

FACULDADE DE TECNOLOGIA SENAC CAÇADOR
Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais

Amanda Ferreira Gonçalves
Cristiane Aparecida de Souza
Dayane Paloschi
Eduardo Didrich Moraes
Luiz Fernando da Silva

TCS: LIGA DA PIZZA

Amanda Ferreira Gonçalves
Cristiane Aparecida de Souza
Dayane Paloschi
Eduardo Didrich Moraes
Luiz Fernando da Silva

TCS: LIGA DA PIZZA

Trabalho apresentado à Faculdade de Tecnologia Senac
Caçador como requisito parcial para obtenção do título de
Tecnólogo em Processos Gerenciais.

Orientadora: Giseli Spessatto

Caçador
2019

Amanda Ferreira Gonçalves
Cristiane Aparecida de Souza
Dayane Paloschi
Eduardo Didrich Moraes
Luiz Fernando da Silva

TCS: LIGA DA PIZZA

Trabalho apresentado à Faculdade de Tecnologia
Senac Caçador como requisito parcial para obtenção
do título de Tecnólogo em Processos Gerenciais.

Banca:

Giseli Spessatto (Orientadora)

Elisandra Aparecida Giacomel (Professora)

Suzana Scolaro (Professora)

Luiz Antonio Domingos da Silva (Professor)

Jonathan Carlos Faier dos Santos (Professor)

Caçador, 22 de novembro de 2019

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus que nos sustentou todos os dias nessa jornada de conhecimento.

Aos nossos familiares que direta e indiretamente nos apoiaram o tempo todo.

A todos os professores da Faculdade Senac que com muita excelência participaram desse processo de aprendizagem.

Aos colegas de sala por compartilharem conhecimento conosco.

Agradecimentos àqueles que, de alguma forma, contribuíram para a elaboração desse trabalho.

“O homem não é nada além daquilo que a educação faz dele”. **(Kant)**

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo elaborar o plano de negócios de uma pizzaria temática, na cidade de Caçador. A presente pesquisa foi realizada através de cento e oito amostras, com a utilização de técnicas de coleta de dados por meio de questionários e breves entrevistas com o público, foi identificado que o comportamento do público em relação a abertura de uma pizzaria temática foi positivo e apontou grande interesse no espaço kids juntamente com a cozinha kids, dois dos diferenciais do negócio. A empresa tem três indicadores de desempenho, sendo a primeira ação que é de curto prazo está voltada para quantidade de clientes que vão frequentar nosso estabelecimento e como consequência aumentar o faturamento da empresa. A segunda ação que é de médio prazo referente-se a avaliação de desempenho, para ser uma marca reconhecida no mercado de atuação e a terceira ação que é de longo prazo seria ter o local próprio sem envolvimento de terceiros. Para a implantação deste negócio precisa-se de um investimento inicial de R\$ 316.569,48, sendo que este investimento retorna em 2 anos 6 meses e 28 dias.

Palavras-chaves: Pizzaria. Plano de negócio. Temática.

ABSTRACT

The present work aimed to elaborate the business plan of a thematic pizzeria, in the city of Caçador. The present research was carried out through one hundred and eight samples, using data collection techniques through questionnaires and brief interviews with the public. It was identified that the public behavior regarding the opening of a thematic pizzeria was positive and pointed out great interest in the kids space along with the kids kitchen, two of the business differentials. The company has three performance indicators, the first action that is short term is focused on the number of customers who will attend our establishment and consequently increase the company's revenues. The second medium term action refers to performance appraisal, to be a recognized brand in the market and the third long term action would be to have its own place without the involvement of third parties. For the implementation of this business an initial investment of R \$ 316,569.48 is required, and this investment returns in 2 years 6 months and 28 days.

Keywords: Pizzeria. Sakeplan. Theme.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 01	Sazonalidade dos produtos.....	25
Figura 01	Pirâmide etária.....	26
Quadro 02	Matriz SWOT.....	29
Quadro 03	Estratégias e indicadores de desempenho.....	30
Figura 02	Logomarca.....	32
Figura 03	Slogan.....	33
Figura 04	Ambiente da “Liga da Pizza”	33
Figura 05	Fachada “Lida da Pizza”.....	34
Figura 06	Estratégias de marketing.....	36
Figura 07	Cupom premiado.....	38
Figura 08	Fluxo resumido.....	40
Quadro 04	Horário de atendimento.....	40
Figura 09	Produtos oferecidos.....	43
Quadro 05	Vantagens e desvantagens.....	43
Figura 10	Organograma.....	46
Figura 11	Funcionograma.....	47
Figura 12	Bar.....	52
Figura 13	Espaço das louças.....	52
Figura 14	Espaço de armazenagem.....	53

LISTA DE TABELAS

Tabela 01	Crescimento dos estabelecimentos.....	24
Tabela 02	Plano de comunicação.....	35
Tabela 03	Capacidade de produção x projeção do volume de vendas.....	37
Tabela 04	Capacidade de produção do rodízio.....	41
Tabela 05	Capacidade de produção da cozinha kids.....	41
Tabela 06	Cenário econômico rodízio.....	42
Tabela 07	Cenário econômico da cozinha kids.....	42
Tabela 08	Relatório dos encargos.....	44
Tabela 09	Encargos.....	45
Tabela 10	Adicional noturno.....	46
Tabela 11	Controle de compras x estoque x custo.....	50
Tabela 12	Custo do produto.....	51
Tabela 13	Custos pré-operacionais.....	54
Tabela 14	Payback simples e descontado.....	54
Tabela 15	Retorno.....	55
Tabela 16	Margem de contribuição.....	56
Tabela 17	Ponto de equilíbrio contábil.....	56
Tabela 18	Ponto de equilíbrio econômico.....	56
Tabela 19	Ponto de equilíbrio financeiro.....	57

ABREVIATURAS E SIGLAS

PIB – Produto Interno Bruto

FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de Serviço

IPCA – Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo

IDHM – Índice de Desenvolvimento Humano

PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

FJP – Fundação João Pinheiro

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

SUS – Sistema Único de Saúde

PNAN – Política Nacional de Alimentação e Nutrição

VISA – Vigilância Sanitária

DACEL – Dayane, Amanda, Cristiane, Eduardo e Luiz

CNPJ – Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica

SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats

SC – Santa Catarina

CBO – Classificação Brasileira das Ocupações

NIRE – Número de Identificação do Registro de Empresas

INSS – Instituto Nacional do Seguro Social

RH – Recursos Humanos

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Especificação do problema	13
1.2 Objetivo Geral	14
1.2.2 <i>Objetivos específicos</i>	14
1.3 Justificativa	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1 Empreendedorismo	16
2.1.1 <i>Perfil do empreendedor</i>	16
2.1.2 <i>Intraempreendedorismo</i>	17
2.2 Plano de Negócios	17
3 METODOLOGIA	19
4 ESTRUTURAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO	21
4.1 Diagnóstico do Segmento	21
4.2 Dados do Empreendimento	28
4.3 Análise Estratégica	29
4.4 Plano de Marketing	31
4.4.1 <i>Definição da Marca</i>	32
4.4.2 <i>Plano de comunicação</i>	34
4.4.3 <i>Plano de Vendas</i>	36
4.5 Processos Produtivos	39
4.5.1 <i>Capacidade de atendimento</i>	40
4.5.2 <i>Cenários Econômicos</i>	41
4.5.3 <i>Produtos oferecidos</i>	42
4.5.4 <i>Vantagens e desvantagens</i>	43
4.6 Programa de Desenvolvimento de Recursos Humanos	44
4.7 Ações de Logística Comercial	49
4.7.1 <i>Definição cadeia logística</i>	49
4.7.2 <i>Codificação, compras e estoque</i>	50
4.7.4 <i>Estratégia de distribuição</i>	53

4.8 Plano de Viabilidade Econômico/Financeira.....	53
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	58
REFERÊNCIAS	59
APÊNDICE A – CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA	61
APÊNDICE B – RESULTADO DA PESQUISA.....	71
APÊNDICE C – CARDÁPIO	84
APÊNDICE D – DESCRIÇÃO DOS CARGOS.....	89
APÊNDICE E – MANUAL DE INTEGRAÇÃO	96
APÊNDICE F – CUSTOS PRÉ-OPERACIONAIS.....	105
APÊNDICE G – RECEITAS E DESPESAS	116
APÊNDICE H – DEMONSTRATIVO DE RESULTADO E BALANÇO PATRIMONIAL	118

1 INTRODUÇÃO

Empreender é ser uma pessoa proativa, ou seja, alguém que faz realmente acontecer. Um empreendedor está altamente motivado, tem boas ideias e sabe como implementá-las de forma a alcançar os seus objetivos. Um empreendedor é alguém que não tem medo de iniciar projetos de uma forma arrojada, está sempre em busca de crescimento.

Segundo o Relatório Anual da Associação Brasileira das Indústrias de Alimentos (2018), o setor de alimentação é o que mais cresce no Brasil. Mesmo diante da crise que o país vem atravessando, o ramo de alimentação teve uma performance crescente nos últimos anos. Os brasileiros estão fazendo as suas alimentações fora de casa movimentando a economia do setor, principalmente nos grandes centros onde as pessoas levam horas para se deslocarem do trabalho para sua casa.

A pizza chegou ao Brasil através dos imigrantes italianos e o primeiro registro dessa iguaria foi na cidade de São Paulo. De lá para cá ficou conhecida no Brasil e se tornou a predileta do povo. São inúmeras as variedades de sabores, tamanhos e formatos. O mercado da pizza cresce exponencialmente todos os anos e é difícil encontrar quem não goste desse alimento.

O entretenimento acompanha o crescimento do setor de alimentação. Esse mercado movimenta bilhões de reais por ano e traz a satisfação de todos os públicos. Seja um teatro, um filme, uma série, um serviço de streaming, as pessoas buscam esse tipo de serviço.

O objetivo deste trabalho é elaborar um plano de negócios de uma pizzaria unindo o ramo alimentício com o entretenimento. O grande diferencial desta para as pizzarias tradicionais se dá pela decoração temática e o atendimento que será feito por super-heróis.

1.1 Especificação do problema

O segmento de alimentação aproxima as pessoas, porém percebe-se que há poucas opções de espaço projetados para as famílias que tem crianças.

O grande desafio será unir o entretenimento junto a alimentação despertando nas pessoas um sentimento de prazer ao se deparar com um local diferenciado e com produtos de qualidade,

Diante do exposto, este estudo busca entender qual o interesse em frequentar uma pizzaria que oferece entretenimento.

1.2 Objetivo Geral

Elaborar o plano de negócios de uma pizzaria temática.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Estudar o segmento de alimentação;
- b) Aplicar pesquisa de mercado para verificação das preferências do público alvo;
- c) Desenvolver estratégias competitivas para a empresa com base na análise ambiental;
- d) Estruturar o planejamento de marketing, processos produtivos, recursos humanos e ações de logística;
- e) Calcular a viabilidade econômico/financeira do empreendimento.

1.3 Justificativa

Mesmo com a crise econômica, o segmento de alimentação é o que mais cresce no Brasil e em todo o mundo, pois é considerado uma necessidade básica, segundo o Relatório Anual da Associação Brasileira das Indústrias de Alimentos (2018), a indústria da alimentação cresceu nominalmente 4,6% em 2017, com um ganho real no faturamento de 1,01%, e atingiu a cifra de R\$ 642 bilhões, significando uma correlação deste faturamento com o PIB do país da ordem de 9,8%. Em meio à crise financeira vivida por setores da indústria e do comércio, o mercado de alimentação respira ares de prosperidade, e a tendência para os próximos anos é de otimismo e expansão.

A cidade demonstra a necessidade de inovações em entretenimento, a partir da construção do plano de negócio será possível conhecer o público consumidor e sua percepção em relação a um produto e/ou serviço.

O presente trabalho aborda a real importância de um plano de negócios para nortear o planejamento de um novo empreendimento, e trazer uma pizzaria temática

para a cidade de Caçador. Assim, fornecendo materiais de estudo para novos empreendimentos e reflexos para a realidade de mais negócios.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo não é uma novidade para as empresas, teve início quando o homem percebeu um grande problema com a natureza, desde o momento houve a necessidade de criação de novas empresas e produtos. Empreender também é agregar valor, saber buscar novas oportunidades de mercados e transformá-las em um negócio lucrativo, podemos definir o empreendedorismo como uma ideia pioneira (DOLABELA, 2008).

Os governos procuram promover o empreendedorismo como motor para criação de riquezas e de empregos. Em paralelo vão emergindo mais incubadoras e parques de ciência e tecnologia, multiplicam-se os apoios financeiros, os benefícios fiscais e a construção das infraestruturas de base a atividade econômica para facilitar a criação de novas empresas (FERREIRA, et al., 2010, p.24).

Empreender não é apenas criar ideias para girar a economia do mercado, mas sim, saber administrar todas as formas de recursos que se pode trabalhar, gerando novas formas de pensar sobre o mesmo assunto, somente assim saberemos o que é de fato um empreendedorismo (OLIVEIRA, 2015).

2.1.1 Perfil do empreendedor

O empreendedor é um ser que tem duas características marcantes, espírito criativo e pesquisador, ele está na busca constante de novos caminhos e soluções diferentes para o mesmo problema (DOLABELA, 2008).

Segundo Ferreira (2010), podemos identificar algumas características empreendedoras, sendo elas: necessidade de ser independente, competências humanas, aceitação de riscos moderados, autoconfiança, insistência, responsabilidade, criatividade, inovação e entusiasmo.

A essência de ser um empreendedor é parar de lamentar-se pelos obstáculos que surgem na vida, achar uma maneira de torná-los uma oportunidade para o negócio, com isso a autoavaliação deve ser constante para medir as chances de sucesso no mundo empresarial, sendo assim o que torna uma pessoa empreendedora são suas características pessoais (BERNARDI 2013).

2.1.2 Intraempreendedorismo

Este conceito é para organizações em funcionamento, ou seja, um empreendedor interno na qual cabe ao mesmo revisar e atualizar seu plano de negócio, assim construindo melhores estratégias para desenvolver-se no mercado de atuação, é de suma importância a adaptação conforme o seu público alvo. Toda e qualquer atividade que busque por inovações exige orientações de diversos níveis estratégicos e posturas competitivas (DORNELAS, 2011).

As organizações não têm tomada de decisões assertivas pois “traços de personalidade e boas ideias são insuficientes para o sucesso, portanto há que se sedimentar todos os ingredientes, num todo coeso, encadeado e harmônico” (BERNARDI, p. 13, 2013). Um empreendedor interno até consegue pensar em uma estratégia brilhante para o negócio, entretanto precisa do apoio de toda sua equipe para colocar em ação (BERNARDI, 2013).

Para as empresas que se encontram no mercado o foco principal é a busca de novos produtos e resgatar os clientes, fazendo uma reestruturação dos fluxos de processos atuais e mapeando novas melhorias conforme a necessidade do público alvo, sem ter medo das incertezas e viver na busca constante do espírito de empreender (FERREIRA, 2011).

2.2 Plano de Negócios

O “plano de negócios trata-se de um guia para a gestão estratégica de um negócio ou unidade empresarial” (DORNELAS, 2011, p. 04), o sucesso do empreendimento depende da análise da viabilidade esperada, entretanto quanto maior e melhor os detalhes das informações obtidas, maiores são as chances do empreendimento dar certo (DORNELAS, 2011).

O plano “contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar uma fatia do mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros” (SALIM et al, 2005, p. 3).

Para a elaboração do plano de negócios inicia-se com a análise da oportunidade junto do mercado, identificando o público alvo, mapeando os concorrentes diretos e indiretos, verificar a necessidade de recursos humanos,

projetar os custos, despesas e receitas a longo prazo, com isso conclui o modelo de negócio cruzando necessidade de recursos e resultados (DORNELAS, 2011).

A existência do plano de negócios, reduz a probabilidade de morte precoce do negócio, sendo que são previstos os riscos durante a elaboração do plano. Por mais que a motivação para empreender não seja a ideal, com o planejamento se identificaria a viabilidade do negócio (LACRUZ, 2008).

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa assume a forma descritiva, de acordo com Matias-Pereira (2010), a pesquisa “visa descrever as características de determinada população ou fenômeno, ou estabelecimento de relações entre variáveis” (MATIAS-PEREIRA, 2010, p. 72). A utilização de técnicas de coleta de dados por meio de questionários e breves entrevistas com o público torna a pesquisa em forma de levantamento (MATIAS-PEREIRA, 2010).

O levantamento ou survey é “próprio para os casos em que o pesquisador deseja responder as questões acerca da distribuição de uma variável ou das relações entre características de pessoas ou grupos” (MARTINS, 2009, p. 60), são mais apropriadas para analisar fatos, mas também podem ser usadas para planejar e estudar relações variáveis, inclusive as causas e efeitos (MARTINS, 2009). Será desenvolvido um questionário contendo perguntas pertinentes ao negócio, o público alvo são famílias com crianças. As pesquisas serão aplicadas em grupos de whatsapp, no local de trabalho dos integrantes da equipe e algumas instituições de ensino com possíveis públicos para eventos fechados de formatura, espera-se uma posição clara dos entrevistados com relação ao negócio, assim caracterizando a técnica de coleta de dados como levantamento ou survey.

A pesquisa qualitativa visa “descrever, decodificar, traduzir e, de outra forma, aprender o significado, e não a frequência, de certos fenômenos” (COOPER, 2011, p. 64). As técnicas do método qualitativo não precisam necessariamente o uso de dados estatísticos, o ambiente natural é a melhor forma para se analisar e coletar os dados, sem valores em mão os pesquisadores têm uma tendência de analisar os dados indutivamente, deixando o processo e seu significado com os principais focos de abordagem (COOPER, 2011). Todos os dados serão avaliados de modo geral, analisando com cautela as informações adicionais para entender o público e projetar um cenário realista e promissor para a empresa.

O empreendedor pode ver-se confrontado com a necessidade de deter um leque ampliado de dados para apoiar as suas decisões. Assim, os objetivos informacionais dos estudos de mercado podem ser variados e complexos (FERREIRA, 2010). A pesquisa foi composta por 6 perguntas relacionadas ao perfil do consumidor e 18 perguntas pertinentes ao negócio, sendo que dentre elas continham perguntas objetivas, dicotômicas, descritivas e escala. A pesquisa foi

aplicada no município de Caçador-SC, no período de 23 a 30 de setembro de 2019, totalizando 108 amostras, sendo assim, pode-se compreender o perfil e preferências do público alvo, os dados serão estudados individualmente identificando as vantagens e desvantagens conforme o mercado do negócio.

4 ESTRUTURAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

4.1 Diagnóstico do Segmento

O segmento de estudo é alimentação, que visa entender o mercado atual e desenvolver projeções para a abertura de uma pizzaria temática.

Segundo o site da Alimentação em Foco (2018), a história da alimentação surgiu junto a criação humana. O ato de sobreviver na antiguidade, está relacionado com a alimentação para ter desempenho físico e conquistar novos espaços, além de estar atrelado com as futuras culturas e gerações. A caça foi uma das primeiras fontes de alimentação do homem e com a constante evolução, surgiu o conhecimento sobre o plantio de grãos, hortaliças e frutas. Conforme a necessidade do homem no passar dos anos foi descoberto o fogo, na qual contribuiu para as primeiras práticas da cozinha. Durante muitos anos o homem teve a carne animal e o plantio como suas fontes de proteína, mas conforme foi evoluindo, ganhando espaço e conhecimento começou a trabalhar melhor com a textura, sabor, cheiro e beleza destes alimentos e esta foi a partida inicial para que todos os povos criassem suas próprias comidas prediletas.

Na Itália surgiram as primeiras nomeadas pizzas, que atualmente são consideradas as favoritas de muitos, entretanto era uma comida popular, ou seja, amplamente consumida pelo povo mais pobre da Itália, principalmente do sul do país. Ela era feita com ingredientes baratos e tinha como objetivo apenas saciar a fome. A maioria da nobreza do país desprezava o alimento por conta disso.

Segundo o site InfoEscola (2019), esta iguaria da gastronomia italiana foi amplamente difundida em meados do século XIX, em 1889, graças à habilidade do primeiro pizzaiolo da história, dom Raffaele Espósito, um padeiro de Nápoles a serviço do rei Umberto I e da rainha Margherita, a quem ele homenageia ao confeccionar uma pizza imitando as cores da bandeira italiana, branco, vermelho e verde, utilizando para isso mussarela, tomate e manjericão, produtos que lhe permitiam obter as colorações desejadas. A nova receita da pizza, em seu formato redondo, alcançou tamanha fama mundial que propiciou o nascimento da primeira pizzaria conhecida, a Port' Alba, 'point' onde artistas célebres, como o escritor Alexandre Dumas se encontravam neste período.

