) organizado de modo que possa ser visualizado de maneira lógica e simples, em que os gestores consigam fazer análises e que os ajude a tomar as melhores decisões, para que a empresa possa prosperar com segurança.

Segundo Biagio e Batocchio (2005), com a demonstração financeira e o planejamento financeiro é possível estabelecer e cumprir as metas, ou redefini-las se isso for necessário.

6.12.1 INVESTIMENTO INICIAL

O investimento inicial do empreendimento visa definir os gastos com despesas pré-operacionais, móveis, utensílios, máquinas e equipamentos. O empreendimento está em fase preliminar e para se obter todos os equipamentos necessários é preciso definir bem o investimento inicial, para que os gastos não sejam elevados.

Para melhor conhecimento de valores, foram feitas pesquisas em sites de internet especializados e em lojas da cidade para avaliar os preços médios do mercado e contando com um especialista em reformas e instalações para estimativa de despesas em reformas.

No empreendimento, o investimento inicial será no valor de R\$ 50.000,00, com recursos próprios dos dois sócios, e de R\$ 50.000,00 que serão financiados em banco.

1. Despesas pré-operacionais:

Essas despesas foram estimadas por dados pesquisados sites especializados e profissionais especializados na área.

Tabela 2: Despesas pré-operacionais

DESPESAS	VALORES
Reforma e Pintura	2.000,00
Instalações	1.000,00
Legislação da Empresa	2.300,00
Divulgação	1.700,00
TOTAL	7.000,00

Fonte: Elaborado pelo autor

2. Móveis e Utensílios

A quantidade de móveis e utensílios necessários e seus preços para esse tipo de produção foram pesquisados em sites de internet especializados nesse ramo.

Tabela 3: Móveis e Utensílios

MÓVEIS E UTEN.	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO R\$	VALOR TOTAL R\$
Mesas	20	189,99	3.799,80
Cadeiras	60	31,00	1.860,00
Bancada de inox	2	585,00	1.170,00
Computador	1	958,00	958,00
Material de Cozinha (pratos, garfos, facas)	1	6.200,00	6.200,00
Estante	1	1.300,00	1.300,00
Porta Guardanapos	40	8,50	340,00
Toalhas de Mesa	20	6,25	125,00
Lixeiras	3	50,00	150,00
Aventais	6	35,00	210,00
Bandanas	6	10,00	60,00
Balcão com Pia	2	360,00	720,00
Climatizador	2	819,00	1.638,00
Material Descartável	1	80,00	80,00
Panelas	10	140,00	280,00
Formas	30	440,00	440,00
Caixas de embalagem	500	1,25	625,00
			27.776,60

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017

O investimento pré-operacional pode ser encarado com alto valor, porém é de alta relevância para o desempenho das atividades desenvolvidas.

3. Máquinas e Equipamentos

As máquinas e equipamentos foram também pesquisados em sites de internet com o intuito de analisar os preços do mercado. O conhecimento do gerente gastrônomo foi fundamental para a escolha das máquinas e equipamentos, pois assim obteve uma melhor visualização nos procedimentos que serão efetuados durante a produção.

Tabela 4: Máquinas e Equipamentos

MÁQUINAS E EQUIP.	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Amassadeira Elétrica	1	1.400,00	1.400,00
Ralador de Queijo	2	139,00	278,00
Fatiador de Frios	1	849,00	849,00
Liquidificador	1	129,00	129,00
Forno a Lenha	1	2.400,00	2.400,00
Microondas	1	320,00	320,00
Balança	1	119,00	119,00
Freezer	2	1.782,00	3.564,00
Geladeira	2	1.269	2.538,00
Fogão	1	759,00	759,00
Telefone	1	70,00	70,00
Celular	1	600,00	600,00
Gaveta para Dinheiro	1	199,00	199,00
Prateleiras	3	500,00	1.500,00
			14.725,00

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017

4. Aporte Financeiro Inicial

Concluindo as estimativas de custos iniciais do negócio com despesas pré-operacionais, móveis e utensílios necessários, bem como máquinas e equipamentos, calcula-se que o total de valor de investimento inicial necessário é de R\$ 42.571,60 para dar início as atividades da empresa, mais o capital de giro R\$ 57.428,40, totalizando 100.000,00.

6.13 ESTIMATIVA DE CUSTOS

Para Biagio e Batocchio (2005), os custos e despesas devem ser abordados do ponto de vista financeiro, ou seja, avaliando a evolução dos custos em relação ao desempenho financeiro da empresa.