A pizza desembarcou no Brasil através dos imigrantes italianos, celebrizando o bairro paulista do Brás, onde se concentrou grande parte deles na cidade de São Paulo. Até 1950 este prato se restringia mais aos círculos italianos, mas a partir deste momento ela se disseminou por todo o país, tornando-se logo um elemento cultural brasileiro. O dia da pizza começou a ser comemorado em 1985, sendo reservado para este fim o dia 10 de julho.

O site Alimentação em foco afirma que, na cozinha transmite-se as experiências dos mais velhos, junto das cantigas e histórias familiares, cada vez mais se volta a valorizar os hábitos dos antepassados, ao dar importância para o convívio em torno da mesa, para a alimentação saudável e nutritiva. Por tudo isso, os hábitos alimentares são um componente importante da cultura.

Segundo o Relatório Anual da Associação Brasileira das Indústrias de Alimentos (2018), a indústria de alimentos investe cerca de 3% de seu faturamento em pesquisa e desenvolvimento para criar produtos e processos que atendam as mais variadas demandas da sociedade, cada vez mais urbana. Os números falam por si: em 2015, o setor de alimentos teve um faturamento na casa dos 170 bilhões de reais. Em 2016, esse índice subiu 9,3%. Os dados são do Instituto Foodservice Brasil (IFB) que conta com mais de um terço das vendas da indústria alimentícia no Brasil, o Foodservice aponta direções importantes para 2019.

Conhecer a procedência dos alimentos, políticas como a de gaiolas livres, alimentos orgânicos e mais artesanais, menores índices de açúcar e sal, entre outras, se tornam evidentes preocupações dos consumidores. A diminuição do desperdício e o melhor aproveitamento dos alimentos também. Focados tanto em uma nutrição mais saudável para si, como em uma relação mais sustentável para o meio ambiente, o consumidor passa a olhar toda a cadeia produtiva, fazendo escolhas mais criteriosas.

Restaurantes que oferecem opções de escolha de ingredientes e montagem das refeições são um grande atrativo, estando ligada à experiência do cliente e à utilização de tecnologias para isso. Opções vegetarianas, veganas, especiais sem alergênicos, também demonstram o olhar sobre a singularidade de cada cliente e a possibilidade de se fazer essas escolhas, tornam a experiência muito mais pessoal e única.

O relacionamento entre consumidores e clientes, focado na verdade, na experimentação e em momentos singulares, compartilháveis e memoráveis é um ponto fundamental para fidelização e crescimento de empresas. Acessibilidade,

informação, conforto, diversão e praticidade são pontos para a identificação do cliente com a marca.

Experimentar novos sabores, ter acesso a diferentes temperos, refeições regionais e comidas típicas, é uma forma de viajar sem sair do lugar. Na Liga da Pizza a experiência do cliente, a inovação e a alimentação saudável também podem andar juntas. Algumas variedades da gastronomia internacional foram incorporadas à alimentação brasileira, como as comidas árabes, japonesa e italiana, por exemplo. Mas ainda há espaço para tantas outras culturas que vêm conquistando os brasileiros, inovando ou crescendo ainda mais, como vem sendo o caso da comida mexicana, se popularizando a cada dia. Opções de outras regiões do Brasil também atraem e se multiplicam no setor.

O acelerado desenvolvimento das tecnologias, seu acesso e uso no cotidiano da população, não poderia deixar de envolver o foodservice. Oferecendo experiências tecnológicas, como restaurantes com totens para pedidos e cardápios eletrônicos, o setor automatiza cada vez mais, da sua produção ao atendimento e foca também em serviços como de pedidos online e armazenamento em nuvens, que oferece segurança e redução de custos com dados. A tecnologia aliada ao setor pode oferecer segurança, reduzir custos, trazer maior conhecimento sobre seus clientes e melhorar a produção, distribuição e atendimento.

Portanto, a praticidade continua sendo uma tônica na alimentação fora do lar. Ainda há de se considerar atributos como qualidade, inovação, variedade e foco na experiência do cliente que se mostram fundamentais no desenvolvimento do foodservice. Mudanças de hábitos dos consumidores também devem ser levados em conta para um mercado que não para de crescer e deve estar sempre focado em atualizar-se e alinhar-se com as tendências globais.

Análise macro ambiental demonstra os fatores políticos, econômicos, sociais, tecnológicos, legais e ambientais. Ela ajuda a trazer uma visão macro das ameaças e oportunidades do segmento.

Seu objetivo é apoiar a empresa na tomada de decisões, proporcionando um planejamento antecipado às mudanças do mercado.

Com propostas para aquecer o mercado, os investidores têm visto no governo atual a esperança de oportunidades e de um melhor cenário, onde o equilíbrio econômico e os incentivos aos investimentos possam ser considerados. Várias reformas, inclusive a da previdência, tributária e a reforma política evidenciam essas

esperanças. Nos próximos anos o mercado será aquecido por programas de liberação de valores de contas ativas e inativas do FGTS, onde todos os trabalhadores poderão sacar até R\$ 500,00 por conta. Além do saque aniversário, para os que optarem poderão sacar todo ano, no mês de aniversário, uma parte do valor do FGTS.

Outro fator muito importante é a desburocratização das micro e pequenas empresas, a famosa MP da liberdade econômica que foi aprovada no primeiro turno da Câmara dos Deputados.

O cenário futuro tem se desenhado favorável para os empreendedores, com a economia sendo aquecida e a desburocratização, os novos negócios devem aumentar o número de empregos e ajudar na ampliação do PIB.

Aproximadamente 81% das empresas que se encontram no setor de alimentos divide-se em três atividades: restaurantes e outros serviços de alimentação e bebidas, com 41%; comércio varejista de produtos alimentícios, bebidas e fumo, com 26%; e pecuária, com 14% do total de estabelecimentos.

Com o crescimento de atacados de porte médio e grande, poucas micro e pequenas empresas estão abrindo, pois não comportam às necessidades dos empreendedores, ou seja, aumentam a quantidade de funcionários, custo, produtos entre outros indicadores do próprio negócio.

Tabela 01: Crescimento dos estabelecimentos

Estabelecimento	Estabelecimentos			Empregos		
	2010	2011	2010 / 2011	2010	2011	2010 / 2011
Restaurantes	3,387,539	3,574,253	6%	35,144,975	37,207,030	6%
Comércio varejista	113,896	120,1	5%	527,586	561,4	6%

Fonte: Dados do SEBRAE (2012).

O mercado está prosperando por novas aberturas no setor de alimentação.

Todos os produtos passam por épocas de alta e baixa, e assim acontece para o mercado dos alimentos. Deve-se estudar a melhor época para a compra em grandes quantidades de determinados produtos e ficar em alerta para a possível escassez dos mesmos.

Quadro 01: Sazonalidade dos produtos

Identificação	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Carnes	Red	Red	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Red	Red	Red
Ovos	Green	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Green	Green	Yellow
Camarão	Yellow	Yellow	Yellow	Red	Yellow	Yellow	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Alho	Red	Red	Red	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Yellow	Red
Cebola	Green	Yellow	Yellow	Red	Red	Red	Red	Red	Yellow	Yellow	Green	Green
Tomate	Green	Red	Red	Red	Red	Yellow	Yellow	Yellow	Green	Green	Green	Green
Banana	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Yellow	Red	Red	Yellow
Abacaxi	Green	Yellow	Red	Red	Red	Yellow	Yellow	Green	Green	Green	Green	Green

Green	Preço baixo e alta produção
Yellow	Preço médio e produção razoável
Red	Preço alto e pouca produção

Fonte: Dados da secretaria da fazenda (2019).

Conforme quadro 01, pode-se analisar qual a melhor época para comprar ingredientes em massa e economizar no preço.

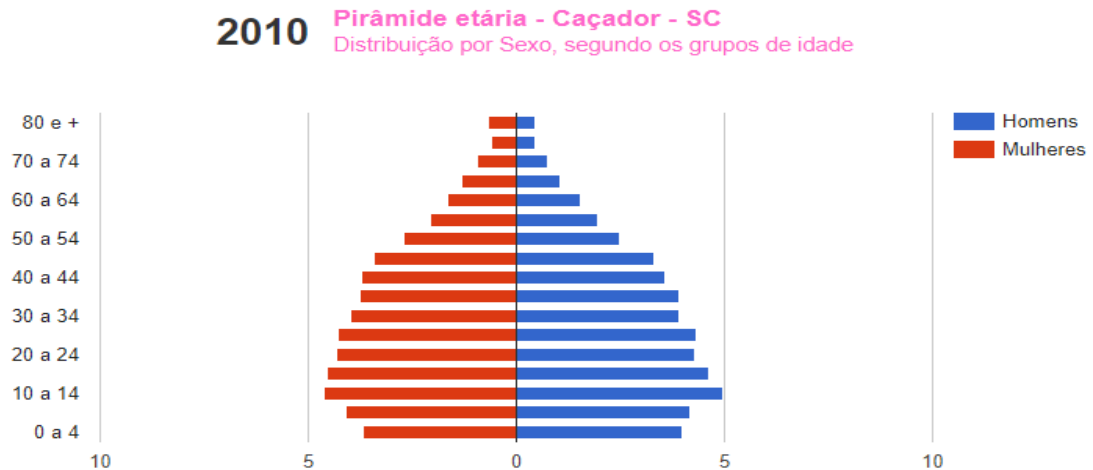
Segundo o Índice de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA Alimentação e Bebidas (2019) de julho variou 0,19%, acima do resultado de junho que foi de 0,01%. Este foi o IPCA mais baixo para um mês de julho desde o ano 2014, quando ficou em 0,01%. A variação acumulada nos últimos 12 meses recuou para 3,22%. O destaque foi o grupo Habitação (1,20%), o grupo de alimentação e bebidas apresentou estabilidade no nível de preços de junho para julho.

A cultura é aprendida por meio de um processo de sociabilização com a família e com outras instituições básicas e, por isso, uma determinada sociedade pressiona o indivíduo consciente ou inconscientemente a comportar-se de uma maneira relativamente padrão. Os valores culturais dividem-se em valores primários e secundários. Os primários mudam mais lentamente, como realização, sucesso, criatividade, profissionalismo, entre outros, e os secundários derivam daqueles que mudam mais rapidamente: ênfase na qualidade de vida, mais participação da mulher na sociedade, e mudanças de atitude em relação ao trabalho e ao lazer.

Segundo dados do IDHM (2010), a cidade de Caçador apresenta uma taxa de crescimento populacional de 0,735 segundo PNUD, Ipea e FJP e atualmente conta com aproximadamente 77.863 habitantes.

Levando em consideração que o público-alvo são famílias com crianças, observa-se na figura 01 uma média de idade entre 4 a 34 anos, sendo uma perspectiva ideal de público-alvo para o negócio.

Figura 01: Pirâmide etária



Fonte: Dados do IDHM (2010).

Os fatores socioculturais são os que exercem maior influência sobre o comportamento do consumidor, os valores culturais são passados por meio das gerações, uma vez que as crenças e os valores culturais são importantes fatores de influência do hábito de consumo e à medida que se modificam, de certa forma, também modificam o que as pessoas passam a comprar. Existe uma estimativa positiva de hábito e rotina em relação ao consumo de alimentos fora de casa.

Segundo pesquisa do IBGE, em 2017 o salário mensal era de 2 a 4 salários mínimos, a proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 32.7%, e considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, tinha 29.2% da população.

Outros fatores que impactaram o ambiente é a tecnologia, conhecimento técnico e científico que transformam processos e produtos para atender às necessidades dos seres humanos, que impactando diretamente no setor de alimentos.

A exemplo do impacto tecnológico, podemos identificar a impressão 3D, que permite a produção de produtos personalizados a quaisquer momentos. Carne de laboratório que é criada por meio de partículas e está sendo desenvolvida para substituir a carne animal. Inovação dos equipamentos, ou seja, máquinas que fazem o trabalho dos humanos, um exemplo seria uma máquina que espalha o molho na pizza, outro exemplo seria do pizzaiolo, com um tablet conseguem ver quais ingredientes vão nas próximas pizzas que devem cozinhar, tudo isso por meio de um software.

A tecnologia oferece diversas formas de monitoramento, com isso é possível ter o controle de estoque, marketing digital, economia, consumidores, fornecedores e entre outros dados pertinentes ao negócio, com um custo acessível.

No Brasil, o tema Alimentação e Nutrição está inserido em diversos marcos legais, como a Lei 8080/90, que insere o conceito de alimentação como fator condicionante e determinante da saúde. O Decreto Federal nº 7.508/2011, favorece também a oferta e organização das ações de alimentação e nutrição no SUS. Além desses instrumentos oficiais, a Emenda Constitucional N° 64, aprovada em 2010, insere a alimentação como direito social no artigo 6º da Constituição Federal/1988.

A Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN) do Ministério da Saúde de 1999 e atualizada pela portaria 2.715/2011, tem como propósito a melhoria das condições de alimentação, nutrição e saúde da população brasileira, mediante a promoção de práticas alimentares adequadas e saudáveis, a vigilância alimentar e nutricional, a prevenção e o cuidado integral dos agravos relacionados à alimentação e nutrição.

As ações de Vigilância Sanitária (VISA) devem promover e proteger a saúde da população e serem capazes de eliminar, diminuir ou prevenir riscos à saúde e intervir nos problemas sanitários decorrentes do meio ambiente, da produção, da circulação de bens e da prestação de serviços de interesse da saúde.

Segundo o site águas subterrâneas (2009), os resíduos sólidos mais precisamente denominados de lixo correspondem a todo material proveniente das atividades diárias do homem em sociedade. Estes podem ser encontrados nos estados sólido, líquido e/ou gasoso.

Os resíduos podem ser descartados, aqueles que são completamente imprestáveis para seu reaproveitamento ou podem ser reutilizados mediante uma série de processamentos físicos e/ou químicos para a fabricação de novos produtos. O descarte dos resíduos tem se tornado um problema mundial quanto ao prejuízo e poluição do meio ambiente, caso estes sejam descartados sem nenhum tratamento, onde pode afetar o solo, a água e/ou o ar.

A poluição do solo pode alterar suas características físico-químicas, que representa uma séria ameaça à saúde pública tornando-se o ambiente propício ao desenvolvimento de transmissores de doenças.

A poluição da água pode alterar as características do ambiente aquático, através da percolação do líquido gerado pela decomposição da matéria orgânica

presente no lixo, associado com as águas pluviais e nascentes existentes nos locais de descarga dos resíduos. Enquanto a poluição do ar pode provocar a formação de gases naturais na massa de lixo, pela decomposição dos resíduos com e sem a presença de oxigênio no meio, originando riscos de migração de gás, explosões e até de doenças respiratórias, se em contato direto com os mesmos.

Dentre todos os fatores apresentados, identificam-se oportunidades e ameaças que norteiam a proposta do negócio, permitindo a tomada de decisões com mais clareza e prevendo melhores resultados para a própria organização.

4.2 Dados do Empreendimento

A razão social da empresa é DACEL, formada por iniciais de cada nome dos integrantes da equipe.

Durante a primeira parte foi desenvolvido um documento para a constituição da empresa, na qual está descrevendo quais os direitos do outorgado. O contrato social, que está declarando quais são as regras ditas pelos sócios, incluindo parte financeira. O desenvolvimento de uma ata para reunião dos sócios, na qual tem o intuito de registrar todos os acordos feitos pelo mesmo. A constituição de um CNJP, desenvolvido conforme Classificação Nacional de Atividades Econômicas 5611-2/01 que se refere aos estabelecimentos com serviços completos de alimentação. A declaração de Empresa de Pequeno Porte conforme Lei Complementar 123/2006, firmando não exceder o valor fixado anualmente, conforme pode ser verificado no apêndice A.

A empresa está enquadrada como Sociedade Limitada, porte de Empresa de Pequeno Porte e regime tributário do Simples Nacional.

O empreendimento é de uma pizzaria temática, com o intuito de unir o ramo alimentício e entretenimento. O grande diferencial desta para as pizzarias tradicionais se dá pela decoração temática, o atendimento que será feito por super-heróis e cozinha kids.

Conforme os dados da pesquisa apontam as pessoas preferem que o ambiente seja mais próximo ao centro, entretanto não há problemas se o local for bem localizado em outras áreas, sendo assim foi definido que será na rua Campos Novos, número 176, Centro, 89500-073, próximo a Previdência Social em Caçador. Este ambiente será de fácil acesso.

A empresa definiu sua missão visão e valores, para proporcionar um planejamento estratégico direcionado aos funcionários criando laços com os clientes. A missão da empresa é servir alimentos saborosos e conquistar a satisfação de nossos clientes na realização dos serviços prestados proporcionando diversão, por meio da inovação e entretenimento. Sua visão é ser até 2025 uma empresa inovadora, com resultados sustentáveis e referência na região do meio oeste catarinense. E seus valores são ética e responsabilidade, valorização das pessoas, qualidade no atendimento e inovação.

4.3 Análise Estratégica

A análise ambiental é constituída por 2 fatores, macroambiente que está se referindo as ameaças e oportunidades e microambiente que está relacionado com forças e fraquezas do negócio. Sendo assim apresenta-se no quadro 02 de ambiental da “Liga da Pizza”.

Quadro 02 – Matriz SWOT

Oportunidades	Ameaças
Cenário político próspero Quantidade de empresas no setor de alimentos Faixa etária favorece ao negócio Inovação tecnológica em controles Prevenção e manipulação de alimentos Descarte de resíduos	Incertezas políticas Índice de IPCA com oscilação Crescimento populacional baixo Perda da essência na fabricação de alimentos Legislação Poluição do solo
Forças	Fraquezas
Ambiente diferenciado Horário de atendimento do rodízio Espaço e cozinha Kids	Custo elevado em acessórios temáticos Sem delivery

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Dentre as estratégias competitivas de Porter a “Liga da Pizza” se enquadra na diferenciação, a empresa conta com um ambiente temático de heróis, uma cozinha kids com direito a brincadeiras e cantigas, o garçom será fantasiado de herói. Além de conter todos os dias estes diferenciais citados, nas datas comemorativas o local

irá promover eventos diferentes e conforme demanda do cliente será feito evento fechado para empresas, instituições de ensino e sociedade.

Os eventos em datas comemorativas podem ser aniversários, dia das crianças, dia das bruxas, festa de São João, Páscoa e dentre outras que surgem durante o ano. O local terá temática da data comemorada e o garçom estará fantasiado conforme o evento. A cozinha kids irá fabricar produtos relacionados a data festiva para sua degustação.

Os indicadores de desempenho podem ser utilizados para acompanhar a performance da empresa e o que pode ser feito para que os resultados sejam melhorados, como estratégia a empresa “Liga da Pizza” utilizará conforme descrito no quadro 05.

Quadro 03 – Estratégias e indicadores de desempenho

Estratégia	Ação	Indicador de desempenho
Fidelizar novos clientes	Através de cartão fidelidade, onde a cada 5 rodízios por pessoa (intransferível) ganha um rodízio por conta da Liga da Pizza. O custo que temos no rodízio é de R\$ 9,80, sendo 5 rodízios = R\$ 49,00.	Quantidade de cartões fidelidade preenchidos
Fortalecimento da marca e inovação	Preparação e inscrição no Modelo de Excelência da Gestão que premia as melhores práticas. Estimular a organização para a implementação de práticas de gestão que respeitem a cultura existente e busquem o alinhamento aos conceitos de uma empresa classe mundial, voltadas à geração de resultados que a tornem mais competitiva.	Avaliação de desempenho; avaliação auditoria FNQ
Construção de imóvel com recursos próprios	Compra de terreno e construção de imóvel	Rentabilidade, satisfação do cliente, segurança e estabilidade

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

As três estratégias da empresa têm focos diferentes, a primeira ação que é de curto prazo está voltada para quantidade de clientes que vão frequentar nosso estabelecimento e como consequência aumentar o faturamento da empresa. A segunda ação que é de médio prazo referente-se a avaliação de desempenho, para ser uma marca reconhecida no mercado de atuação e a terceira ação que é de longo prazo seria ter o local próprio sem envolvimento de terceiros.

4.4 Plano de Marketing

O plano de marketing tem como objetivo elaborar uma análise de mercado, verificando a melhor forma para empresa se adequar as novas mudanças, visando a compreensão do mercado e dos clientes. Também auxilia a empresa a definir prioridades, promover ações mais eficazes, além de ajudar na tomada de decisões e auxiliar na análise de cenários. (FERREIRA, 2010).