6.13.1 CUSTOS FIXOS

São todos os custos que não dependem ou não variam em relação ao que foi produzido ou vendido pela empresa (BIAGIO, BATOCCHIO,2005).

A estimativa de custos fixos foi realizada com base de levantamento de informações de mercado, análise dos concorrentes. A Tabela 5 apresenta uma estimativa para os cinco primeiros anos de vida da empresa.

Tabela 5- Custos Fixos Mensais

DESCRIÇÃO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Pró-labore	1.500,00	2.000,00	2.500,00	2.800,00	3.000,00
Salários	5.811,00	6.090,00	6.320,00	6.500,00	6.800,00
FGTS	337,00	365,00	394,00	436,00	472,00
Contador	200,00	220,00	240,00	260,00	280,00
Água	150,00	170,00	200,00	230,00	270,00
Energia	170,00	190,00	210,00	230,00	250,00
Gás	120,00	140,00	160,00	180,00	200,00
Lenha	300,00	350,00	400,00	450,00	500,00
Manutenção	50,00	60,00	70,00	80,00	90,00
Internet	120,00	140,00	160,00	180,00	200,00
IPTU	110,00	120,00	130,00	140,00	150,00
TOTAL	8.868,00	9.845,00	10.784,00	11.486,00	12.212,00

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017

6.13.2 CUSTOS VARIÁVEIS

São todos os custos que dependem ou variam em relação ao que foi produzido ou vendido pela empresa (BIAGIO, BATOCCHIO,2005).

Na elaboração de estimativas de custos variáveis para o negócio, foram considerados como custos variáveis os custos da matéria prima (insumos) para a produção de pizzas, juntamente com os custos da embalagem (caixas). O custo variável foi elaborado de acordo com a previsão de receitas avaliadas pela empresa para os próximos anos.

Com relação aos custos de insumos, a dificuldade de estimar valores exatos de custos para o cardápio com muitas opções, levou-se a utilização de um valor médio, levando em consideração que a pizza é produzida por tamanhos diferentes. O valor médio de custo da pizza é em torno de R\$ 12,79

tendo em vista as opções de tamanho de 35 cm, 40 cm e 45 cm de diâmetro. O valor médio da unidade da caixa é de R\$ 1,80 já com a parte gráfica.

Na tabela 06, estão apresentadas as exibições de custos para os próximos cinco anos, referente a insumos, bebidas, assim como o custo gráfico das embalagens e o valor de custos variáveis estimados.

Tabela 06- Custo Variável Mensal

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Unidades Vendidas	1130	1700	2400	3270	3700
Insumos	R\$ 13.500,00	R\$ 19.109,00	R\$ 25.300,00	R\$ 30.250,00	R\$ 35.600,00
Bebidas	R\$ 1.400,00	R\$ 1.980,00	R\$ 2.560,00	R\$ 2.967,00	R\$ 3.600,00
Caixas	R\$ 1.390,00	R\$ 2.100,00	R\$ 2.680,00	R\$ 3.245,00	R\$ 3.900,00
Total /Mês	R\$14.390,00	R\$20.400,00	R\$26.980,00	R\$32.589,00	R\$39.120,00
Total /Ano	R\$193.430,00	R\$307.000,00	R\$395.890,00	R\$401.659,00	R\$630.123,00

Fonte: Elaborado pelo autor, 2017

6.14 PONTO DE EQUILÍBRIO

O ponto de equilíbrio representa a quantidade de vendas que o negócio precisa produzir mensalmente para gerar receitas suficientes para pagar os custos variáveis e fixos que tiver durante em um mês, ou seja, a igualdade das receitas com esses custos é não obter lucro, porém não ter prejuízo.

Com isso a empresa identifica se ocorrer de ter um número de vendas menor que o número do ponto de equilíbrio a empresa teve prejuízo, porém se a empresa tiver um número de vendas maior do que o ponto de equilíbrio a empresa obteve lucro no decorrer do determinado mês.

6.15 CÁLCULO DE VIABILIDADE

Embasado na avaliação da previsão de receitas e de custos fixos e variáveis, é possível calcular que o período playback do empreendimento é de

7,4 meses. Portanto em 7,4 meses após o início nas atividades na empresa o investimento inicial de R\$ 100.000,00 será recuperado.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os conhecimentos obtidos no curso Tecnólogo em Gastronomia foram enaltecidos o poder e a importância para um bom planejamento perante as decisões. Para o desenvolvimento deste plano de negócio, esse conhecimento foi imprescindível ao elaborar todos os detalhes que existem na realidade de uma pizzeria de forma teórica.

Ao detalhar as necessidades operacionais do empreendimento, foram identificadas as dificuldades e oportunidades do mercado. Portanto, a necessidade de dados reais sobre o mercado, impulsionou a autora a realizar pesquisas no setor, nos concorrentes, fornecedores e clientes.

Em vista ao mercado, observou-se que em São Raimundo Nonato possui vários empreendimentos na área da alimentação, mesmo assim a implantação de uma pizzeria no bairro São Felix é uma opção de investimento rentável.

Com o plano de negócio pronto, contendo plano estratégico, de marketing, operacional e o financeiro, e análise dos dados dos concorrentes e da pesquisa com o público alvo, foi possível verificar com clareza as vantagens e desvantagens, assim a Pizzaria Campinho pode se firmar no mercado, preenchendo uma lacuna, verificada na pesquisa, de um empreendimento oferecendo pizzas com ingredientes escolhidos com foco na sua qualidade, oferecendo alimentos saudável, mesmo no estilo fast food, ao povo sanraimundense.

Através dos cálculos de viabilidade é possível identificar retorno de investimento em 7,4 meses, sendo assim o negócio é viável. Apesar dos índices mostrarem bons resultados é preciso cautela para investir. Portanto, avaliação financeira do projeto deve ser feita por um contador com experiência no setor alimentício, mais especificamente em pizzeria, para diminuir os riscos de investimento para os sócios.

Por fim, concluiu-se que a implantação da pizzeria em São Raimundo Nonato, no bairro São Felix, é viável, pois o plano de negócio equivale ao empreendimento e coopera para que os sócios gerenciem de modo supremo o negócio, o que ajudará no sucesso da pizzeria.

REFERÊNCIAS

ABRASEL. **Alto consumo com alimentação fora do lar beneficia franquias do setor.** 26/06/2015. Disponível em: <<http://www.abrasel.com.br/component/content/article/7-noticias/3592-26062015-alto-consumo-com-alimentacao-fora-do-lar-beneficia-franquias-do-setor.html>>. Acesso em: 11 nov. 2015.

ADMINISTRADORES. **Alto consumo com alimentação fora do lar beneficia franquias do setor.** 03/06/2015. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/mobile/noticias/negocios/alto-consumo-com-alimentacao-fora-do-lar-beneficia-franquias-do-setor/>>. Acesso em: 28 jan. 2017.

BARON, R. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo.** São Paulo: Cengage Learning, 2013. p.185.

BIAGIO, L. A.; BATOCCHIO, A. **Plano de Negócios:** estratégia para micro e pequenas empresas. Barueri, SP: Manole, 2005.

BRANDÃO, Virgínia. **História da Pizza.** 14/05/2016. Disponível em: <http://correiogourmand.com.br/info_01_cultura_gastronomica/>. Acesso em: 23 dez. 2016.

BRITO, D.F. et al. **Plano de Negócios para a viabilidade de implantação de uma pizzaria.** 2013. 72f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Faculdade Estácio de Sá Goiás, Goiânia, 2012. [Orientador: Prof. Sandro Rodrigues de Oliveira]

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 4.ed. São Paulo: Manole, 2012, p.150.

DONO DA NOTÍCIA. **Aeroporto de São Raimundo Nonato promete incrementar o turismo.** 28/10/2015. Disponível em: <<http://www.donodanoticia.com/aeroporto-de-sao-raimundo-promete-incrementar-o-turismo-na-regiao-092501.html>>. Acesso em: 02 abr. 2017.

DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócios.** 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na Prática.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

FATURAMENTO DO SETOR. **Alimentação fora do lar.** 20/07/2014. Disponível em: <<http://www.alimentacaoforadolar.com.br/faturamento-do-setor/>>. Acesso em: 02 fev. 2017.

IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares.** 19/05/2004. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/19052004pof2002html.shtm>>. Acesso em: 02 de fev. 2017.