Para embasar essa análise do mercado, uma vez que se trata de um empreendimento novo, foi desenvolvida uma pesquisa quantitativa, através de formulário composto por 06 perguntas relacionadas ao perfil do consumidor e 18 perguntas pertinentes ao negócio, com perguntas objetivas, dicotômicas, descritivas e em escala. A aplicação totalizou 108 amostras.

A pesquisa foi aplicada no município de Caçador-SC, no período de 23 a 30 de setembro de 2019, o público-alvo pesquisado foram predominantemente feminino, na faixa etária entre 19 a 40 anos, recebendo até dois salários mínimos por mês e residindo no centro do município.

Este negócio possui um diferencial da alimentação junto ao entretenimento e grande parte dos entrevistados tem filhos na faixa etária entre 0 a 5 anos, foco do questionamento, que consideramos uma perspectiva positiva, pois o entretenimento visa chamar a atenção das crianças como iniciadores do processo de consumo em relação a promoção, o público entrevistado considera viável receber novidades da pizzaria temática por meio de Facebook e WhatsApp.

Praticamente todos os entrevistados afirmam que gostam de pizza, comendo entre 6 a 10 pedaços com diversidade nos sabores. Em relação aos sabores, predominam o de strogonoff e calabresa. Quanto à frequência, consideram que frequentariam uma pizzaria de 1 a 3 vezes no mês, preferindo rodízio aos sábados por volta das 20h e 21h, e em segundo plano na sexta-feira por volta das 19h e 20h, pagando até quarenta reais o rodízio e com pagamento no dinheiro.

A pesquisa apontou 69,4 % do público prefere que a estrutura seja tradicional (área / sala comercial) e que seja localizada no centro da cidade, que há a possibilidade de salas containers atualmente, a qual não foi identificada como preferência pelo grupo entrevistado.

Foi identificado na pesquisa que o comportamento do público em relação a abertura de uma pizzaria temática foi positivo, pois realmente buscam entretenimento

e rodízio. O público foi classificado como familiar e apontou grande interesse no espaço kids juntamente com a cozinha kids, dois dos diferenciais do negócio.

O público busca exatamente o que o negócio tem a oferecer, podendo visualizar que os resultados tendem a ser positivos para este empreendimento, conforme pode ser verificado no apêndice B.

Em relação ao mix de marketing que é baseado nos quatro pilares do marketing, também conhecidos como 4P's, que formam um grupo completo de ações efetivas para seu negócio, considera-se então, que o produto a ser oferecido na “Liga da Pizza” é rodízio contendo aproximadamente 25 sabores diferentes entre doces e salgadas.

O preço segundo os dados da pesquisa aplicada, aponta que seria de aproximadamente R\$ 40,00 o rodízio. A praça ficará localizada na rua Campos Novos, número 176, Centro, 89500-073, próximo a Previdência Social em Caçador. A promoção será por meio de mídia digital, como Facebook, Instagram, WhatsApp e YouTube.

4.4.1 Definição da Marca

Baseada no segmento de alimentação a equipe manteve foco nas crianças, as mesmas adoram heróis com máscara e capa e gostam de pizza, dessa forma, a criação do mascote no formato de uma pizza vestido de herói leva as crianças a criarem grandes fantasias além de chamar atenção do público iniciador.

Sendo assim uniu-se capa, máscara, pizza e um emblema utilizando cores vibrantes para destacar o desenho.

Figura 02: Logomarca



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

A logomarca da empresa chama a atenção do público infantil que é de fato nosso foco principal. Como nos filmes, os super-heróis combatem o mal trazendo tranquilidade para as pessoas, com a criação da logomarca da pizza e tematização do ambiente a equipe se inspirou na criação do slogan “combatendo a sua fome de herói”.

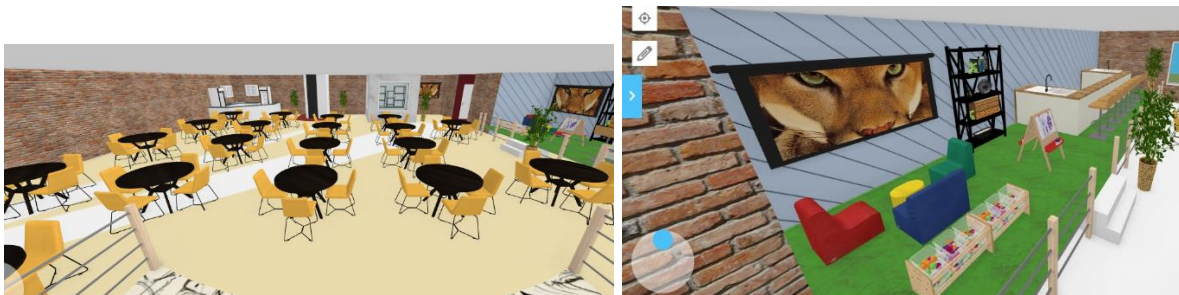
Figura 03 – Slogan



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

O slogan da empresa traz a sensação de que os sabores oferecidos são de alta qualidade e apetitosos. O ambiente desperta o sentimento de diversão, pelo fato de ser um local colorido e com vários objetos chamativos, como por exemplo bonecos de personagens, garçons vestidos de heróis, o chão colorido, espaço e cozinha kids e entre outros eventos conforme demanda dos clientes.

Figura 04 – Ambiente da “Liga da Pizza”



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

O ambiente consta com aproximadamente 765,00 m² que atende às necessidades dos clientes e comporta toda a estrutura para fabricação do produto, sendo que a estrutura é de dois andares.

Figura 05 – Fachada “Liga da Pizza”



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

A primeira arte está todo o ambiente para atender aos clientes, diferente da segunda parte que está somente o ambiente de fabricação, escritório e área para funcionários.

4.4.2 Plano de comunicação

Segundo o site Project Builder (2019), o plano de comunicação é utilizado para elaborar todos os esforços de comunicação durante um investimento, é atualizado periodicamente à medida que os objetivos se alteram. Entre as principais funções do plano de comunicação estão: melhores formas de transmitir uma mensagem, canal e público adequados e periodicidade de contato com determinado público.

O plano de comunicação pode ser elaborado por meio de uma planilha, contendo quais serão os objetivos, o alvo, nome da ação, descrição, mix de comunicação, período e valor. Conforme pode-se analisar na tabela 02, foi elaborado o plano de comunicação da “Liga da Pizza”.

Tabela 02 - Plano de Comunicação

Mix de Comunicação						
Objetivo	Alvo	Nome da Ação	Descrição	Mix de Comunicação	Período	Valor
Despertar o interesse de iniciadores	Clientes	Do que o seu Herói favorito se alimenta?	Quadrinhos de heróis comentando de onde vem sua força	Instagram e Facebook (orgânicas)	30 dias antes	R\$ 14,36
Lançar a marca	Clientes e Iniciadores	Caixa Misteriosa	Uma caixa preta com um botão "Não Aperte, Perigo", a mesma estará posicionada no parque central José Rossi Adami, assim que o botão for acionado a segurança da caixa irá comunicar os heróis Thor, Hulk, Capitão América e Viúva Negra para comparecer o mais rápido possível ao local, pois Thanos foi libertado da caixa preta e para os "mocinhos da história" vencerem terão de comer um delicioso pedaço de pizza, então ficam super fortes e vencem seu inimigo. Logo após vencerem, os heróis recebem uma caixa de um grupo de cinco jovens como recompensa, assim que abrem a caixa surgem balões e uma faixa escrito "Liga da Pizza". EM BREVE!!!!	Merchandising	1 semana antes	R\$795,00
Atrair Clientes	Clientes e Iniciadores	Atração Virtual	Gravar Stories, imagens diárias dos clientes da pizzeria, depoimentos dos clientes e memes incentivadores.	Instagram e Facebook (patrocinado)	Três vezes durante a semana	R\$ 43,08
Promover a pizzeria	Clientes	Sorteio Virtual	Será postado na página do Facebook um sorteio, onde para participar terá que curtir a página, comentar marcando três amigos e compartilhar a publicação, o prêmio será um rodízio de pizza podendo levar até dois acompanhantes.	Facebook	Em datas comemorativas	R\$ 29,40
Estimular a participação para fidelização de clientes	Iniciadores	Com qual herói você se parece?	O cliente que ir fantasiados de seu herói preferido ganha um copo personalizado e a foto mais curtida com a #ligadapizza ganha um rodízio por conta da casa	No estabelecimento	Uma vez durante três meses	R\$149,80

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Na figura 06 o exemplo de duas estratégias, o copo sendo uma de manutenção e os quadrinhos de heróis como de lançamento da marca.

Figura 06 – Estratégias de marketing



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Os valores não inclusos nos custos pré-operacionais e de despesas mensais serão retirados da reserva de lucro da empresa serem casos esporádicos, entretendo com o tempo pode-se abrir outra reserva somente para estes tipos de despesas. Com este plano a “Liga da Pizza” pretende despertar a curiosidade em seus clientes, utilizando das mídias digitais e atividades diferenciadas em locais estratégicos da cidade de Caçador, divulgando o negócio, ampliando a visibilidade, captando clientes e posicionando a pizzaria.

4.4.3 Plano de Vendas

Segundo o site Sebrae (2019), o plano de vendas é uma ferramenta utilizada pelos empresários para definir as estratégias, planejar e gerir todas as vendas de um negócio, na qual estão presentes as técnicas para a prestação de um atendimento personalizado e o alcance das metas estabelecidas no plano de marketing.

As empresas se assemelham a organismos vivos que nascem, crescem, se multiplicam e até morrem, como um ciclo de vida de um ser humano por exemplo.

Esse ciclo é caracterizado pelas fases de lançamento, maturidade e declínio do negócio, e neste contexto a “Liga da Pizza” encontra-se na fase de lançamento.

A capacidade de produção do negócio dita as projeções de vendas diárias e mensais. Conforme pode ser verificado na tabela 03, os cenários demonstram propostas diferentes para o negócio.

Tabela 03 - Capacidade de produção x projeção do volume de vendas

Cenário	Porcentagem	Produção	Rodízio
Cenário otimista	100%	897	1794
Cenário realista	70%	627,90	1255,8
Cenário pessimista	50%	448,50	897

Cenário	Porcentagem	Produção	Rodízio até 10 anos
Cenário otimista	100%	448,5	897
Cenário realista	70%	313,95	627,9
Cenário pessimista	50%	224,25	448,5

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

De acordo com a tabela 03, o plano de vendas deve ser considerado pelo cenário realista, assim mantém a viabilidade do negócio.

Caso o processo de vendas entre no cenário pessimista, é necessário desenvolver estratégias de divulgação de baixo impacto financeiro, buscando resgatar as vendas e alavancar o percentual.

Nesse caso, estando no cenário pessimista, desde a primeira mensuração, a ação será a distribuição de cupons premiados. Estes serão distribuídos em escolas e outras instituições de ensino, na qual receberão o cupom sem saber o que nele consta, conforme pode ser verificado na figura 05 ele acompanha um QR code, desta forma, apresentando o cupom no estabelecimento você irá descobrir qual é o seu prêmio, a ação gera curiosidade nas crianças fazendo com que estimulem seus pais a irem até o local.

Figura 07 - Cupom premiado



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Os prêmios sorteados pelo QR code são copos personalizados e descontos de 10%, 15% e 20% no valor do rodízio.

A estrutura de força de vendas da pizzaria é direta, que conta com 1 gerente, 1 sub-gerente, 4 garçons, sendo dois fixos e dois freelancers e 1 operador de caixa.

A área de atuação será a cidade de Caçador - SC. No momento não há interesse em ampliar o mercado de atuação.

O estímulo da força de trabalho da Liga da Pizza será por meio de programas de endomarketing. Dia da Família: uma vez ao mês um colaborador e sua família serão servidos com os produtos oferecidos pela pizzaria. O programa abrange pais, cônjuge e filhos. O colaborador selecionado no mês, acompanhado de sua família, não pagará nada e poderá desfrutar dos alimentos e bebidas disponíveis no dia. O Herói do Mês: onde os colaboradores que se destacaram dentro do mês, serão homenageados com a sua foto no quadro do herói do mês que ficará exposto durante o mês subsequente, em local visível a todos os clientes e colaboradores. Também, o Tempo de Casa, os colaboradores com 5 (cinco), 10 (dez), 15 (quinze) e 20 (vinte) anos de tempo de casa, terão seus trabalhos reconhecidos através de prêmios. Por fim, o Programa de Melhorias da Liga da Pizza, onde os colaboradores que sugerirem melhorias que venham trazer resultados e agregar na imagem da pizzaria, serão recompensados financeiramente com valor de bônus de R\$ 500,00.

Para manter o relacionamento com os clientes a “Liga da Pizza” irá promover estratégias voltada para datas comemorativas, na qual o cliente comprovando que é seu aniversário no dia que for até a pizzaria, será homenageado com um cartão de aniversário acompanhado de um cupcake com uma vela, junto da equipe de garçons que levarão até sua mesa cantando os parabéns.

Na fidelização ao cliente a empresa fará um cartão acumulador de pontos onde o cliente contendo cinco carimbos de rodízios de pizza poderá escolher entre um desconto de 20% ou um copo personalizado da “Liga da Pizza”.

Para garantir a melhor integridade do negócio para com os clientes, no caixa terá um questionário contendo 3 perguntas de fácil acesso, as perguntas têm como intuito mensurar o atendimento, o ambiente e entretenimento. As respostas devem ser analisadas individualmente pelo gerente o mesmo deverá entrar em contato com o reclamante e passar uma devolutiva, assim efetiva o contato pós-venda com os clientes garantindo sua volta no estabelecimento.

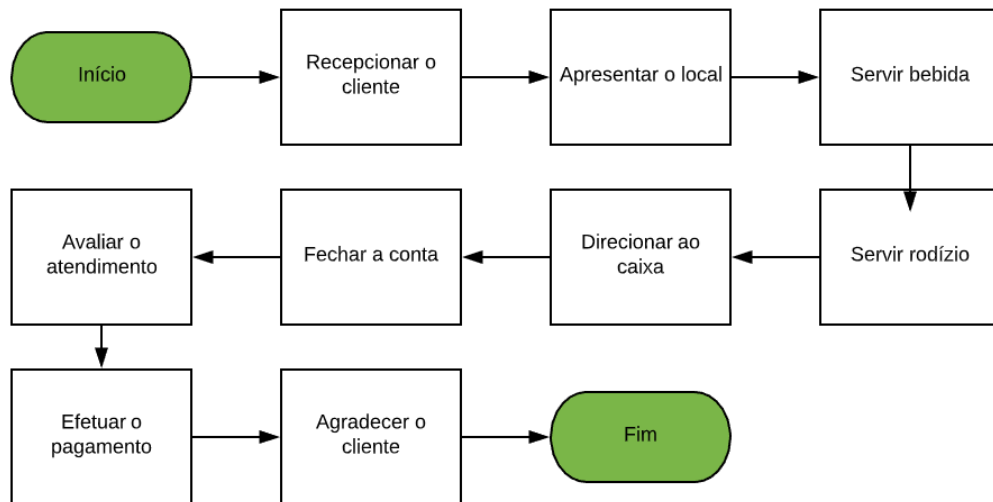
4.5 Processos Produtivos

O cliente chegará no local, será recepcionado e levado até uma mesa disponível, o garçom anotará o pedido de bebidas e será servido conforme o andamento do rodízio. No caso da cozinha kids a criança será levada até o ambiente e será orientada para fazer sua pizza, quando pronta poderá se alimentar na mesa ao lado junto das outras crianças e se divertir no espaço.

Após todos satisfeitos serão direcionados ao caixa para fazer o fechamento da conta, durante este tempo pode responder a avaliação referente ao atendimento, qualidade da pizza, ambiente, entretenimento e espaço kids. Esta pesquisa tem finalidade de trazer um feedback para a empresa em relação aos serviços prestados e produtos ofertados ao cliente, este será feito por um tablet que aponta uma pergunta e abaixo 4 emojis para selecionar conforme seu critério.

Logo após a resposta, pode ser efetuado o pagamento e serão acompanhados até a saída do espaço.

Figura 08 – Fluxo resumido



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Conforme foi verificado na figura 06 a “Liga da Pizza” preza o melhor atendimento desde a recepção até a saída do cliente, assim criando um laço de amizade entre empresa e cliente.

4.5.1 Capacidade de atendimento

O espaço conta com 20 mesas com 4 cadeiras em cada na qual comporta 80 pessoas. O horário de atendimento será de terça-feira a domingo a partir das 19h00 até 23h00, salvo em casos de eventos que será feito horário diferenciado conforme demanda do cliente.

Quadro 04 – Horário de atendimento

Horário de atendimento		
Período	Horário	Semana
Noite	19h00 às 23h00	Terça-feira a Domingo
Eventos	Especial	Especial

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

O tempo de horas trabalhadas foi calculado com 1 hora antes da abertura e 1 hora após o fechamento do local, e a quantidade de dias trabalhados durante o mês é 26 dias devido o horário de atendimento. Na tabela 04 está apontando qual a capacidade de atendimento de rodízio diário e mensal.

Tabela 04 – Capacidade de produção do rodízio

Tempo de trabalho diário	Paradas programadas	Tempo efetivo de trabalho	Tempo médio por atendimento	Capacidade de atendimento	
				Diário	Mensal
06:00:00	00:15:00	05:45:00	00:10:00	34,5	897

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Com base nos dados apontado pela tabela 04, a lotação do estabelecimento bate com a capacidade de atendimento. Diferente da tabela 05 que é referente a cozinha kids.

Tabela 05 – Capacidade de produção da cozinha kids

Tempo de trabalho diário	Paradas programadas	Tempo efetivo de trabalho	Tempo médio por atendimento	Capacidade de atendimento	
				Diário	Mensal
06:00:00	00:15:00	05:45:00	00:20:00	17,25	448,5

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Com base nos dados apontado pela tabela 05, a capacidade de atendimento diário ultrapassa da lotação da cozinha kids que é de 8 crianças. Em casos de dias lotados deverá ser entregue uma senha contendo um número indicando que há uma criança na fila de espera.

4.5.2 Cenários Econômicos

Conforme a capacidade de produção podemos definir quais são os cenários do negócio, assim estabelecendo as melhores estratégias para atender aos clientes e adequar a produção.

Com base nos dados da tabela 06 a produção mensal será acima de 448,50 pizzas que equivale a oito fatias por pessoa em um rodízio, podendo variar de pessoa para pessoa.

Tabela 06 – Cenário econômico rodízio

Cenário	Porcentagem	Produção	Rodízio
Cenário otimista	100%	897	1794
Cenário realista	70%	627,90	1255,8
Cenário pessimista	50%	448,50	897

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Diferente do cenário apontado na tabela 07, referente a cozinha kids que atende a uma pizza pequena por criança. Vale ressaltar que a mesma irá fabricar sua própria pizza.

Tabela 07 – Cenário econômico da cozinha kids

Cenário	Porcentagem	Produção	Rodízio até 10 anos
Cenário otimista	100%	448,5	897
Cenário realista	70%	313,95	627,9
Cenário pessimista	50%	224,25	448,5

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Os cenários econômicos proporcionam a empresa entender quais os fatores que podem interferir diretamente e indiretamente na oscilação de demanda dos produtos, podendo criar planos para não comprometer seu fluxo de caixa.

4.5.3 Produtos oferecidos

Conforme estudo de mercado segue breve listagem dos produtos servidos pela “Liga da Pizza”, dentre elas as bebidas de forma breve. Todo o cardápio de pizzas pode ser alterado conforme a demanda do cliente, e não há necessidade de seguir à risca todos os componentes citados na descrição dos produtos e podem surgir novos sabores de pizzas. Isso serve para as bebidas, que começamos com um cardápio um pouco simples, mas pode ser elaborado conforme o crescimento do negócio.

O cardápio de pizzas e bebidas pode ser verificado no apêndice C.

Figura 09 – Produtos oferecidos



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

A “Liga da Pizza”, estabelece seus cardápios de início analisando sua pesquisa de mercado e concorrentes diretos.

4.5.4 Vantagens e desvantagens

Perante nossos concorrentes diretos e indiretos, destacamos no quadro 04 as vantagens e desvantagens que farão nossos clientes optarem por nossos produtos.