CARVALHO JÚNIOR, D. A. **Serra da Capivara:** um pouco de história, num destino turístico de muita pré-história. In: XXVII SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA CONHECIMENTO HISTÓRICO E DIÁLOGO SOCIAL, 2013, Natal. Anais... Natal, 2013. Disponível em: <<http://www.snh2013.anpuh.org/site/anaiscomplementares#D>>. Acesso em: 01 abr. 2017.

LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.p.55.

MANNA, H.R. **Plano de Negócios para abertura de Pizzaria na zona norte da cidade de Porto Alegre**.2011.64f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul Escola de Administração, Porto Alegre, 2011. [Orientador: Prof. Dr. Fernando Dias Lopes]

MARICATO, P. **Como montar e administrar bares e restaurantes**. 9.ed. São Paulo: SENAC, 2007, p.204.

MOBILE VALOR. **Alimentação concentra 20% da empresa no setor de serviços, nota IBGE** 23/09/2015. Disponível em: <<http://mobile.valor.com.br/brasil/4237816/alimentação-concentra-20-da-empresas-no-setor-de-servicos-nota-ibge/>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

PETITGASTRO. **História da Pizza, um dos pratos mais consumidos no mundo**. 21/02/2015. Disponível em: <<http://www.petitgastro.com.br/historia-da-pizza/&ei/>>. Acesso em: 07 dez. 2016.

SANTANA, A. L. **Origem da Pizza**. 10/07/2015. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/historia/pizza/>>. Acesso em: 02 nov. 2015.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SEBRAE. **Tendências na Alimentação**. 16/08/2016. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms/artigos/tendências-para-alimentacao-fora-do-lar/>>. Acesso em: 12 jan. 2017.

SEBRAE. **Como elaborar um Plano de Negócios**. Brasília, 2013.

SILVA, E. L.; MENESES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4ª. ed. rev. atual. Florianópolis: UFSC, 2005.

ZAMBERLAN, E.I.B. **Plano de Negócios para a implantação de uma pizzaria**. 2011.85f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Ijuí, 2011. [Orientadora: Ms. Eusélia Paveglio Vierira]

ZANELLA, L. C. **Instalação e Administração de Restaurantes**. São Paulo: Metha, 2007. p.352.

APÊNDICE A – CARDÁPIO



TELEFONE: (89) 3582-1254
WHATSAPP: (89) 98108-5488

Email: pizzariacampinho@gmail.com
 Rua José Diógenes da Silveira —
 bairro São Félix.

Pizza tradicional (massa tradicional)	Pequena	Média	Grande	Ext. grande
ATUM (atum, mussarela, tomate e azeitona)	22,00	28,00	32,00	40,00
BACON (mussarela, bacon, tomate, azeitona, catupiry e orégano)	23,00	28,00	32,00	42,00
CAIPIRA (frango, milho verde, mussarela, azeitona, tomate e orégano)	23,00	28,00	32,00	40,00
CALABRESA (mussarela, calabresa, cebola, tomate, orégano e azeitona)	23,00	28,00	32,00	42,00
MARGUERITA (mussarela, manjeriçã, tomate, azeitona e catupiry)	23,00	28,00	32,00	40,00
NAPOLITANA (presunto defumado, mussarela, tomate, azeitona, e orégano)	23,00	28,00	32,00	40,00
NORDESTINA (mussarela, carne de sol, tomate, cebola, azeitona, manjeriçã e orégano)	25,00	32,00	37,00	45,00
PORTUGUESA (mussarela, presunto, calabresa, milho, pimentão, cebola, tomate e azeitona)	23,00	28,00	32,00	42,00
QUATRO QUEIJOS (mussarela, provolone, gorgonzola, catupiry, manjeriçã e orégano)	23,00	28,00	32,00	42,00
Pizza Doce (massa	Pequena	Média	Grande	Ext. grande
BANANA COM DOCE DE LEITE (banana, doce de leite e chocolate em pó)	22,00	25,00	30,00	38,00
BEIJINHO (leite condensado com coco ralado, queijo mussarela e chocolate branco)	23,00	28,00	32,00	38,00
BRIGADEIRO (brigadeiro, chocolate ao leite em barra, leite condensado e cereja)	23,00	28,00	32,00	38,00
CHOCOLATE COM MORANGO (chocolate ao leite, morango e granulado)	23,00	28,00	32,00	38,00
MAÇÃ CARAMELIZADA (maçã, calda de açúcar, queijo mussarela e canela em pó)	23,00	28,00	32,00	38,00