Quadro 05 – Vantagens e desvantagens

Vantagens	Desvantagens
Espaço e cozinha Kids	A la carte
Garçom vestido de herói	Delivery
Estacionamento	
Localização	
Horário diferenciado para rodízio	
Ambiente personalizado	
Linha de produção eficiente	

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

As vantagens podem deixar o negócio sempre a frente aos concorrentes, pelo fato de ser algo inovador na cidade de Caçador – SC. Porém ficamos com as desvantagens em não oferecer os serviços que todos os nossos concorrentes fazem.

4.6 Programa de Desenvolvimento de Recursos Humanos

A empresa conta com 2 sócios, sendo que Cristiane Aparecida de Souza é a sócio administradora e gerente do local, Luiz Fernando da Silva é subgerente e responsável pela cozinha kids, sendo que ambos são donos do negócio e tem a mesma quantidade de participação na empresa.

A Pizzaria Liga da Pizza disponibilizará 1 vaga de operador de caixa, 1 vaga de barman, 1 pizzaiolo, 2 auxiliares de cozinha, 2 garçons, sendo 2 freelances e 1 vagas para auxiliar de serviços gerais. As vagas abertas poderão sofrer alterações, de acordo com a viabilidade financeira do negócio.

A tabela 08 demonstra os valores totais por função em relação aos encargos.

Tabela 8 – Relatório dos encargos

Função	Quantidade	Total
Operador de Caixa	1	R\$2.029,37
Pizzaiolo	1	R\$2.192,98
Garçon	2	R\$3.513,94
Barman	1	R\$1.934,99
Auxiliar de Cozinha	2	R\$3.513,94
Serviços Gerais	1	R\$1.756,97

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Todos os encargos a serem pagos mensalmente dos funcionários é de R\$ 2.780,25, além de respectivos salários. Na tabela 09, pode ser verificado todos os valores a serem pagos em detalhes.

Tabela 9 – Encargos

Valores salariais dos funcionários e encargos sociais											
Função	Quantidade	CBO	Salário	Quebra de Caixa	13º salário	Férias	1/3 das Férias	FGTS de Férias	FGTS	FGTS de 13º	Total
Operador de Caixa	1	421125	R\$ 1.362,00	R\$ 272,40	R\$ 113,50	R\$ 113,50	R\$ 37,83	R\$ 12,10	R\$ 108,96	R\$ 9,08	R\$2.029,37
Pizzaiolo	1	513610	R\$ 1.700,00	R\$ -	R\$ 141,66	R\$ 141,66	R\$ 47,22	R\$ 15,11	R\$ 136,00	R\$ 11,33	R\$2.192,98
Garçon	2	513405	R\$ 1.362,00	R\$ -	R\$ 113,50	R\$ 113,50	R\$ 37,83	R\$ 12,10	R\$ 108,96	R\$ 9,08	R\$3.513,94
Barman	1	513420	R\$ 1.500,00	R\$ -	R\$ 125,00	R\$ 125,00	R\$ 41,66	R\$ 13,33	R\$ 120,00	R\$ 10,00	R\$1.934,99
Auxiliar de Cozinha	2	513505	R\$ 1.362,00	R\$ -	R\$ 113,50	R\$ 113,50	R\$ 37,83	R\$ 12,10	R\$ 108,96	R\$ 9,08	R\$3.513,94
Serviços Gerais	1	514320	R\$ 1.362,00	R\$ -	R\$ 113,50	R\$ 113,50	R\$ 37,83	R\$ 12,10	R\$ 108,96	R\$ 9,08	R\$1.756,97

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

A empresa consta com salários em média de R\$ 1.441,33, entretanto pode variar conforme descrição do CBO. Os horários de trabalho de alguns funcionários vão ter adicional noturno como pode ser verificado na tabela 10.

Tabela 10 – Adicional noturno

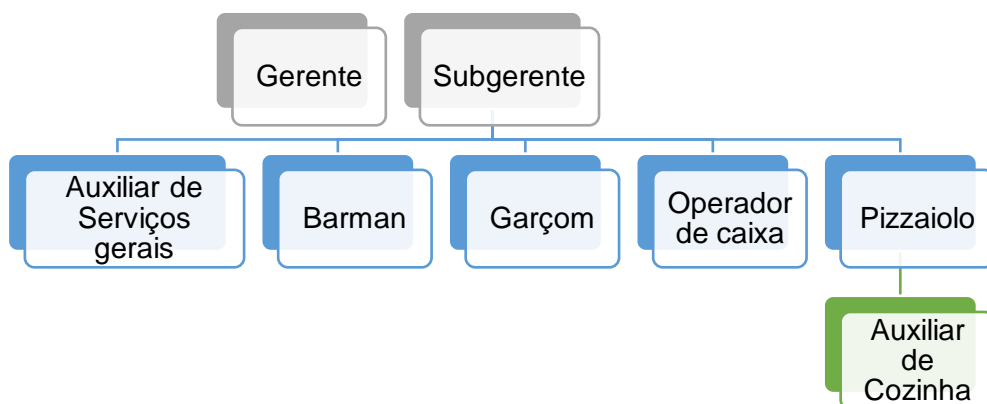
Função	Salário	Adicional noturno	Total
Operador de Caixa	R\$ 2.029,37	R\$ 670,01	R\$ 2.699,38
Pizzaiolo	R\$ 2.192,98	R\$ 362,02	R\$ 2.555,00
Garçom	R\$ 3.513,94	R\$ 1.160,16	R\$ 4.674,10
Barman	R\$ 1.934,99	R\$ 638,85	R\$ 2.573,84
Auxiliares de Cozinha	R\$ 3.513,94	R\$ 1.160,16	R\$ 4.674,10
Serviços Gerais	R\$ 1.756,97	R\$ -	R\$ 1.756,97
R\$			18.933,39

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

O adicional noturno é calculado com base nas horas que cada funcionário irá realizar e este pode variar conforme a necessidade. Sendo que o pizzaiolo fará no mês 30 horas de adicional noturno e as demais funções 59 horas.

O organograma da empresa e a descrição dos cargos pode ser verificada no apêndice D.

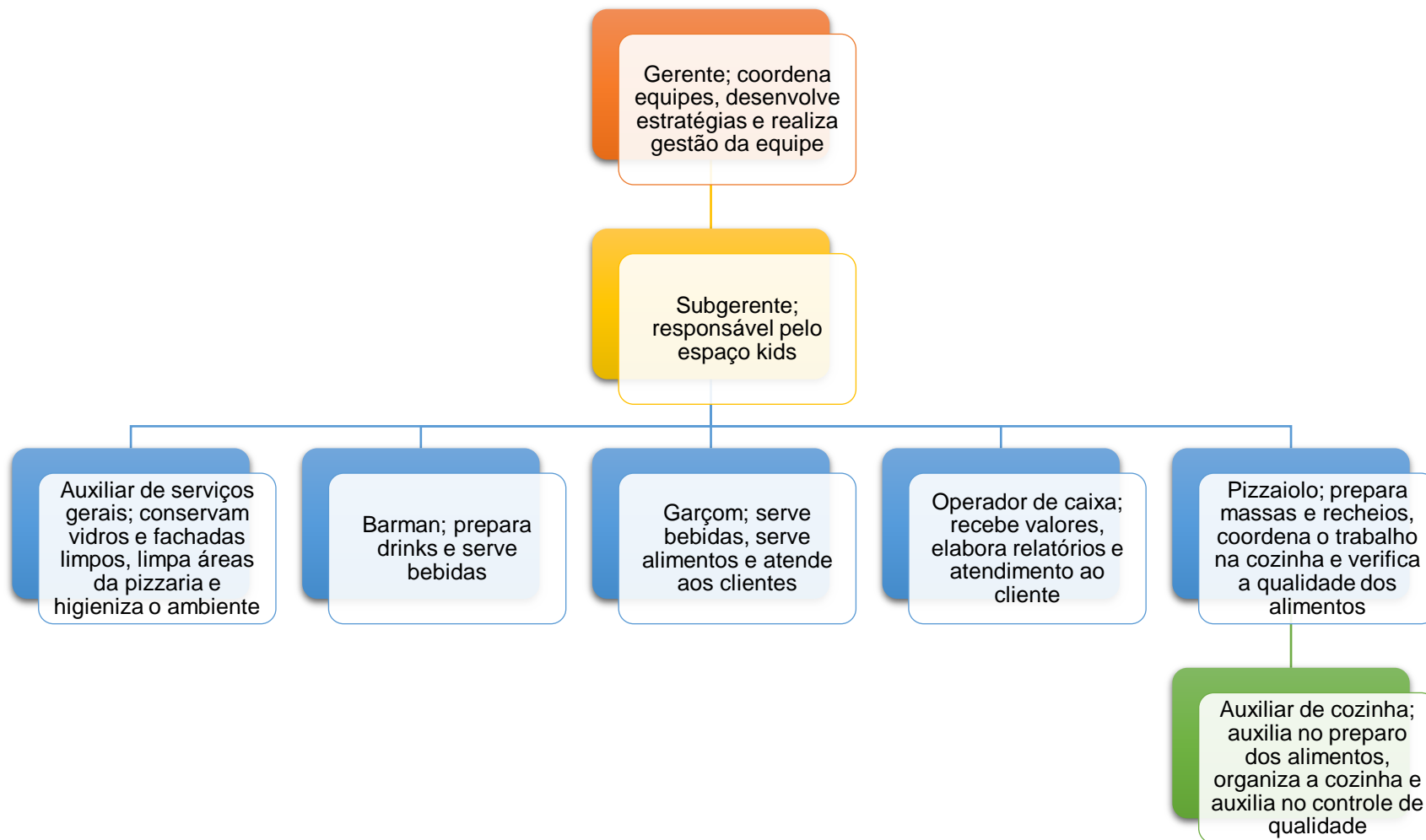
Figura 10 - Organograma



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

O gerente e subgerente trabalham juntos com toda a equipe, entretanto o gerente responde mais a respeito do negócio. Pode ser verificado na figura 09 o fluxograma.

Figura 11 - Funcionograma



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

O recrutamento para as funções de garçom, auxiliar de cozinha e auxiliar de serviços gerais serão por meio de divulgação em rádios locais, redes sociais, jornais de circulação local e e-mail. O operador de caixa será por meio de indicação e parcerias com instituições de ensino. Para os cargos de barman e pizzaiolo será por meio de anúncio no linkedin e facebook, parceria com instituições de ensino e indicação.

O método utilizado para seleção do auxiliar de cozinha e pizzaiolo será por meio da avaliação de currículo, entrevista e dinâmica de grupo para montarem uma pizza e avaliação psicológica. Em relação ao auxiliar de serviços gerais será por meio de avaliação de currículo, entrevista e avaliação psicológica. O barman será utilizado avaliação de currículo, entrevista, dinâmica de preparo de bebida, prova técnica e avaliação psicológica. Os garçons serão submetidos a avaliação de currículo, entrevista, dinâmica em atendimento e avaliação psicológica. E o operador de caixa terá a avaliação de currículo, entrevista, teste lógico e matemático e avaliação psicológica. Todos os testes psicológicos serão de acordo com o que o profissional da área alinhar com os proprietários.

Para fazer a integração com os novos funcionários foi criado um e-book contendo todas as informações necessárias em relação ao negócio, o mesmo pode ser verificado no apêndice E.

A “Liga da Pizza” acredita que o desenvolvimento contínuo dos seus colaboradores é de extrema relevância para o crescimento da organização e, por conta disso investe em treinamento e desenvolvimento pessoal e profissional das pessoas por meio de programas direcionados.

As ações de treinamento e desenvolvimento estão baseadas no diagnóstico, identificação das necessidades, no planejamento das capacitações e análise das lacunas de competências.

A “Liga da Pizza” trabalha o seu endomarketing através de programas pontuais, que são os seguintes:

Dia da Família

Uma vez ao mês um colaborador e sua família serão servidos com os produtos oferecidos pela pizzaria. O programa abrange pais, cônjuge e filhos. O colaborador selecionado no mês, acompanhado de sua família, não pagará nada e poderá

desfrutar dos alimentos e bebidas disponíveis no dia. Sendo que esta ação terá um custo estimado de R\$ 9,80 por pessoa.

O Herói do Mês

Os colaboradores que se destacam dentro do mês, serão homenageados com a sua foto no quadro do herói do mês que ficará exposto durante o mês subsequente, em local visível a todos os clientes e colaboradores. Sendo que esta ação terá um custo estimado de R\$ 50,00.

Tempo de Casa

Os colaboradores com 5 (cinco), 10 (dez), 15 (quinze) e 20 (vinte) anos, terão seus trabalhos reconhecidos através de prêmios, conforme a seguir:

- **Cinco anos:** 1 tablet, sendo um valor estimado de R\$ 592,90
- **Dez anos:** 1 celular A20 da Samsung, sendo um valor estimado de R\$ 803,12;
- **Quinze anos:** 1 TV de 43', sendo um valor estimado de R\$ 1.399,99;
- **Vinte anos:** 1 Biz 125 da Honda, sendo um valor estimado de R\$ 10.077,00.

Programa de Melhorias da Liga da Pizza

Os colaboradores que sugerirem melhorias que venham trazer resultados e agregar na imagem da pizzaria, serão recompensados financeiramente com valor de bônus de R\$ 500,00.

Os valores não inclusos nos custos pré-operacionais e de despesas mensais serão retirado da reserva de lucro da empresa serem casos esporádicos, entretendo com o tempo pode-se abrir outra reserva somente para estes tipos de despesas.

4.7 Ações de Logística Comercial

4.7.1 Definição cadeia logística

Todas as compras de matérias-primas serão feitas no início do horário com base no quadro kanban que foi alterado no dia anterior. Como exemplo, todo início de jornada antes de abrir o estabelecimento será feito um check-list no kanban verificando se há algum produto que se encontra na cor amarela, representando a metade do estoque e algum que esteja na cor vermelha que está representando inferior ao estoque mínimo.

Os produtos podem ser encontrados todos na cidade de Caçador-SC, então basta verificar o local mais barato e escolher a melhor rota.

4.7.2 Codificação, compras e estoque

Conforme capacidade de produção foi estimado uma quantidade mínima de matéria-prima por mês, sendo que todo o material será armazenado no próprio local. O controle de estoque será feito por meio de um quadro kanban, na qual terá cada identificado em uma planilha.

Tabela 11 – Controle de compras x estoque x custo

Produto	Unidade de medida	Fornecedor	Custo unitário
Açúcar Duçula	5 kg	Nova Sul	R\$ 10,90
Bandeja de ovos	30 und	Nordio	R\$ 7,99
Cebola	1 kg	Via Atacadista	R\$ 2,59
Certificado personalizado	1 und	Print Show	R\$ 3,00
Copo personalizado	1 und	Cristian Cartucho	R\$ 3,50
Coração de frango	1 kg	Via Atacadista	R\$ 11,99
Farinha de trigo Gardênia	5 kg	Cereal	R\$ 6,99
Fermento biológico saf-instant	125g	Q Atacarejo	R\$ 10,81
Molho de tomate	500 g	Via Atacadista	R\$ 0,99
Óleo de soja Concórdia	900 ml	Via Atacadista	R\$ 2,79
Queijo Mussarela	1 kg	Via Atacadista	R\$ 25,00
Sal Cisne refinado	1 kg	Superpão	R\$ 33,90

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Basicamente o controle de estoque deverá se basear no cenário pessimista como mínimo, realista como intermediário e otimista como cheio, e a tabela 11 anos aponta quais são as quantidades para base de cálculo do estoque.

Na tabela 12, podemos calcular qual a quantidade necessária de cada ingrediente para fabricar nosso produto, incluindo quantidade de copo e certificado

personalizado. Mas todos os valores devem ser baseados na planilha anterior, que demonstra quais são os custos de cada produto.

Tabela 12 – Custo do produto

Produto	Unidade de medida	Valor
Açúcar	4 g	R\$ 0,08
Água	60 ml	R\$ -
Cebola	80 g	R\$ 0,16
Coração de frango	800g	R\$ 8,00
Farinha de trigo	200 g	R\$ 0,20
Fermento	6 g	R\$ 0,48
Molho de tomate	50 g	R\$ 0,05
Óleo	80 ml	R\$ 0,24
Ovo	1 und	R\$ 0,26
Queijo Mussarela	500 g	R\$10,00
Sal	4 g	R\$ 0,12
Total		R\$19,59
Rodízio		R\$ 9,80
Espaço KIDS		R\$11,40

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

O valor total representa o custo de uma pizza de 16 fatias, sendo assim para saber qual o custo médio por rodízio seria de R\$ 9,80 levando em consideração o consumo de 8 pedaços de pizza. Diferente do espaço kids, que uma pizza atende a quatro crianças, entretanto precisa ser adicionado o valor do copo e certificado personalizado.

4.7.3 Acondicionamento dos Ingredientes

No bar contamos com um espaço pequeno, mas atende aos clientes tranquilamente, este ambiente conta com a matéria prima e utensílios necessários para realizar o trabalho.

Figura 12 – Bar



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Está localizado no final da praça de alimentação, ao lado do elevador das pizzas, sua posição no layout faz com que tenha uma visão como um todo do ambiente. Diferente do espaço das louças, que está separado de tudo, pois precisam de mais cuidados ao manusear o material e manter o local organizado.

Figura 13 – Espaço das louças



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Este local foi planejado para evitar problemas com a vigilância em relação a limpeza dos pratos e talheres junto das comidas e deixar prático na busca materiais.

O local de armazenagem dos alimentos será feito no segundo piso, ao lado da cozinha para ter um melhor fluxo.

Figura 14 – Espaço de armazenagem



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

O espaço de armazenagem conta com um freezer para deixar carnes em pequenas quantidades congeladas e gôndolas para facilitar o armazenamento dos produtos e assim auxiliando na busca do mesmo.

4.7.4 Estratégia de distribuição

O cliente precisa se deslocar até o estabelecimento para consumir o alimento, entretanto contaremos com o estacionamento da própria via.

4.8 Plano de Viabilidade Econômico/Financeira

Segundo o site Sebrae (2019), a análise financeira é um estudo dos fatos e resultados, ela engloba um conjunto de instrumentos e métodos que norteiam os diagnósticos sobre a situação financeira da empresa, sendo assim a mesma consegue fazer projeções em relação ao seu desempenho futuro.

Com base nos dados de produção, recursos humanos e marketing o valor do investimento inicial é de aproximadamente R\$ 316.569,48, sendo que estes estão divididos em 17 centro de custos.

Conforme pode ser verificado na tabela 13 todos os valores orçados de cada item e no apêndice F tem detalhadamente quais são os valores de investimento de cada centro de custo.

Tabela 13 – Custos pré-operacionais

Centro de custo	Valor unitário
Banheiro feminino	R\$ 1.083,57
Banheiro funcionário	R\$ 1.083,57
Banheiro masculino	R\$ 1.083,57
Bar	R\$ 7.682,41
Caixa	R\$ 3.442,20
Cantinho louça	R\$ 2.151,05
Cozinha	R\$ 16.189,08
Cozinha KIDS	R\$ 5.168,60
Escritório	R\$ 7.385,97
Espaço KIDS	R\$ 997,55
Estoque	R\$ 2.117,43
Marketing	R\$ 795,00
Praça de alimentação	R\$ 9.184,70
Reforma de ambiente	R\$ 131.400,00
Reforma de estrutura	R\$ 122.071,65
Tributo	R\$ 3.683,35
Vestiário funcionário	R\$ 1.049,78

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Todos os orçamentos foram feitos conforme sites de empresas de renome, sendo elas Magazine Luiza, Havan, Americanas, Olitec, Casa das embalagens e dentre outras conforme a necessidade. Para financiamento do negócio foi utilizado o banco do estado de Santa Catarina, com uma taxa de 0,99% ao mês em 55 meses, totalizando um capital a ser pago de R\$ 412.064,95, ou seja R\$ 95.495,47 de juros.

O payback simples apresenta de forma resumida o tempo de retorno de um determinado investimento, diferente do descontado que traz os fluxos ao valor presente. A tabela 14 apresenta o resultado do negócio.

Tabela 14 – Payback simples e descontado

Item	0	1	2	3
Investimento	-R\$ 316.569,48	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Simple	R\$ -	R\$ 157.485,49	R\$ 157.485,49	R\$ 157.485,49
Descontado	R\$ -	-R\$ 136.943,90	-R\$ 119.081,66	-R\$ 103.549,27
Total	-R\$ 316.569,48	-R\$ 179.625,58	-R\$ 60.543,92	R\$ 43.005,35

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Conforme apontado na tabela 14 o retorno do investimento conforme o payback simples é de 24 meses, diferente do payback descontado que é de 2 anos 6 meses e 28 dias.