Pizza Light (massa light)	Pequena	Média	Grande	Ext. grande
BRÓCOLIS COM RICOTA (brócolis, queijo, ricota e mussarela)	22,00	28,00	32,00	40,00
CHAMPIGNON (champignon, mussarela)	20,00	25,00	30,00	35,00
COUVE COM PALMITO (couve, palmito e mussarela)	23,00	28,00	32,00	40,00
FRANGO COM RÚCULA (couve, palmito e mussarela)	23,00	28,00	32,00	40,00
PEITO DE PERU (peito de peru, milho verde, mussarela e azeitona)	25,00	30,00	35,00	40,00
SUCOS	Com leite		Sem leite	
ABACAXI + HORTELÃ	4,00		5,00	
ABACAXI	4,00		5,00	
ACEROLA	4,00		5,00	
CAJÁ	4,00		5,00	
CAJÚ	4,00		5,00	
MARACUJA	4,00		5,00	
MANGA	4,00		5,00	
TAMARINDO	4,00		5,00	
BEBIDAS		PREÇO		
REFRI. COCA-COLA LATA		3,50		
REFRI. COCA-COLA 600ml		5,00		
REFRI. COCA-COLA 1l		7,00		
REFRI COCA-COLA 2l		8,50		
REFRI. GUARANÁ LATA		3,50		
REFRI. GUARANÁ 1l		4,00		
REFRI. GUARANÁ 2l		6,00		
REFRI. FANTA LATA		3,50		
REFRI. FANTA 1l		4,00		
CERVEJA 600ml—SKOL		7,00		
CERVEJA 600ml—BRAHMA		6,50		
ÁGUA MINERAL—COM GÁS E SEM GÁS		2,50		

AGRADECEMOS A PREFERÊNCIA!

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO PARA AVALIAÇÃO DO CONSUMO E PREFERÊNCIA DE SABOR DE PIZZAS

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS SÃO RAIMUNDO NONATO**

Professora: Monica Panetta

Aluna: Carla Campinho Negreiros

Curso: Tecnólogo em Gastronomia

QUESTIONÁRIO

O presente questionário tem por objetivo: avaliar o consumo e o sabor de preferência de pizza, consumidores, na cidade de São Raimundo Nonato-PI. As informações aqui coletadas não serão divulgadas de forma a identificar o entrevistado.

1.Sexo: 1.1()Feminino 1.2()Masculino

2.Escolaridade

3. Idade

()Analfabeto ou semianalfabeto

() 10 a 18 anos

()Ensino Fundamental

() 19 a 25 anos

()Ensino Médio

() 26 a 35 anos

()Ensino Superior

() 36 a 45 anos

()Pós Graduação

() 46 a 60 anos

() acima de 60 anos

4.Com que frequência você consome Pizza?

4.1 () Semanalmente 4.2 () Quinzenalmente

4.3 () Mensalmente 4.4 () Raramente

5.Qual a sua preferência de sabor por Pizza?

APÊNDICE C – FICHA TÉCNICA DE RECEITAS

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

TCC CARLA RECEITUARIO PADRAO - Ficha Técnica de Receitas					
Empresa: PIZZARIA CAMPINHO Receita: PIZZA SABOR MARGUERITA Cor Predominante: Grupo: Subgrupo: Culinária: Livro/Pág: Referência: 61 Rendimento: 1 Tamanho: P ☒ M ☐ G ☐ EG ☐ Peso da porção: g Tempo de Preparo: 30 Min Situação: ☐ Aprovada ☐ Reprovada ☒ Não Testada					
Etapa	Quant	Unid Consumo	Ingredientes	Custeio Unitário	Custo Total
Pré-preparo	1	und	Massa Tradicional	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Pré-preparo	1		Molho Base	R\$ 0,65	R\$ 0,65
Pré-preparo	200	g	Queijo mussarela	R\$ 31,00	R\$ 6,20
Pré-preparo	50	g	Tomate	R\$ 5,00	R\$ 0,25
Pré-preparo		g	Manjeriçao	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Pré-preparo		g	Orégano	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Pré-preparo	4	und	Azeitona	R\$ 2,00	R\$ 0,50
Pré-preparo	100	g	Requeijão cremoso	R\$ 39,70	R\$ 2,65
CUSTO TOTAL					R\$ 13,25
MODO DE PREPARO					
Em uma bandeja abrir a massa e acrescentar o molho base.					
Adicionar o queijo, requeijão cremoso, manjeriçao e tomate.					
Polvilhar com orégano e decorar com azeitona.					
Levar ao forno com 180°C por 15 minutos.					
Orientadora: Monica Panetta			Aluna: Carla Campinho Negreiros		

TCC CARLA RECEITUÁRIO PADRÃO - Ficha Técnica de Receitas					
Empresa: PIZZARIA CAMPINHO Receita: PIZZA SABOR PORTUGUESA Cor Predominante: Grupo: Subgrupo: Culinária: Livro/Pág: Referência: 63 Rendimento: 1 Tamanho: P ☒ M ☐ G ☐ EG ☐ Peso da porção: 30 g Tempo de Preparo: 30 Min Situação: ☐ Aprovada ☐ Reprovada ☒ Não Testada					
Etapa	Quant	Unid Consumo	Ingredientes	Custeio Unitário	Custo Total
Pré-preparo	1	und	Massa Tradicional	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Pré-preparo	1		Molho Base	R\$ 0,65	R\$ 0,65
Pré-preparo	200	g	Queijo mussarela	R\$ 31,00	R\$ 6,20
Pré-preparo	150	g	Presunto	R\$ 32,90	R\$ 1,41
Pré-preparo	1	und	Ovo	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Pré-preparo	50	g	Cebola	R\$ 3,50	R\$ 0,75
Pré-preparo		g	Orégano	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Pré-preparo	4	und	Azeitona	R\$ 2,00	R\$ 0,50
Pré-preparo	100	g	Milho verde	R\$ 2,00	R\$ 1,00
Pré-preparo	150	g	Linguiça calabresa	R\$ 13,00	R\$ 1,95
CUSTO TOTAL					R\$ 14,96
MODO DE PREPARO					
Em uma bandeja abrir a massa e acrescentar o molho base.					
Adicionar queijo, presunto, calabresa, milho verde, ovo e cebola.					
Polvilhar com orégano e decorar com azeitona.					
Levar ao forno com 180°C por 15 minutos.					
Orientadora: Monica Panetta			Aluna: Carla Campinho Negreiros		

[illegible]

TCC CARLA/RECEITUÁRIO PADRÃO - Ficha Técnica de Receitas					
Empresa: PIZZARIA CAMPINHO Receita: PIZZA SABOR CALABRESA Cor Predominante: Grupo: Subgrupo: Culinária: Livro/Pág: Referência: 65 Rendimento: 1 Tamanho: P ☒ M ☐ G ☐ EG ☐ Peso da porção: 30 g Tempo de Preparo: 30 Min Situação: ☐ Aprovada ☐ Reprovada ☒ Não Testada					
Etapa	Quant	Unid Consumo	Ingredientes	Custeio Unitário	Custo Total
Pré-preparo	1	und	Massa Tradicional	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Pré-preparo	1		Molho Base	R\$ 0,65	R\$ 0,65
Pré-preparo	200	g	Queijo mussarela	R\$ 31,00	R\$ 6,20
Pré-preparo	150	g	Linguiça calabresa	R\$ 13,00	R\$ 1,95
Pré-preparo		g	Orégano	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Pré-preparo	4	und	Azeitona	R\$ 2,00	R\$ 0,50
Pré-preparo	50	g	Cebola	R\$ 3,50	R\$ 0,75
Pré-preparo	50	g	Tomate	R\$ 5,00	R\$ 0,25
CUSTO TOTAL					R\$ 12,30
MODO DE PREPARO					
Em uma bandeja abrir a massa e acrescentar o molho base.					
Adicionar o queijo, a linguiça, cebola e tomate em rodela.					
Polvilhar com orégano e decorar com azeitona.					
Levar ao forno com 180°C por 15 minutos.					
Orientadora: Monica Panetta			Aluna: Carla Campinho Negreiros		