Todos os valores para base de cálculos de entradas e saídas mensais podem ser verificados no apêndice G, e todos os custos não inclusos nos orçamentos mensais e pré-operacionais podem ser retirados da reserva de lucro da empresa, sendo com o término do valor do empréstimo pode ser feito mais uma reserva para determinadas despesas da empresa, sendo mais organizado e de garantia para o empresário.

O resultado líquido do exercício é de R\$ 13.123,79, o demonstrativo de resultado e balanço patrimonial pode ser verificado no apêndice H.

Deve-se realizar um estudo sobre a viabilidade do negócio através da análise dos dados apresentados na tabela 15.

Tabela 15 - Retorno

VPL	43005,35
TIR	23,04
TMA	1,25% a.m

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Com base no cálculo apresentado o tempo do retorno do investimento é de 2 anos 6 meses e 28 dias, em uma taxa de 1,25% ao mês, totalizando 15% ao ano. Se comparado ao tesouro direto que é de 8% e a poupança 6% as taxas do negócio cobrem as ofertas, porém o risco é maior.

Os indicadores de desempenho são divididos em ponto de equilíbrio financeiro, contábil, econômico e margem de contribuição, estes mensuram o desenvolvimento econômico da empresa na qual, permitem comparações em relação aos outros períodos.

A margem de contribuição é o quanto sobra da receita adquirida com todas as vendas dos produtos e serviços, na tabela 16 pode ser verificado os valores.

Tabela 16 – Margem de contribuição

Rodízio até 10 anos		Rodízio	
Preço de venda	R\$ 39,90	Preço de venda	R\$ 54,90
Custo variável	R\$ 11,40	Custo variável	R\$ 9,80
Margem de contribuição	28,5	Margem de contribuição	45,1

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Conforme apontado na tabela a margem de contribuição do rodízio é maior quando comparado do rodízio até 10 anos, ou seja, o rodízio retorna mais em relação ao kids.

O ponto de equilíbrio contábil fornece qual é a quantidade de vendas para superar as despesas e custos da empresa, na tabela 17 pode ser verificado os valores.

Tabela 17 – Ponto de equilíbrio contábil

Rodízio até 10 anos		Rodízio	
Custos fixos	R\$42.945,98	Custos fixos	R\$42.945,98
Margem de contribuição	R\$ 28,50	Margem de contribuição	R\$ 45,10
Ponto contábil	1506,88	Ponto contábil	952,24

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Conforme apontado na tabela o ponto de equilíbrio contábil do rodízio é inferior quando comparado do rodízio até 10 anos, sendo que o rodízio até 10 anos tem um custo maior devido este fato necessita da venda em grande quantidade.

O ponto de equilíbrio econômico é o momento de averiguar as entradas e saídas do negócio, na tabela 18 pode ser verificado os valores.

Tabela 18 – Ponto de equilíbrio econômico

Rodízio até 10 anos		Rodízio	
Custo fixo	R\$42.945,98	Custo fixo	R\$42.945,98
Patrimônio líquido	R\$16.474,99	Patrimônio líquido	R\$16.474,99
Margem de contribuição	R\$ 28,50	Margem de contribuição	R\$ 45,10
Ponto econômico	2084,95	Ponto econômico	1317,54

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Conforme apontado na tabela o ponto de equilíbrio econômico do rodízio exige menor venda em relação ao rodízio até 10 anos, pois sua contribuição em valor é inferior.

O ponto de equilíbrio financeiro demonstra qual deve ser faturamento mínimo para cobrir os gastos fixos e variáveis, que deste ponto em diante começa a lucrar.

Tabela 19 – Ponto de equilíbrio financeiro

Rodízio até 10 anos		Rodízio	
Custo fixo	R\$42.945,98	Custo fixo	R\$42.945,98
Depreciação	R\$ -	Depreciação	R\$ -
Margem de contribuição	R\$ 28,50	Margem de contribuição	R\$ 45,10
Ponto financeiro	1506,88	Ponto financeiro	952,24

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Conforme apontado na tabela o ponto de equilíbrio financeiro atinge rapidamente pelo rodízio, diferente do rodízio até 10 anos. Conforme análise em todas as tabelas de indicadores as maiores quantidades de venda estão concentradas no rodízio até 10 anos, pois o custo de todo o espaço kids é significativo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo a elaboração de um plano de negócio para uma pizzaria temática, a fim definir qual o real interessa da população de Caçador-SC em frequentar este ambiente.

Conforme dados apontados pela pesquisa que foi composta por 6 perguntas relacionadas ao perfil do consumidor e 18 perguntas pertinentes ao negócio, sendo que dentre elas continham perguntas objetivas, dicotômicas, descritivas e escala o público alvo do negócio são famílias com criança e adolescentes, sendo que o grande diferencial desta para as pizzarias tradicionais se dá pela decoração temática e o atendimento que será feito por super-heróis, este é um dos setores que mais movimentam o mercado.

A empresa tem três indicadores de desempenho, sendo a primeira ação que é de curto prazo está voltada para quantidade de clientes que vão frequentar nosso estabelecimento e como consequência aumentar o faturamento da empresa. A segunda ação que é de médio prazo referente-se a avaliação de desempenho, para ser uma marca reconhecida no mercado de atuação e a terceira ação que é de longo prazo seria ter o local próprio sem envolvimento de terceiros.

Para a implantação deste negócio precisa-se de um investimento inicial de R\$ 316.569,48, e com saídas mensais de R\$ 61.558,73. Sendo assim este investimento retorna em 2 anos 6 meses e 28 dias, porém deste retorno temos uma reserva de capital de R\$ 3895,23.

Conclui-se que este negócio é viável, a empresa apresenta riscos, porém estes foram apontados soluções no trabalho.

REFERÊNCIAS

Águas subterrâneas: Disponível em: <<https://aguassubterraneas.abas.org/asubterraneas/article/viewFile/21942/14313>>.

Acesso em 15 ago. 2019.

Alimentação em foco: Disponível em: <<https://alimentacaoemfoco.org.br/historia-da-alimentacao/>>. Acesso em: 13 ago. 2019.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de plano de negócios**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

Como fazer uma análise financeira da sua empresa: Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/como-fazer-uma-analise-financieira,d6b1288acc58d510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 20 nov. 2019.

COOPER, Donald R.; Pamela S. Schindler. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 10. ed. Porto Alegre, 2011.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. 1. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José. **Plano de Negócio seu guia definitivo: passo a passo para você planejar e criar um negócio de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

FERREIRA, Manuel Portugal. et al. **Marketing para Empreendedores e Pequenas Empresas**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

Foodbiz Brasil: Disponível em: <http://foodbizbrasil.com/inovacao/tendencias-para-o-setor-de-foodservice-em-2019/>. Acesso em: 15 ago. 2019.

Infoescola: Disponível em: <<https://www.infoescola.com/historia/pizza/>>. Acesso em: 13 ago. 2019.

LACRUZ, Adonai José. **Plano de Negócios passo a passo: transformando sonhos em negócios**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho de Robouças. **Planejamento Estratégico**. 33. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

Relatório Anual da Associação Brasileira das Indústrias de Alimentos: Disponível em: <<https://www.abia.org.br/vsn/temp/z2019422RelatorioAnual2018.pdf>>. Acesso em: 14 ago. 2019.

SALIM, Mattar. et al. **Construindo Planos de Negócios:** Todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso. 3. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

Índice de Preços ao Consumidor Amplo: Disponível em: < <https://www.portalbrasil.net/ipca.htm>>. Acesso em 14 ago. 2019.

IDHM: Disponível em: < <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sc/cacador.html>>. Acesso em 14 ago. 2019.

APÊNDICE A – CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA

ORIENTAÇÕES PARA O USO DE PROCURAÇÕES ASSINADAS COM O CERTIFICADO DIGITAL

1ª Nas constituições/inscrições, alterações ou extinções, poderão ser utilizadas procurações públicas ou particulares

1.1ª Se pública, basta escanear e enviar junto com o processo digital em documentos auxiliares

1.2ª Se particular, obrigatoriamente deve ter firma reconhecida e autenticação. O reconhecimento de firma deve ser feito no cartório. A autenticação, poderá ser feita pelo cartório, por advogado, por contador ou pelo próprio empresário, conforme modelo de declaração de autenticidade abaixo. Depois, a procuração deve ser escaneada e enviada, junto com o processo digital em documentos auxiliares.

2ª As procurações devem ter data igual ou anterior a data da assinatura do ato de constituição/inscrição, alteração ou extinção que está sendo realizado.

3ª Todos aqueles que deveriam assinar o ato físico (sócios, administradores, anuentes etc...) também devem assinar com o certificado digital, logo, se o fizerem por meio de procurador, devem constar na procuração como Outorgante e dar os poderes específicos para o ato que está sendo praticado.

4ª Pode ser realizada uma procuração para cada outorgante ou uma única procuração com mais de um outorgante (exemplo, uma procuração única para todos os sócios)

5ª As procurações devem ter poderes específicos e expressos, como nos modelos abaixo. É preciso ressaltar que a especificação dos poderes é de competência e liberalidade dos sócios. A Junta Comercial apenas sugere os modelos a fim de prestar uma orientação clara antes do arquivamento, mas no momento da análise do processo, irá verificar se o ato que se pretende arquivar está de acordo com a procuração apresentada e, caso haja divergência nos dados, erro de preenchimento ou poderes diversos do que está sendo praticado, o ato será posto em exigência para correção.

6ª Todas as disposições sobre capacidade e responsabilidade de outorgante e outorgado, estão dispostas no Código Civil, artigos 653 e seguintes e de fácil acesso

qualquer pessoa, através do site http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2002/L10406.htm.

MODELO DE PROCURAÇÃO

OUTORGANTE (s):

SÓCIO PESSOA FÍSICA: Cristiane Aparecida de Souza, brasileira, solteira, assistente administrativo, 001.473.233-24, 6.247.426 SSP – SC, rua João Francisco, número 212, bairro Natal, cristiane.souza@aluno.sc.senac.br

SÓCIO PESSOA FÍSICA: Luiz Fernando da Silva, brasileiro, solteiro, auxiliar qualidade e processos, 007.147.413-03, 7.222.000 SSP – SC, rua Benjamim, número 103, bairro Salvador, luiz.silva@aluno.sc.senac.br

OUTORGADO(s):

Cristiane Aparecida de Souza, brasileira, solteira, assistente administrativo, 001.473.233-24, 6.247.426 SSP – SC, rua João Francisco, número 212, bairro Natal, cristiane.souza@aluno.sc.senac.br

PODERES:

Para constituição:

Por este instrumento, o(s) outorgante(s) constitui(em) procurador o(s) outorgado(s), a quem confere poderes específicos para assinar requerimentos/capa de processo e ato de constituição da sociedade (indicar nome empresarial) em todos os termos e condições, subscrever quotas, assinar a declaração do art. 1011 da lei 10.406/2002, assinar declaração de enquadramento como ME ou EPP e outros documentos necessários a efetivação do ato empresarial em nome do(s) outorgante (s), praticados com o uso de certificação digital, a ser(em) apresentado(s) para arquivamento perante a Junta Comercial do Estado de Santa Catarina - JUCESC, vedado o substabelecimento a terceiros dos poderes ora conferidos.

Para alteração sem cessão de quotas:

Por este instrumento particular, o(s) outorgante(s) constitui(em) procurador o(s) outorgado(s), a quem confere poderes específicos para assinar requerimentos/capa

de processo e ato de alteração, os poderes e atribuições de responder pela empresa, judicial e extrajudicialmente, podendo praticar todos os atos compreendidos no objetivo social autorizado o uso do nome empresarial da empresa Liga da Pizza, 03.110.348/0001-20, verificar com todos os sócios os reajustes. Assinar a declaração do art. 1011 da lei 10.406/2002 em nome do(s) outorgante (s), praticados com o uso de certificação digital, a ser(em) apresentado(s) para arquivamento perante a Junta Comercial do Estado de Santa Catarina - JUCESC, vedado o substabelecimento a terceiros dos poderes ora conferidos.

Para alteração com cessão de quotas:

Por este instrumento particular, o(s) outorgante(s) constitui(em) procurador o(s) outorgado(s), a quem confere poderes específicos para assinar requerimentos/capa de processo e ato de alteração com cessão de cotas, e ainda alterações de os poderes e atribuições de responder pela empresa, judicial e extrajudicialmente, podendo praticar todos os atos compreendidos no objetivo social autorizado o uso do nome empresarial da empresa. EM CASO DE MORTE verificar conforme contrato social, assinar a declaração do art. 1011 da lei 10.406/2002 e outros documentos necessários a efetivação do ato empresarial em nome do(s) outorgante (s), praticados com o uso de certificação digital, a ser(em) apresentado(s) para arquivamento perante a Junta Comercial do Estado de Santa Catarina - JUCESC, vedado o substabelecimento a terceiros dos poderes ora conferidos.

Por este instrumento particular, o(s) outorgante(s) constitui(em) procurador o(s) outorgado(s), a quem confere poderes específicos para assinar requerimentos/capa de processo e ato de extinção da sociedade Liga da Pizza, 03.110.348/0001-20, NIRE 353.001.088.45, fazer a indicação do responsável pelo ativo e passivo da sociedade, bem como pela guarda dos livros mercantis em nome do(s) outorgante (s), e assinar todos os documentos necessários, praticados com o uso de certificação digital, a ser(em) apresentado(s) para arquivamento perante a Junta Comercial do Estado de Santa Catarina - JUCESC, vedado o substabelecimento a terceiros dos poderes ora conferidos.

Caçador, 25, setembro, 2019

Cristiane Aparecida de Souza

Luiz Fernando da Silva

DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE

Eu, Crsitiane Aparecida de Souza, solteira, assistente administrativo, inscrito no SSP/SC, portador da Carteira de Identidade 5.905.493, expedida pela 01/04/2018, inscrito no 075.555.059-60, sob n 420, residente e domiciliado na Rua Belém, bairro Alto Bonito, CEP 89.510.791. DECLARO sob as penas da Lei penal e, sem prejuízo das sanções administrativas e cíveis, que as cópias dos documentos abaixo relacionados são AUTÊNTICOS e condizem com os documentos ORIGINAIS que me foram apresentados.

Documentos apresentados:

1. Procuração cujo outorgante é DACEL e Cristiane Aparecida de Souza;
2. Carteira de Identidade de Cristiane Aparecida de Souza;
3. Situação Cadastral do CPF de Cristiane Aparecida de Souza.

Por ser expressão da verdade, firma essa declaração, nesta data, através de sua assinatura digital

Caçador, 26 de setembro de 2019

Cristiane Aparecida de Souza

MODELO BÁSICO DE CONTRATO SOCIAL
SOCIEDADE LIMITADA
CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE: DACEL LTDA

CRISTIANE APARECIDA DE SOUZA, brasileira, solteira, nascida em 23/11/1991, auxiliar administrativo, portadora da carteira nacional de habilitação 07092022319 emitida em 23/11/2015 pelo DETRAN -SC, domicílio e residência na rua João Francisco, 212, bairro Natal - SC, CEP 89.802.713 e **LUIZ FERNANDO DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido em 01/01/1990, auxiliar de qualidade e processo, portador da carteira nacional de habilitação 23420108716 emitida em 01/01/2014 pelo DETRAN - SC, domicílio e residência na rua Coronel Vidal Ramos, casa 322, bairro Santa Catarina - SC, CEP 89.506.415.

Constituem uma sociedade limitada, mediante as seguintes cláusulas:

1ª A sociedade girará sob o nome empresarial Liga da Pizza e terá sede e domicílio na rua Campos Novos, número 176, centro, 89500-073, próximo a previdência social de Caçador (**art. 997, II, CC/2002**).

2ª O capital social será R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais) dividido em 2 quotas de valor nominal R\$ 150.000,00 (sessenta mil reais), subscritas e integralizadas, neste ato em moeda corrente do País, pelos sócios:

Cristiane Aparecida de Souza.....	R\$ 150.000,00 de quota....	50% participação
Luiz Fernando da Silva.....	R\$ 150.000,00 de quota....	50% participação

(**art. 997, III, CC/2002**) (**art. 1.055, CC/2002**).

3ª O objeto será pizzeria com serviço completo de alimentação.

4ª A sociedade iniciará suas atividades em 09/10/2020 e seu prazo de duração é indeterminado. (**art. 997, II, CC/2002**)

5ª As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda,

formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente. (**art. 1.056, art. 1.057, CC/2002**)

6ª A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social. (**art. 1.052, CC/2002**)

7ª A administração da sociedade caberá **CRISTIANE APARECIDA DE SOUZA** com os poderes e atribuições de responder pela empresa, judicial e extrajudicialmente, podendo praticar todos os atos compreendidos no objetivo social autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio. (**artigos 997, VI; 1.013. 1.015, 1064, CC/2002**)

8ª Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apurados. (**art. 1.065, CC/2002**)

9ª Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso. (**arts. 1.071 e 1.072, § 2º e art. 1.078, CC/2002**)

10ª A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

11ª Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de “prolabore”, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

12ª Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s), o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio. (**art. 1.028 e art. 1.031, CC/2002**)

13ª O(s) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está(ão) impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude

de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. (**art. 1.011, § 1º, CC/2002**)

14ª Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de pró-labore, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

15ª O prazo de duração da sociedade é por tempo indeterminado.

16ª Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade irá reajustar os valores das quotas, não poderá ser cedido para herdeiros e em últimos casos será colocado a venda.

17ª Fica eleito o foro de Caçador - SC para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em seis vias.

Caçador, 26 de setembro de 2019

Cristiane Aparecida de Souza

Luiz Fernando da Silva

Visto: _____ (OAB/SC 00000)

Nome

ATA ASSEMBLÉIA

DACEL LTDA

NIRE 353.001.088.45

CNPJ 03.110.348/0001-20

26/09/2019, 20h, CAÇADOR - Aos vinte e seis de setembro de 2019, às vinte horas, na instituição SENAC, na rua 7 de setembro nº 169, Bairro Centro, em Pedra Azul, em (SC), CEP 89500-000; **PRESENÇA** – sócios representando o valor total do capital social; **COMPOSIÇÃO DA MESA** – CRISTIANE APARECIDA DE SOUZA, presidente e LUIZ FERNANDO DA SILVA, secretário; **PUBLICAÇÕES** – anúncio de convocação, no e no jornal data folha, nas edições de 10 e 11 corrente mês, às falas, respectivamente; **ORDEM DO DIA** - tomar as contas dos administradores e deliberar sobre o balanço patrimonial e o de resultado econômico; **DELIBERAÇÕES** – após a leitura dos documentos mencionados na ordem do dia, que foram colocados à disposição de todos os sócios, trinta dias antes, conforme recibo, postos em discussão e votação, foram aprovados sem reservas e restrições; **ENCERRAMENTO E APROVAÇÃO DA ATA**. Terminados os trabalhos, inexistindo qualquer outra manifestação, lavrou-se a presente ata que, lida, foi aprovada e assinada por todos os sócios:

- a) Cristiane Aparecida da Silva, presidente
- b) Luiz Fernando da Silva, secretário

Receita Federal do Brasil

 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA		
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 602.452.897.524	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	DATA DE ABERTURA 26/09/2019
NOME EMPRESARIAL DACEL LTDA		
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) Liga da Pizza		PORTE EPP
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL Pizzaria com serviço completo de alimentação		
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS Serviços de alimentação e bebidas		
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2		
LOGRADOURO Deóclides Pedro Dom	NÚMERO Sem número	COMPLEMENTO
CEP 89500-356	BAIRRO/DISTRITO Berger	MUNICÍPIO Caçador
		UF SC
ENDEREÇO ELETRÔNICO	TELEFONE	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****		
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA	DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 26/09/2019	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL		
SITUAÇÃO ESPECIAL *****	DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

Aprovado pela Instrução Normativa RFB nº 1.863, de 27 de dezembro de 2018.

Emitido no dia 26/09/2019 às 20h00.

Página: 1/1

DECLARAÇÃO DE EMPRESA DE PEQUENO PORTE

DACEL empresário ou sócios da empresa de pequeno porte, com regime de tributação de Simples Nacional, com sede na rua Campos Novos, número 176, centro, 89500-073, próximo a Previdência Social em Caçador, em constituição nessa Junta Comercial, declara(m) para os devidos fins e sob as penas da Lei, que a receita bruta anual não excederá, ao limite fixado no inciso II do art. 3º da Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006, e que não se enquadra em qualquer das hipóteses de exclusão relacionadas no § 4º do art. 3º da mencionada lei.