TCC CARLA RECEITUÁRIO PADRÃO - Ficha Técnica de Receitas					
Empresa: PIZZARIA CAMPINHO Receita: PIZZA SABOR NORDESTINA Cor Predominante: Grupo: Subgrupo: Culinária: Livro/Pág: Referência: 66 Rendimento: 1 Tamanho: ☒ P ☐ M ☐ G ☐ EG ☐ Peso da porção: 30 g Tempo de Preparo: 30 Min Situação: ☐ Aprovada ☐ Reprovada ☒ Não Testada					
Etapa	Quant	Unid Consumo	Ingredientes	Custeio Unitário	Custo Total
Pré-preparo	1	und	Massa Tradicional	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Pré-preparo	1		Molho Base	R\$ 0,65	R\$ 0,65
Pré-preparo	200	g	Queijo mussarela	R\$ 31,00	R\$ 6,20
Pré-preparo	150	g	Carne-de-sol	R\$ 19,90	R\$ 2,98
Pré-preparo		g	Orégano	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Pré-preparo	4	und	Azeitona	R\$ 2,00	R\$ 0,50
Pré-preparo	50	g	Cebola	R\$ 3,50	R\$ 0,75
Pré-preparo	50	g	Tomate	R\$ 5,00	R\$ 0,25
CUSTO TOTAL					R\$ 13,33
MODO DE PREPARO					
Em uma bandeja abrir a massa e acrescentar o molho base.					
Adicionar o queijo, a carne-de-sol, cebola e tomate em rodela.					
Polvilhar com orégano e decorar com azeitona.					
Levar ao forno 180°C por 15 minutos.					
Orientadora: Monica Panetta			Aluna: Carla Campinho Negreiros		

[illegible]

TCC CARLA RECEITUÁRIO PADRÃO - Ficha Técnica de Receitas

Empresa: PIZZARIA CAMPINHO

Receita: PIZZA SABOR QUATRO QUEIJOS

Cor Predominante:

Rendimento:

1

Grupo:

Tamanho: P ☒ M ☐ G ☐ EG ☐

Subgrupo:

Peso da porção:

30 g

Culinária:

Tempo de Preparo:

30 Min

Livro/Pág:

Situação: ☐ Aprovada

☐ Reprovada

☒ Não Testada

Referência:

68

Etapas	Quant.	Unid Consumo	Ingredientes	Custeio Unitário	Custo Total
Pré-preparo	1	und	Massa Tradicional	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Pré-preparo	1		Molho Base	R\$ 0,65	R\$ 0,65
Pré-preparo	100	g	Queijo mussarela	R\$ 31,00	R\$ 3,10
Pré-preparo	100	g	Queijo provolone	R\$ 27,25	R\$ 6,35
Pré-preparo	100		Queijo gorgonzola	R\$ 14,82	R\$ 7,41
Pré-preparo	100	g	Requeijão cremoso	R\$ 39,70	R\$ 2,65
Pré-preparo		g	Orégano	R\$ 1,00	R\$ 1,00
		I			
				CUSTO TOTAL	R\$ 22,10

MODO DE PREPARO

Em uma bandeja abrir a massa e acrescentar o molho base.

Adicionar os queijos.

Polvilhar com orégano.

Levar ao forno com 180 °C por 15 minutos.

Orientadora: Monica Panetta

Aluna: Carla Campinho Negreiros

[illegible]

TCC CARLA RECEITUÁRIO PADRÃO - Ficha Técnica de Receitas					
Empresa: PIZZARIA CAMPINHO Receita: PIZZA SABOR BRÓCOLIS COM RICOTA Cor Predominante: Grupo: Subgrupo: Culinária: Livro/Pág: Referência: 70 Rendimento: 1 Tamanho: ☒ P ☐ M ☐ G ☐ EG ☐ Peso da porção: 30 g Tempo de Preparo: 30 Min Situação: ☐ Aprovada ☐ Reprovada ☒ Não Testada					
Etapa	Quant	Unid Consumo	Ingredientes	Custeio Unitário	Custo Total
Pré-preparo	1	und	Massa Light	1,80	R\$ 1,80
Pré-preparo	1		Molho Base	R\$ 0,65	R\$ 0,65
Pré-preparo	100	g	Queijo mussela	R\$ 31,00	R\$ 3,10
Pré-preparo	100	g	Brócolis	R\$ 11,64	R\$ 0,78
Pré-preparo		g	Orégano	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Pré-preparo	4	und	Azeitona	R\$ 2,00	R\$ 0,50
Pré-preparo	100	g	Ricota	R\$ 7,89	R\$ 3,15
CUSTO TOTAL					R\$ 10,98
MODO DE PREPARO					
Em uma bandeja abrir a massa e acrescentar o molho base.					
Adicionar o queijo, brócolis e ricota.					
Polvilhar com orégano e decorar com azeitona.					
Levar ao forno com 180 °C por 15 minutos.					
Orientadora: Monica Panetta			Aluna: Carla Campinho Negreiros		

[illegible]

[illegible]

TCC CARLA RECEITUÁRIO PADRÃO - Ficha Técnica de Receitas

[illegible]

TOC CARLA RECEITUÁRIO PADRÃO - Ficha Técnica de Receitas					
Empresa: PIZZARIA CAMPINHO Receita: PIZZA SABOR FRANGO COM RÚCULA Cor Predominante: Grupo: Subgrupo: Culinária: Livro/Pág: Referência: 74 Rendimento: 1 Tamanho: P ☒ M ☐ G ☐ EG ☐ Peso da porção: 30 g Tempo de Preparo: 30 Min Situação: ☐ Aprovada ☐ Reprovada ☒ Não Testada					
Etapa	Quant	Unid Consumo	Ingredientes	Custeio Unitário	Custo Total
Pré-preparo	1	und	Massa Light	1,80	R\$ 1,80
Pré-preparo	1		Molho Base	R\$ 0,65	R\$ 0,65
Pré-preparo	100	g	Queijo mussrela	R\$ 31,00	R\$ 3,10
Pré-preparo	150	g	Frango desfiado	R\$ 8,00	R\$ 1,20
Pré-preparo		g	Orégano	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Pré-preparo	4	und	Azeitona	R\$ 2,00	R\$ 0,50
	100	g	Rúcula	R\$ 3,90	R\$ 3,90
CUSTO TOTAL					R\$ 8,25
MODO DE PREPARO					
Em uma bandeja abrir a massa e acrescentar o molho base.					
Adicionar o queijo, frango desfiado e rúcula.					
Polvilhar com orégano e decorar com azeitona.					
Levar ao forno com 180°C por 15 minutos.					
Orientadora: Monica Panetta			Aluna: Carla Campinho Negreiros		

TCC CARLA RECEITUÁRIO PADRÃO - Ficha Técnica de Receitas

Empresa:	PIZZARIA CAMPINHO		
Receita:	PIZZA SABOR BANANA COM DOCE DE LEITE		
Cor Predominante:		Rendimento:	1
Grupo:		Tamanho:	P ☒ M ☐ G ☐ EG ☐
Subgrupo:		Peso da porção:	30 g
Culinária:		Tempo de Preparo:	30 Min
Livro/Pág:		Situação:	☐ Aprovada ☐ Reprovada ☒ Não Testada
Referência:	75		

[illegible]

MODO DE PREPARO

Em uma bandeja abrir a massa.

Adicionar a banana em rodela e regar com doce de leite.

Polvilhar com chocolate em pó.

Levar ao forno com 180°C por 15 minutos.

Orientadora: Monica Panetta

Aluna: Carla Campinho Negreiros

TCC CARLA RECEITUÁRIO PADRÃO - Ficha Técnica de Receitas

[illegible]

[illegible]

TCC CARLA RECEITUÁRIO PADRÃO - Ficha Técnica de Receitas

Empresa:	PIZZARIA CAMPINHO				
Receita:	PIZZA SABOR BEIJINHO				
Cor Predominante:		Rendimento:	1		
Grupo:		Tamanho:	P ☒ M ☐ G ☐ EG ☐		
Subgrupo:		Peso da porção:	30 g		
Culinária:		Tempo de Preparo:	30 Min		
Livro/Pág:		Situação:	☐ Aprovada ☐ Reprovada ☒ Não Testada		
Referência:	78				

Etapas	Quant	Unid Consumo	Ingredientes	Custeio Unitário	Custo Total
Pré-preparo	1	und	Massa Tradicional	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Pré-preparo	150	g	Beijinho	R\$ 8,50	R\$ 3,31
Pré-preparo	100	g	Leite condensado	R\$ 7,50	R\$ 2,50
Pré-preparo	100	g	Chocolate branco em barra	R\$ 7,50	R\$ 2,50
Pré-preparo	100	g	Coco ralado	R\$ 3,50	R\$ 2,33
Pré-preparo	100	g	Queijo mussarela	R\$ 31,00	R\$ 3,10
				CUSTO TOTAL	R\$ 14,74

MODO DE PREPARO

Em uma bandeja abrir a massa.

Adicionar o queijo, beijinho, chocolate branco e leite condensado.

Polvilhar com coco ralado.

Levar ao forno com 180°C por 15 minutos.

[illegible]