Em atendimento as disposições da Lei Complementar 123/2006, a empresa de pequeno porte adotará em seu nome empresarial a expressão EPP.

Caçador, 26 de setembro de 2019

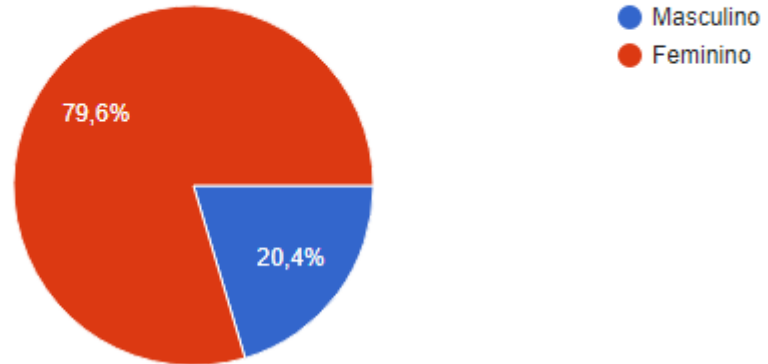
Cristiane Aparecida de Souza

Luiz Fernando da Silva

APÊNDICE B – RESULTADO DA PESQUISA

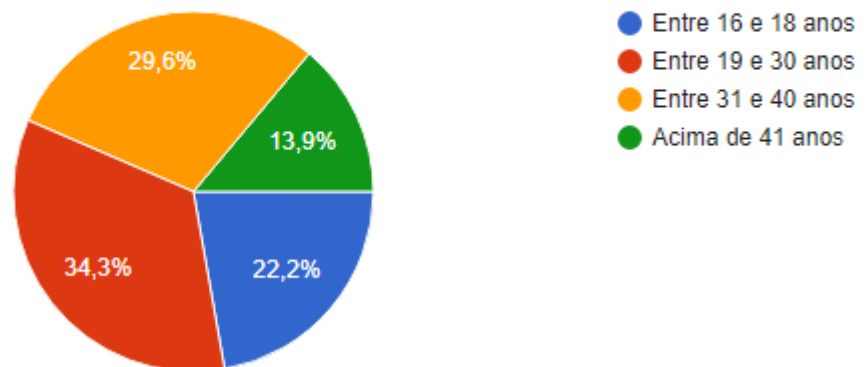
Sexo?

108 respostas



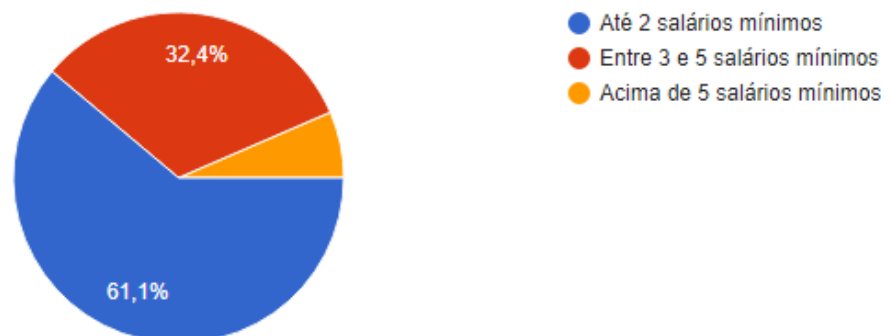
Qual a sua idade?

108 respostas



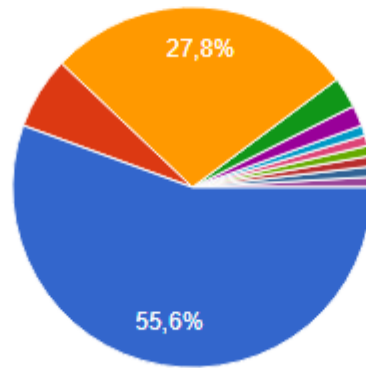
Qual a sua renda?

108 respostas



Em qual local você reside?

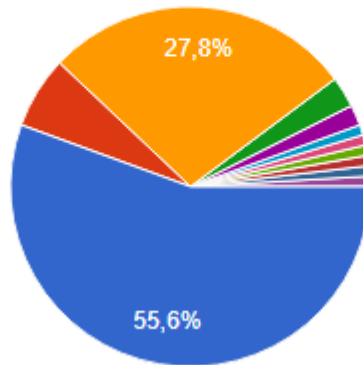
108 respostas



- Centro
 - Rural
 - Bairro
 - Martello
 - Martelo
 - Rancho fundo
 - Bairro afastado
 - Bairro
- ▲ 1/2 ▼

Em qual local você reside?

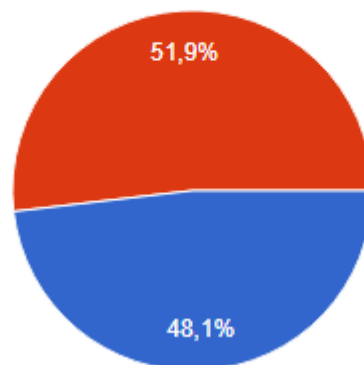
108 respostas



- Martelo
 - Gioppo
 - Município
- ▲ 2/2 ▼

Você tem filhos?

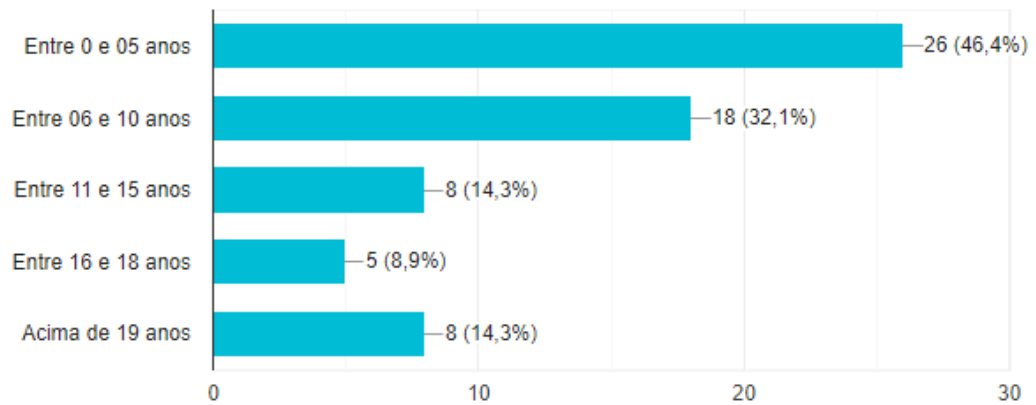
108 respostas



- Sim
- Não

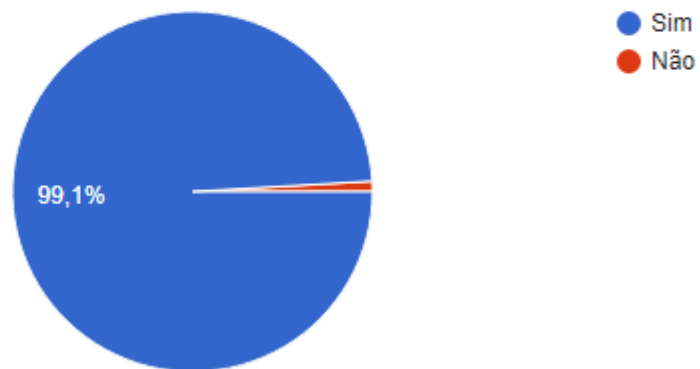
Qual a idade dos filhos?

56 respostas



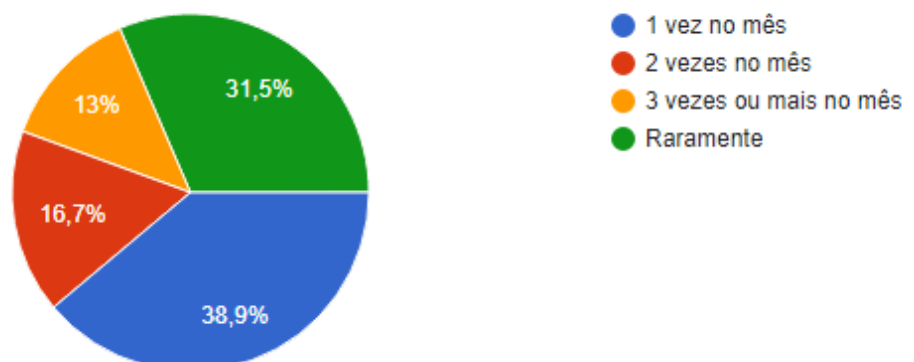
Você Gosta de Pizza?

108 respostas



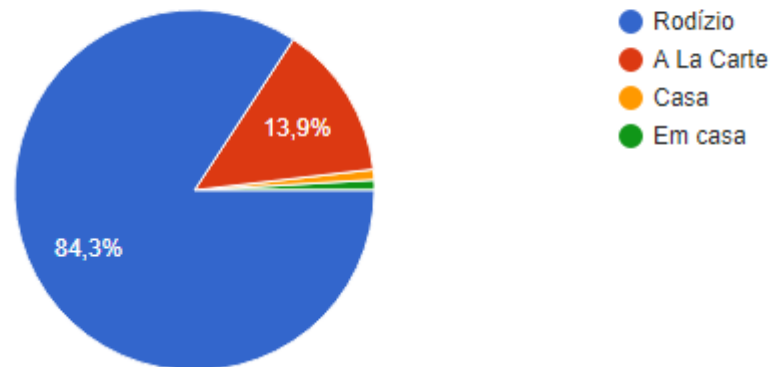
Com que frequência sai para consumir pizza?

108 respostas



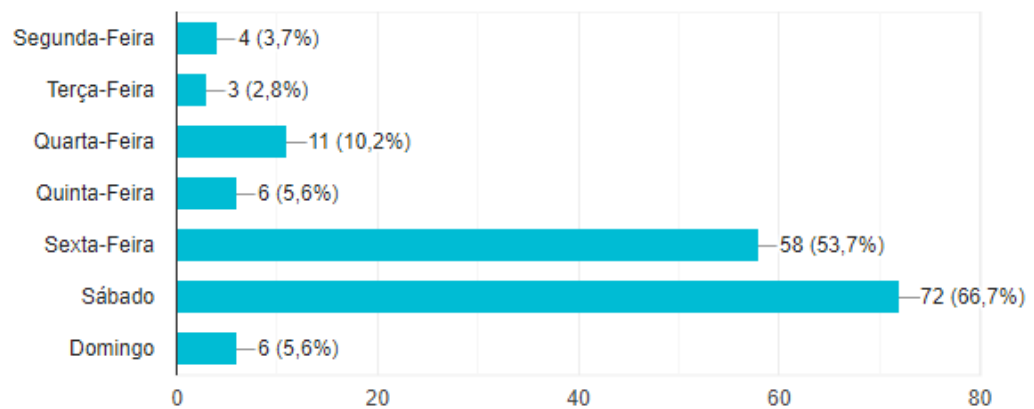
O que você prefere mais quando busca uma pizzaria?

108 respostas



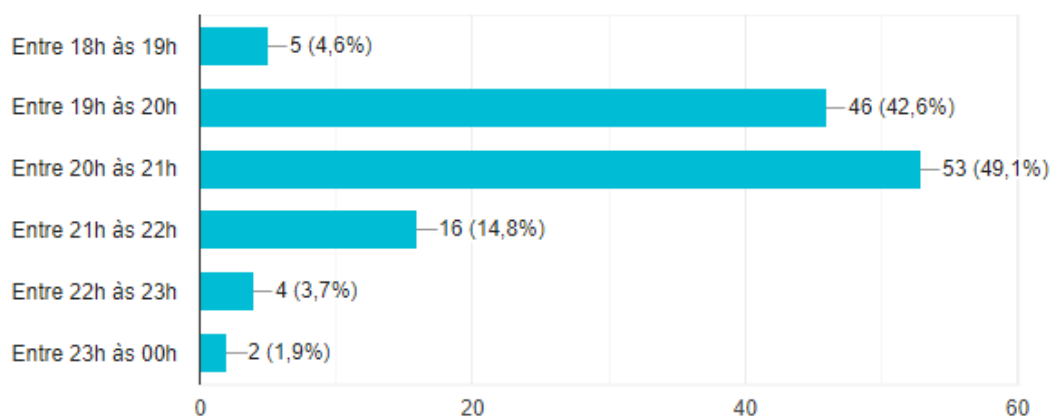
Na sua opinião, qual o melhor dia para ir em um rodízio de pizza?

108 respostas



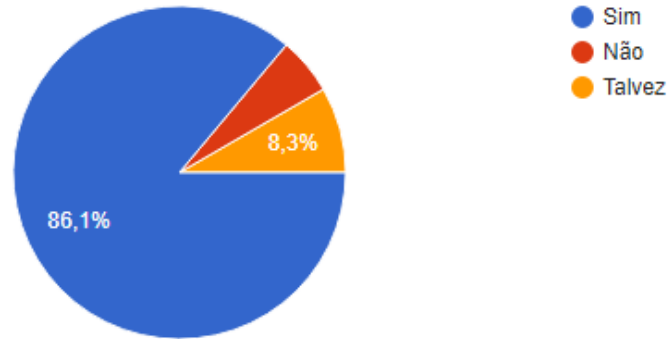
Qual o melhor horário para frequentar uma pizzaria?

108 respostas



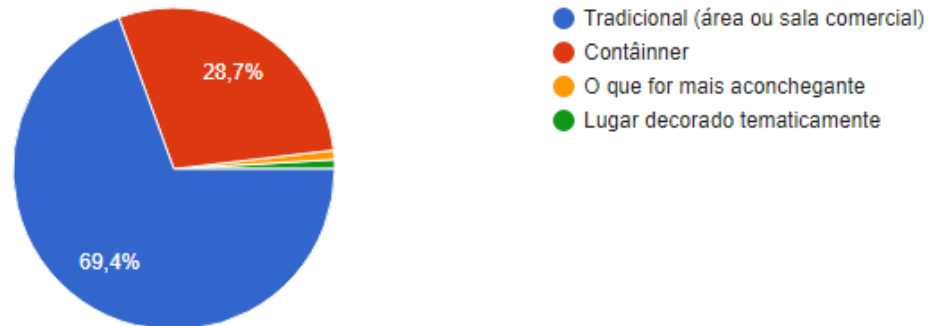
Você frequentaria uma pizzaria temática com tema de heróis e personagens de desenhos, onde os garçons são heróis ou personagens de desenho, em um ambiente todo decorado com o tema heróis?

108 respostas



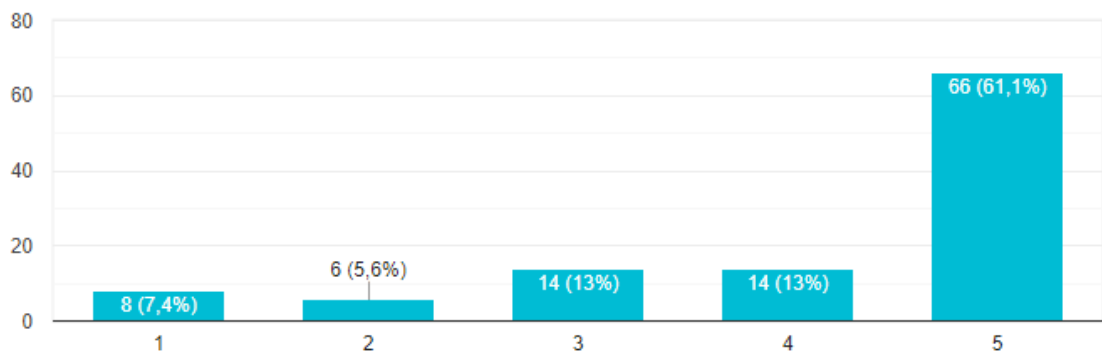
Na sua opinião, qual a melhor estrutura para uma pizzaria temática?

108 respostas



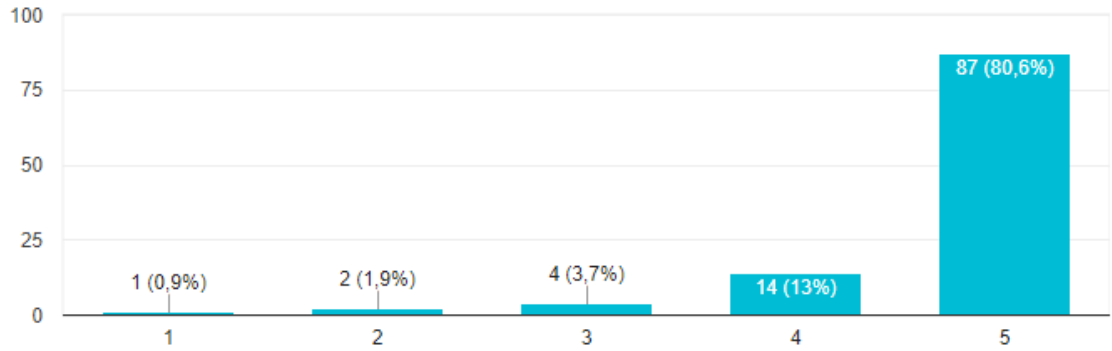
Espaço Kids

108 respostas



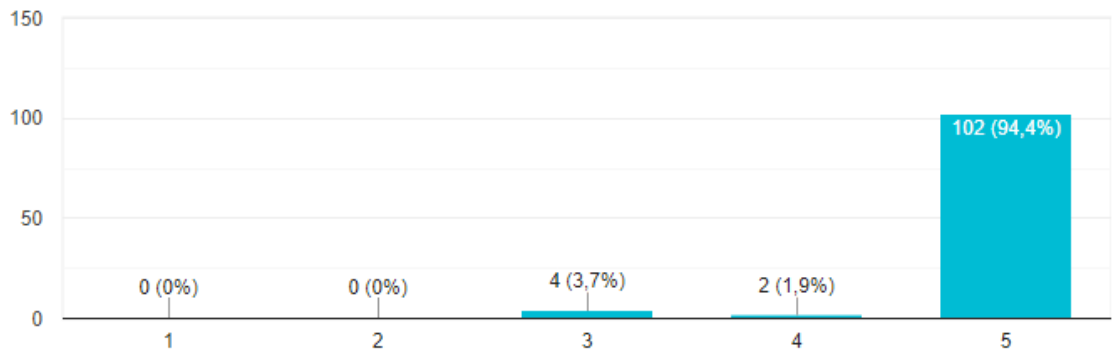
Estacionamento

108 respostas



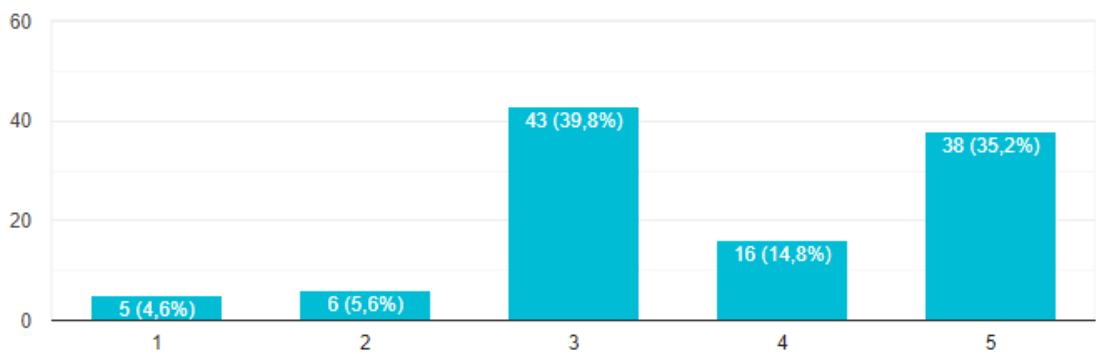
Diversidade de Sabores

108 respostas



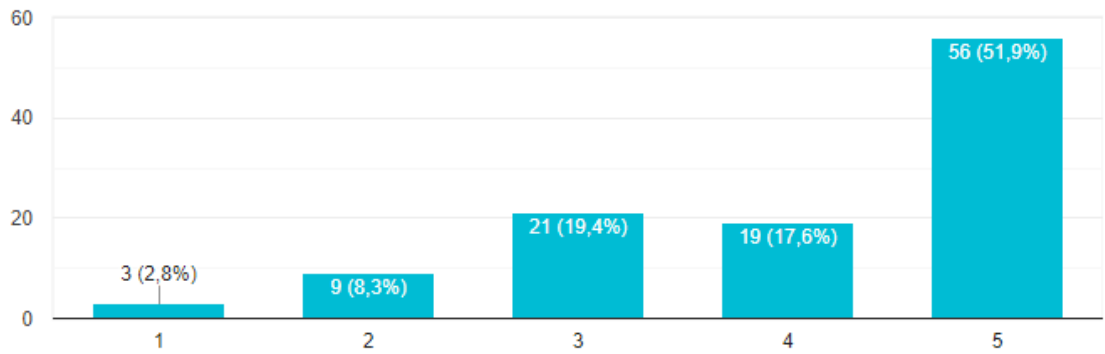
Localização mais no centro

108 respostas



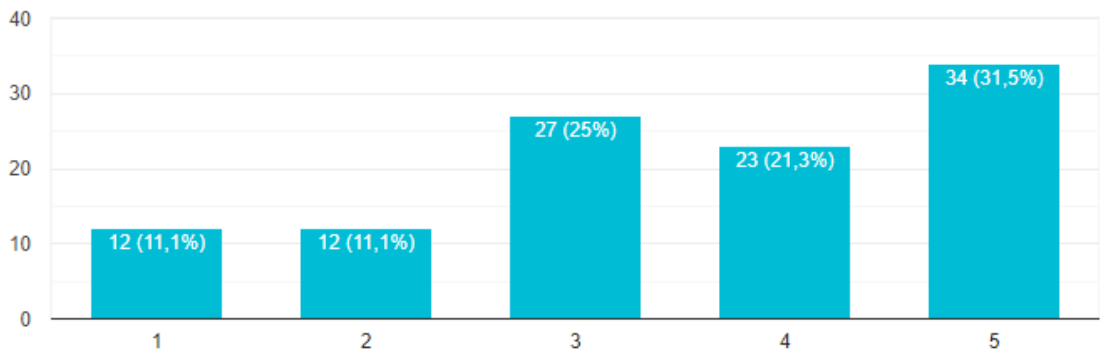
Entretenimento

108 respostas



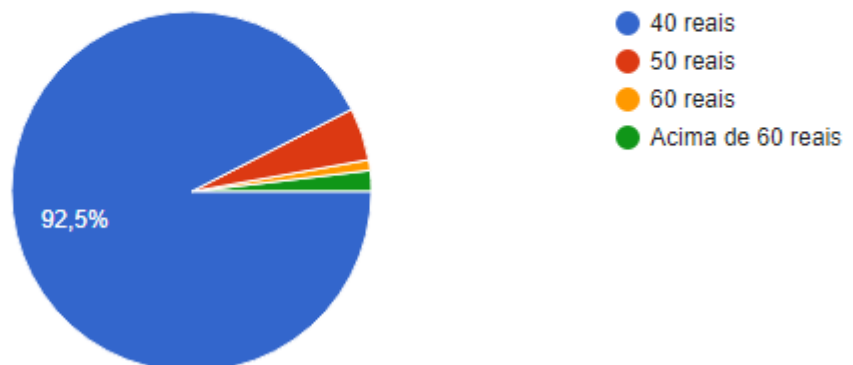
Cozinha Kids

108 respostas



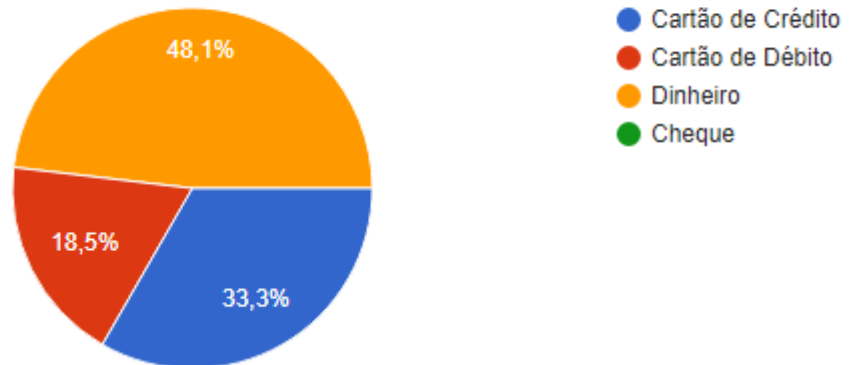
Quanto considera viável pagar por um rodízio de pizza?

106 respostas



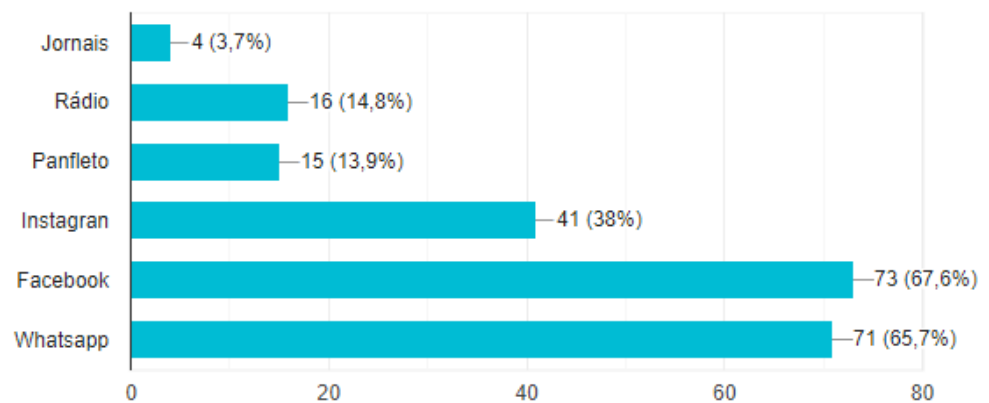
Qual o meio de pagamento preferido?

108 respostas



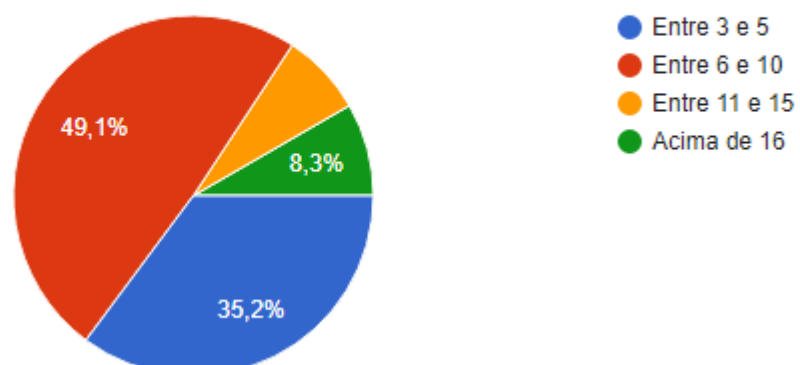
Quais os canais de comunicação prefere para receber ofertas e divulgações da pizzeria?

108 respostas



Em um rodízio de pizza quantos pedaços você costuma comer?

108 respostas



Qual é o seu sabor preferido de pizza?

103 respostas

Calabresa
Strogonoff de carne
Strogonoff
Carbonara
Estrogonofe de carne
Strogonoff
Marguerita
Todos
Frango com catupiry
Frango
4 queijos
quatro queijos

Qual é o seu sabor preferido de pizza?

103 respostas

Quatro queijos , mignon com cheddar
Carbonara, milho
Catupiry
Strogonof de frango
Quatro queijos
Cabreza
Calabresa
bacon
Strogonoff de frango
Quatro queijo
Alacart estrgof
Todos

Qual é o seu sabor preferido de pizza?

103 respostas

Estrogonoffe de carne
alho e óleo
São várias.
Strogonoff de carne
Chocolate preto com borda de catupiry
Calabresa mineira 😊
4 queijos
Lombinho defumado com abacaxi e 4 queijos
Calabreza e napolitana
Extrogonofe
Pizza de sorvete
Lombo aos quatro queijos

Qual é o seu sabor preferido de pizza?

103 respostas

Carbonara
Brócolis
Alho e óleo
Qualquer um adoro pizza
Mignon
Marguerita
Cinco queijos
calabresa
Banana Nevada
strogonoff
Coração
Portuguesa

Qual é o seu sabor preferido de pizza?

103 respostas

Portuguesa

Frango com catupiry

Coração com alho e óleo

Picanha

Morango e chocolate /alho e óleo

Bacon

Portugueda

Marguerite

Gaúcha

Frango com catupiri

Carbonara e strogonoff

O mais saboroso pois tem sabores que eu gostaria mas quando vou comer está horrível:

Qual é o seu sabor preferido de pizza?

103 respostas

Strogonoff carne

Qualquer uma, sem cebola

Doce

Strogonoff de frango

Estrogonofe de carne

Calabresa com Cheddar

Camarão/strogonoff

Jardineira.

Portuguesa

Frango catupiri, 4 queijos, calabresa, portuguesa, chocolate preto/branco e morango.

4 queijos, alho e oleo, calabresa

Queijo



Senac – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
Faculdade de Tecnologia SENAC Caçador
Curso Superior em Processos Gerenciais
Plano de Marketing

PESQUISA MERCADOLÓGICA

Esta pesquisa faz parte do desenvolvimento das atividades de Análise de Mercado, integrante ao Plano de Marketing, do curso de Processos Gerenciais, Faculdade de Tecnologia SENAC de Caçador e tem como objetivo verificar a viabilidade da abertura de uma pizzaria temática de heróis e personagens. Este estudo tem como objetivo verificar a demanda de uma pizzaria temática de heróis e personagens, sendo que o foco principal é rodízio e público infantil.

- Sexo?
 Masculino
 Feminino

- Qual a sua idade?
 Entre 16 e 18 anos
 Entre 19 e 30 anos
 Entre 31 e 40 anos
 Mais de 40 anos

- Qual a sua renda?
 Até 2 salários mínimos
 Entre 3 e 5 salários mínimos
 Acima de 5 salários mínimos

- Em qual local você reside?
 Centro
 Rural
 Bairro Qual? _____

- Você tem filhos?
 Sim
 Não

- Qual a idade dos filhos?
 Entre 0 e 5 anos
 Entre 06 e 10 anos
 Entre 11 e 15 anos
 Entre 16 e 18 anos
 Acima de 18 anos
 Não se aplica



- 1. Você Gosta de Pizza?**
 - Sim
 - Não

- 2. Com que frequência sai para consumir pizza?**
 - 1 vez no mês
 - 2 vezes no mês
 - 3 vezes ou mais
 - 4 no mês raramente

- 3. Qual das opções abaixo você mais prefere quando o assunto é pizza?**
 - Rodízio
 - A La Carte
 - Outro Qual: _____

- 4. Na sua opinião, qual o melhor dia para ir em um rodízio de pizza?**
 - Segunda-Feira
 - Terça-Feira
 - Quarta-Feira
 - Quinta-Feira
 - Sexta-Feira
 - Sábado
 - Domingo

- 5. Qual o melhor horário para frequentar uma pizzeria?**
 - Entre 18h às 19h
 - Entre 19h às 20h
 - Entre 20h às 21h
 - Entre 21h às 22h
 - Entre 22h às 23h
 - Entre 23h às 00h

- 6. Você frequentaria uma pizzeria temática, com tema de heróis e personagens de desenhos, onde os garçons são heróis ou personagens de desenho, em um ambiente todo decorado com o tema heróis?**
 - Sim
 - Não
 - Talvez

- 7. Em sua opinião, qual a melhor estrutura para uma pizzeria temática?**
 - Tradicional (área ou sala comercial)
 - Contâinner



8. Em uma escala de importância, sendo 1 menos importante e 5 muito importante, enumere conforme as opções que precisa ter uma pizzeria temática

Item	1	2	3	4	5
Espaço Kids					
Estacionamento					
Diversidade de Sabores					
Localização no centro					
Entretenimento					
Cozinha Kids					

9. Quanto considera viável pagar por um rodizio de pizza?

- 40 reais
 50 reais
 60 reais
 Acima de 60 reais

10. Qual o meio de pagamento preferido?

- Cartão de Crédito
 Cartão de Débito
 Dinheiro
 Cheque

11. Quais os canais de comunicação preferem para receber ofertas e divulgações da pizzeria?

- Jornais
 Rádio
 Panfleto
 Instagran
 Facebook
 Whatsapp

12. Em um rodizio de pizza quantos pedaços você costuma comer?

- Entre 3 a 5
 Entre 6 e 10
 Entre 11 e 15
 Acima de 15

13. Qual é o seu sabor preferido de pizza?

APÊNDICE C – CARDÁPIO



LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

Cardápio de herói

4 Queijos

Molho de tomate, gorgonzola, catupiry, provolone, muzzarella especial, orégano e azeitonas pretas.

Califórnia

Presunto cozido, muzzarella especial, frutas em calda



LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

Cardápio de herói

Alho

Molho de tomate, alho dourado, parmesão ralado, orégano e azeitonas pretas.

Bacon

Molho de tomate, muzzarella especial, bacon em fatias, orégano e azeitonas pretas.



LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

Cardápio de herói

Beijinho

Creme de leite, chocolate branco, coco ralado e fios de bisnaga

Brigadeiro

Creme de leite, chocolate preto ou branco, fios de bisnaga e granulado



LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

Cardápio de herói

Cereja	Creme de leite, chocolate preto ou branco, cerejas e fios de bisnaga
---------------	--

Confetti	Creme de leite, chocolate preto ou branco, fios de bisnaga de chocolate e confetti
-----------------	--



LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

Cardápio de herói

Frango Catupiry	Molho de tomate, mussarela, frango desfiado ao molho de catupiry
------------------------	--

Lombo	Molho de tomate, lombo defumado Sadia, cebola, orégano e azeitona preta.
--------------	--



LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

Cardápio de herói

Milho	Molho de tomate, mussarela e milho
--------------	------------------------------------

Sensação	Creme de leite, chocolate preto, morangos com creme de leite e leite condensado
-----------------	---



LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

Cardápio de herói

Strogonoff de Camarão	Molho de tomate, strogonoff de camarão, champignon, batata palha e mussarela
------------------------------	--

Strogonoff de carne	Molho de tomate, strogonoff de carne, champignon, batata palha e mussarela
----------------------------	--



LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

Cardápio de herói

Strogonoff de frango

Molho de tomate, strogonoff de frango, champignon, batata palha e mussarela

Cheff

Molho de tomate, mussarela, lombo, bacon, palmito e azeitona



LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

Cardápio de herói

File Mignon

Molho de tomate, iscas de filet mignon refogado ao molho especial, coberta com parmesão ralada, fatias de bacon e azeitonas pretas.

Gáucha

Molho de tomate, mussarela, costela ao molho desfiada, provolone, cebola e catupiry



LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

Cardápio de herói

Havaiana

Mussarela, lombo e abacaxi

Mexicana

Molho de tomate, mussarela, calabresa ralada, pimentão verde e pimenta-calabresa



LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

Cardápio de herói

Portuguesa

Molho de tomate, presunto, mussarela, ovos, cebolas e azeitonas

Romeu & Julieta

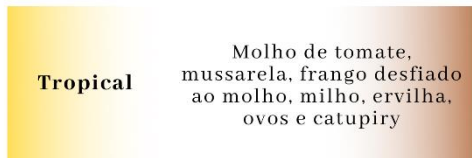
Fatias de goiabada coladas sobre farta camada de muzzarela de búfala e bordas recheadas de doce-de-leite



LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

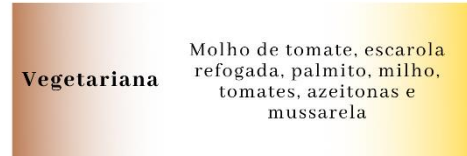
Cardápio de herói



LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

Cardápio de herói





LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

Bebidas de herói

Cerveja 350ml	Skol Antartica Brahma Kaiser Heineken Eisenbahn
-------------------------	--

Sucos	Abacaxi com limão Morango Manga Uva Laranja
--------------	---



LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

Bebidas de herói

Drinks	Tequila Fizz Dry Martini Batidinha Caipiroska Strawberryoska
---------------	--

Água	Água com gás Água sem gás Água saborizada
-------------	---



LIGA DA PIZZA

“Combatendo a sua fome de herói”

Bebidas de herói

Refrigerante 350ml	Coca-Cola Fanta laranja Fanta uva Guaraná Sprite
------------------------------	--

Refrigerante 2l	Coca-Cola Fanta laranja Guaraná Sprite Pepsi
---------------------------	--



APÊNDICE D – DESCRIÇÃO DOS CARGOS

	DESCRIÇÃO DE CARGO	Departamento/Setor: Caixa
--	---------------------------	-------------------------------------

Cargo:	Área:	CBO:
Operador de Caixa	Comercial	4211-25
Descrição Sumária		
Atende os clientes recebendo os valores de vendas de produtos ou serviços, elabora relatórios e responsável fechamento do caixa no final do turno.		
Descrição Detalhada		
<ul style="list-style-type: none"> ● Recebe valores de vendas de produtos e serviços; ● Elabora relatórios financeiros; ● Organiza o fechamento do caixa; ● Atende aos clientes; ● Controla numerários e valores; ● Realiza o pagamento de fornecedores. 		
Subordinação Hierárquica:		
Reporta-se ao Gerente.		
Competências	Requisitos do Cargo	
Educação	Ensino Médio Completo	
Cursos e Treinamentos Complementares		
Conhecimento/Habilidades/Atitudes	Relacionamento Interpessoal, Comunicativo, Proativo, Trabalha em Equipe.	
Revisão Inicial: 21/09/2019		Página 1 de 1
Elaboração:		Aprovação:

	DESCRIÇÃO DE CARGO	Departamento/Setor: Bar
--	---------------------------	-----------------------------------

Cargo:	Área:	CBO:
Barman	Operacional	5134-20

Descrição Sumária

Prepara sucos, drinks, e cafés. Realiza serviços de vinho e de café.

Descrição Detalhada

- Produz drinks diversos;
- Serve bebidas, coquetéis e similares;
- Atende aos clientes prestando informações sobre as bebidas;
- Coordena o funcionamento do bar;
- Controla o estoque;
- Realiza entretenimento aos clientes, bem como usam fantasias para atender os mesmos;
- Realiza atividades correlatas a função de acordo com a demanda.

Subordinação Hierárquica:

Reporta-se ao Gerente.

Competências	Requisitos do Cargo
Educação	Ensino Médio Completo
Cursos e Treinamentos Complementares	Curso de Preparação de Bebidas, Barman ou Similar.
Conhecimento/Habilidades/Atitudes	Relacionamento Interpessoal, Comunicativo, Proativo, Trabalha em Equipe, Simp

Revisão Inicial: 21/09/2019

Página 1 de 1

Elaboração:

Aprovação:

	DESCRIÇÃO DE CARGO	Departamento/Setor: Mesas
--	---------------------------	-------------------------------------

Cargo:	Área:	CBO:
Garçom	Operacional	5134-05

Descrição Sumária

Atendimento aos clientes, serve bebidas e comidas.

Descrição Detalhada

- Serve bebidas, coquetéis e similares e bebidas;
- Serve Alimentos;
- Atende aos clientes prestando informações sobre comidas e bebidas;
- Organiza o ambiente;
- Recepção de clientes;
- Realiza atividades correlatas a função de acordo com a demanda.
- Realiza entretenimento aos clientes, bem como usam fantasias para atender os mesmos;

Subordinação Hierárquica:

Reporta-se ao Gerente.

Competências	Requisitos do Cargo
Educação	Ensino Médio Completo
Cursos e Treinamentos Complementares	Curso de Garçom.
Conhecimento/Habilidades/Atitudes	Relacionamento Interpessoal, Comunicativo, Proativo, Trabalha em Equipe, Simp

Revisão Inicial: 21/09/2019	Página 1 de 1
Elaboração:	Aprovação:

	DESCRIÇÃO DE CARGO	Departamento/Setor: Cozinha
--	---------------------------	---------------------------------------

Cargo:	Área:	CBO:
Pizzaiolo	Operacional	5136-10

Descrição Sumária

Prepara massas e produz pizza de diversos sabores.

Descrição Detalhada

- Atua no setor de serviços de alimentação, manipulando alimentos in natura para processá-los;
- Verifica a qualidade dos alimentos, observa normas técnicas de higiene e segurança para minimizar o risco de contaminação;
- Evita desperdícios;
- Controla Estoque;
- Coordena o trabalho na cozinha;
- Realiza atividades correlatas a função de acordo com a demanda.

Subordinação Hierárquica:

Reporta-se ao Gerente.

Competências	Requisitos do Cargo
Educação	Ensino Médio Completo
Cursos e Treinamentos Complementares	Curso de Pizzaiolo e preparo de massas, Curso de Manipulação de Alimentos (Vigilância Sanitária)
Conhecimento/Habilidades/Atitudes	Relacionamento Interpessoal, Comunicativo, Proativo, Trabalha em Equipe.

Revisão Inicial: 21/09/2019	Página 1 de 1
Elaboração:	Aprovação:

	DESCRIÇÃO DE CARGO	Departamento/Setor: Cozinha
--	---------------------------	---------------------------------------

Cargo:	Área:	CBO:
Auxiliar de Cozinha	Operacional	5135-05
Descrição Sumária		

Auxilia no pré-preparo, preparo e processamento de pizzas

Descrição Detalhada

- Auxilia no pré-preparo, preparo e processamento de alimentos, na montagem de pratos;
- Auxilia na verificação da qualidade dos gêneros alimentícios, minimizando riscos de contaminação;
- Trabalha em conformidade a normas e procedimentos técnicos e de qualidade, segurança, higiene e s
- Organiza a cozinha;
- Auxilia no controle de estoque de alimentos.
- Realiza atividades correlatas a função de acordo com a demanda.

Subordinação Hierárquica:

Reporta-se ao Gerente.

Competências	Requisitos do Cargo
Educação	Ensino Médio Completo
Cursos e Treinamentos Complementares	Curso de auxiliar de cozinha, Curso de Manipulação de Alimentos
Conhecimento/Habilidades/Atitudes	Relacionamento Interpessoal, Comunicativo, Proativo, Trabalha em Equipe.

Revisão Inicial: 21/09/2019	Página 1 de 1
Elaboração:	Aprovação:

	DESCRIÇÃO DE CARGO	Departamento/Setor: Gestão
--	---------------------------	--------------------------------------

Cargo:	Área:	CBO:
Gerente de restaurante	Estratégico	1415-10
Descrição Sumária		
Administra o restaurante estrategicamente.		
Descrição Detalhada		
<ul style="list-style-type: none"> ● Realiza a gestão e desenvolvimento da equipe de atendimento; ● Conduz reuniões com a equipe; ● Acompanha o atendimento aos clientes; ● Controla e analisa ferramentas gerenciais; ● Elabora estratégia de resultados; ● Elabora escalas; ● Responde por toda a rotina de operação do restaurante; ● Gerencia, coordena e controla as atividades dos atendentes, garçons e recepcionistas; ● Controla os custos, estoques de alimentos e suprimentos ● Inspetiona a limpeza; ● Controla orçamentos; ● Coordena equipe de funcionários; ● Desenvolve estratégias para conquistar mais clientes, atendendo os clientes organizando pesquisas de satisfação, aplicando métodos de melhoria no atendimento e recepção. 		
Subordinação Hierárquica:		
Reporta-se aos proprietários.		
Competências	Requisitos do Cargo	
Educação	Graduação em Administração, Processos Gerenciais ou áreas afins, Pós-Graduação em Gestão Estratégica de Pessoas	
Cursos e Treinamentos Complementares	Excel Avançado, Power BI, treinamento de líderes.	
Conhecimento/Habilidades/Atitudes	Relacionamento Interpessoal, Comunicativo, Proativo, Trabalha em Equipe.	

Revisão Inicial: 21/09/2019	Página 1 de 1
Elaboração:	Aprovação:

	DESCRIÇÃO DE CARGO	Departamento/Setor: Limpeza
--	---------------------------	---------------------------------------

Cargo:	Área:	CBO:
Auxiliar de Serviços Gerais	Operacional	5143-20
Descrição Sumária		
Conservam vidros e fachadas, limpam recintos e acessórios. Trabalham seguindo normas de segurança, hig qualidade e proteção ao meio ambiente.		
Descrição Detalhada		
<ul style="list-style-type: none"> ● Conservam vidros e fachadas limpos; ● Limpa banheiros, cozinha e salão do restaurante; ● Higieniza o ambiente; ● Limpa prateleiras e estoques; ● Realiza atividades correlatas a função de acordo com a demanda. 		
Subordinação Hierárquica:		
Reporta-se ao Gerente.		
Competências	Requisitos do Cargo	
Educação	Ensino Médio Completo	
Cursos e Treinamentos Complementares		
Conhecimento/Habilidades/Atitudes	Relacionamento Interpessoal, Comunicativo, Proativo, Trabalha em Equipe.	

Revisão Inicial: 21/09/2019	Página 1 de 1
Elaboração:	Aprovação:

APÊNDICE E – MANUAL DE INTEGRAÇÃO

SEJA BEM-VINDO

Apresentação

Temos satisfação em tê-lo como parte integrante da Liga da Pizza e acreditamos na sua qualificação e desenvolvimento profissional.

Buscamos conquistar e manter um relacionamento de qualidade com você, por isso oferecemos este Manual que se destina a ser instrumento de orientação para suas ações, ao fornecer diretrizes sobre como agir no exercício profissional.

Vale ressaltar que os aspectos abordados neste documento se estendem a todos os colaboradores, independente do cargo ou posição que ocupam.

Leia-o com atenção, **pois o Manual tem aplicabilidade legal**, cabendo, em caso de descumprimento, a punição disciplinar (advertência ou suspensão) além de implicar na dispensa por justa causa por ato de disciplina - de acordo com a gravidade do ocorrido, conforme previsto no artigo 482 da CLT.

O Regulamento Interno da empresa integra-se a cada contrato individual. Assim cita o artigo 444 da CLT:

“As relações contratuais de trabalho podem ser objeto de livre estipulação das partes interessadas em tudo quanto não contravenha às disposições de proteção ao trabalho, aos contratos coletivos e às decisões das autoridades competentes”.

Portanto, o Regulamento Interno tem força legal para aplicação no campo de deveres e direitos, tanto dos colaboradores como dos empregadores.

NOSSA HISTÓRIA

A Liga da Pizza nasce no ano de 2019 na cidade de Caçador-SC, onde cinco jovens empreendedores, com desejo de juntar o entretenimento, diversão com alimentação fundam a primeira pizzaria temática da cidade e região.

Nosso diferencial permeia na valorização das pessoas e o atendimento por meio do entretenimento ao nosso cliente. Nossos processos são revisados regularmente por meio da melhoria contínua.

As pizzas da Liga da Pizza são saborosas e diferenciadas, pois conforme o seu pedido, uma bela lembrança do seu desenho ou personagem preferido acompanharão.

Nosso ambiente é também o nosso diferencial, projetado especialmente para que você tenha uma viagem no mundo dos heróis, os ambientes são aconchegantes e ainda você poderá ver seu baixinho preparando a sua própria pizza na cozinha kids.

O QUE NOS MOTIVA

Nossos valores

Missão

Proporcionar aos clientes muita diversão, por meio da inovação e entretenimento no ramo de alimentação, servindo alimentos saborosos e de ótima qualidade.

Visão

Ser até 2025 uma empresa inovadora, com resultados sustentáveis e referência na região do meio oeste catarinense.

Valores

- Ética e responsabilidade com o cliente;
- Valorização das pessoas;
- Qualidade no atendimento;
- Inovação;
- Padronizações de Qualidade;
- Entretenimento.

RELACIONAMENTO ENTRE COLABORADORES

Regulamento Interno

Na Liga da Pizza, as relações no ambiente de trabalho devem pautar-se pela cortesia e pelo respeito. Todos devem colaborar para que predomine na Empresa o espírito de equipe, a lealdade, a confiança, a ética e a busca pela excelência.

RELAÇÕES DE PARENTESCO

Regulamento Interno

Não poderá haver relação de parentesco até o 3º nível da mesma unidade ou gerência, com subordinação de qualquer tipo, em áreas de interesse comum ou aonde haja conflito de interesses.

RELACIONAMENTO COM CLIENTES

O compromisso com a satisfação dos clientes dá-se no respeito aos seus direitos, no cumprimento do que foi acordado na aplicação das práticas descritas a seguir:

- ENCANTAR os clientes através do atendimento com cortesia e eficiência;
- SABER ouvir as sugestões ou elogios dos clientes a fim de melhorar sempre o atendimento;
- ter POSTURA e ser ÉTICO, pois os clientes merecem o melhor do nosso trabalho;
- é seu direito receber GORJETAS, mas o seu atendimento deve ser sempre imparcial, independente se receber ou não gorjetas;
- VIVA o momento do atendimento e no servir ao cliente. Esse momento deve ser inesquecível para nossos clientes;

RELACIONAMENTO COM O SINDICATO

A Liga da Pizza celebra a Convenção Coletiva de Trabalho (CCT) e o Acordo Coletivo de Trabalho (ACT) com o SINTRATUHL - Sindicato dos Trabalhadores em Turismo, Hospitalidade e Hotéis, Bares, Restaurantes e Similares de Lages e Região.

USO DOS BENS DA EMPRESA

Todos os colaboradores e prestadores de serviços são responsáveis pelo uso, manutenção e proteção do patrimônio da Empresa, tais como suas dependências físicas, equipamentos e instrumentos de trabalho.

Neste sentido:

- Nenhum colaborador ou prestador de serviços pode apropriar-se de bens ou recursos da Empresa, nem utilizar os mesmos para benefícios próprios;

- A remoção ou utilização não autorizada de material, bem físico ou equipamento pertencente à empresa é considerada ato ilícito e passível de aplicação de punições previstas na Legislação;
- O colaborador será responsabilizado quando por culpa ou dolo, der causa a danos aos bens da empresa, ficando assegurado à empresa realizar desconto em folha, nos limites legais, mediante declaração assinada pelo colaborador, para cobrir os gastos oriundos do evento danoso.

UNIFORME

A Liga da Pizza fornece os uniformes necessários para as funções de garçom, auxiliar de cozinha, barman, pizzaiolo, auxiliar de serviços gerais e operador de caixa. Vale ressaltar que somos uma pizzaria diferente, por isso, os colaboradores em contato com os clientes usam fantasias de personagens ou heróis.

Ao colocar o uniforme, nossos colaboradores têm que se sentirem como verdadeiros heróis para matar o tédio e a fome dos nossos clientes.

PONTO

O horário de trabalho deve ser respeitado e o ponto registrado na entrada, saída e retorno do intervalo e no término do expediente.

Após o registro do ponto no início do expediente você deve dirigir-se ao seu setor de trabalho.

Consistem faltas graves registrar o cartão ponto e não comparecer ao local de trabalho e/ou registrar o cartão ponto para outro colaborador, cabendo neste caso as penalidades legais.

Qualquer falha no registro do cartão ponto poderá acarretar em faltas e prejuízos do salário do colaborador. Então, caso ocorram falhas, dirija-se imediatamente ao seu gerente para comunicar a falha e assinar a Folha Ponto.

SEU SALÁRIO

O pagamento do salário é efetuado através de depósito em conta até o 5º dia útil do mês subsequente ao trabalhado.

ADIANTAMENTO SALARIAL

Você pode optar por receber adiantamento de 40% do seu salário base. O pagamento deste adiantamento é realizado no dia 20 de cada mês e a solicitação pode ser feita junto ao gerente.

SALÁRIO FAMÍLIA

O salário família é pago de acordo com a legislação vigente. Para recebê-lo o colaborador deve apresentar à empresa os seguintes documentos:

- 01 cópia da Certidão de Nascimento do(s) filho(s) menor(es) de 14 anos.
- 01 cópia da Carteira de Vacinação do(s) filho(s) menor(es) de 05 anos.
- 01 cópia do Atestado de Escolaridade do(s) filho(s) com idade entre 06 e 14 anos.

13º SALÁRIO

O décimo terceiro salário é pago proporcionalmente aos meses trabalhados no ano vigente, sendo o pagamento da 1ª Parcela até o dia 20/11 e a 2ª Parcela até o dia 20/12, esta com os descontos legais previstos.

FUNDO DE GARANTIA POR TEMPO DE SERVIÇO (FGTS)

O FGTS é depositado em conta individual no valor de 8% sobre o que é pago de salário ao colaborador.

PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO SOCIAL (PIS)

Os colaboradores que recebem menos de dois salários mínimos por mês terão abono anual equivalente a um salário mínimo.

FÉRIAS

O colaborador que tenha ficado à disposição da empresa durante 12 (doze) meses consecutivos tem direito a férias. Ao recebê-las, o colaborador terá direito ao adicional de férias, que equivale a $\frac{1}{3}$ do valor da remuneração do período das férias.

As férias podem ser gozadas em até 3 (três) períodos, sendo um deles obrigatoriamente ser maior do que 14 (quatorze) dias, previamente acordado com o empregador a fim de evitar o desfalque da equipe de trabalho.

No caso de haver faltas injustificadas, estas poderão influenciar no período total de dias de férias a serem gozados, na seguinte proporção

Número de faltas injustificadas	Dias de férias
até 05 faltas	30 dias corridos
de 06 a 14 faltas	24 dias corridos
de 15 a 23 faltas	18 dias corridos
de 24 a 32 faltas	12 dias corridos
mais de 32 faltas	Não haverá férias

CONTRIBUIÇÃO SINDICAL

A contribuição sindical em favor do Sindicato representativo da categoria é facultativa, devendo o colaborador prescrever a sua vontade de não descontar previamente ao sindicato da categoria.

FALTAS E AUSÊNCIAS INJUSTIFICADAS

A(s) falta(s) injustificadas implicará(ão) no desconto do período da(s) falta(s), do DSR e do feriado, se houver na semana da ausência.

Declarações de comparecimento servem como justificativa, mas não abonam a falta.

VALE TRANSPORTE

Os colaboradores que necessitem, desde que comprovado previamente, receberão o valor de R\$ 250,00 de Vale Transporte, tendo até 6% do valor descontado do salário.

INSS E IRRF

O INSS e IRRF serão descontados com base na remuneração total, conforme legislação vigente.

ATESTADOS E DECLARAÇÕES MÉDICAS

Caso receba atestado ou declaração de comparecimento, o colaborador deverá apresentar ao gerente no prazo máximo de 24 horas após o atendimento e/ou final do tempo de atestado.

Declarações de comparecimento em atendimento médico não servem para abono de falta, servindo apenas como justificativa disciplinar. Nestes casos, o dia ou tempo de ausência será descontado, mas o DSR não.

Em caso de afastamento do trabalho e independentemente do número de dias, o atestado deverá conter a identificação da instituição que o emitiu, com endereço e telefone da mesma, identificação do médico com carimbo e CRM. Declarações de comparecimento deverão obedecer às mesmas regras. Caso não constem tais itens, a empresa não aceitará o atestado médico para o abono da falta e esta será então apenas justificada, gerando desconto do salário.

Você também deve verificar se o atestado/declaração emitido pelo seu médico é legível. No momento da sua consulta, leia o atestado e veja se estão claras todas as informações que constam no mesmo. Caso não estejam, peça ao seu médico que escreva em letra de forma, de maneira que seja possível seu entendimento, **pois atestados ilegíveis não serão aceitos.**

De preferência, solicite que seu médico escreva o CID (Código Internacional de Doenças) no atestado.

Atestados entregues depois de passado o prazo estabelecido não serão aceitos para fins de abono de falta.

A empresa reserva-se ao direito de efetuar descontos em folha de pagamento referentes a dias de falta, mesmo quando apresentado atestado ou declaração, caso qualquer uma das regras expostas neste manual não seja cumprida.

LICENÇA MATERNIDADE

A mãe que ainda estiver amamentando poderá sair no horário de trabalho por 30 (trinta) minutos até que a criança complete 06 (seis) meses de vida. Esta licença não poderá ser substituída por dias corridos.

INSS

Se, por motivo de doença ou acidente, você necessitar afastar-se do trabalho por período superior a 15 (quinze) dias deverá comparecer à empresa para encaminhamento da documentação e orientações necessárias. Ao retornar (mediante alta médica do INSS), você deverá passar, obrigatoriamente, por uma consulta com o médico que a empresa indicar para que seja feito o exame de retorno ao trabalho. Somente após a emissão do exame de alta do médico você poderá retomar suas atividades na empresa.

FALECIMENTO

O colaborador terá licença de 2 (dois) dias consecutivos a contar da data do óbito de cônjuge, parentes ascendentes (filhos e netos), irmãos ou pessoa declarada em sua CTPS ou IR que viva sob sua dependência econômica. Para tanto, deverá apresentar ao Setor de RH cópia da certidão de óbito no primeiro dia de retorno ao trabalho.

ALISTAMENTO MILITAR, INTIMAÇÃO JUDICIAL OU ELEITORAL

O colaborador terá direito à licença durante período que se fizer necessário, desde que comprovado mediante documentos de intimação e de comparecimento.

DOAÇÃO DE SANGUE

O colaborador terá direito a um dia de licença a cada 12 (doze) meses para doação de sangue, desde que comprovado através de documento de comparecimento. O dia da licença será o mesmo dia em que foi realizada a doação de sangue.

REALIZAÇÃO DE VESTIBULAR

O colaborador terá direito à licença nos dias em que estiver comprovadamente realizando provas de exame vestibular para ingresso em estabelecimento de ensino superior.

ADVERTÊNCIA E SUSPENSÃO DISCIPLINARES

A empresa aplica advertências e suspensões aos colaboradores que descumprem as regras estabelecidas e/ou cometem atos faltosos, obedecendo à seguinte regra:

- Primeira Ocorrência: Advertência Verbal
- Segunda Ocorrência: Advertência Escrita
- Terceira Ocorrência: Suspensão de 1(um) dia
- Quarta Ocorrência: Suspensão de 2 (dois) dias
- Quinta Ocorrência: Suspensão de 3 (três) dias
- Sexta Ocorrência: Demissão por justa causa¹.

Todas as ocorrências são registradas na Ficha de Conduta do Funcionário. Caso a falta seja considerada média ou grave, a empresa reserva-se o direito de aplicar advertência por escrito ou suspensão disciplinar sem a necessidade de ter aplicado punições mais leves anteriormente.

“¹ Com base no artigo 482 da CLT, desídia é o tipo de falta grave que, na maioria das vezes, consiste na repetição de pequenas faltas leves, que vão se acumulando até culminar na dispensa do empregado e constitui justa causa para a resolução do contrato de trabalho pelo empregador.”

NÃO FIQUE COM DÚVIDAS

Este manual do colaborador foi formulado para orientar suas ações, fornecendo diretrizes sobre como agir no exercício profissional.

Caso tenha ficado alguma dúvida não exite em solicitar ajuda do seu gerente.

APÊNDICE F – CUSTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Reforma do Ambiente

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
1	Decoração	Harmonia	R\$ 130.000,00	R\$ 130.000,00
1	Plantas	Ki flor	R\$ 1.400,00	R\$ 1.400,00
Total			R\$	131.400,00

Reforma da Estrutura

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
1	Pintura	Ney Tintas	R\$ 35.000,00	R\$ 35.000,00
1	Construção	JP Construtora	R\$ 83.246,65	R\$ 83.246,65
1	Inspeção de dedetização	DD Bonsai	R\$ 3.825,00	R\$ 3.825,00
Total			R\$	122.071,65

Praça de Alimentação

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
20	Kit de mesa e cadeira	Magazine Luiza	R\$ 272,50	R\$ 5.450,00
40	Boneco de heróis	Brinquelândia	R\$ 19,99	R\$ 799,60
40	Nichos de madeira	Espaço Móveis	R\$ 15,00	R\$ 600,00
2	Ar condicionado	Magazine Luiza	R\$ 1.167,55	R\$ 2.335,10

	R\$ 9.184,70
--	--------------

Tributo

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
1	Constituição	Contabilidade Schmitz	R\$ 980,00	R\$ 980,00
1	Certificado de pessoa jurídica	Contabilidade Schmitz	R\$ 198,00	R\$ 198,00
1	Certificado de pessoa física	Contabilidade Schmitz	R\$ 153,00	R\$ 153,00
1	Alvará Municipal	Contabilidade Schmitz	R\$ 594,00	R\$ 594,00
1	Alvará Vigilância	Contabilidade Schmitz	R\$ 648,00	R\$ 648,00
1	Alvará Bombeiros	Contabilidade Schmitz	R\$ 283,05	R\$ 283,05
1	Alvará Policial	Contabilidade Schmitz	R\$ 127,30	R\$ 127,30
1	Mensalidade	Contabilidade Schmitz	R\$ 700,00	R\$ 700,00

	R\$ 3.683,35
--	--------------

Cantinho da Louça

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
1	Pia de apoio com cuba	Olitec	R\$ 578,55	R\$ 578,55
150	Prato raso magno melamina - 26cm branco	Magno Distribuidora	R\$ 4,95	R\$ 742,50
150	Garfo de mesa grande de aço inox	Magno Distribuidora	R\$ 2,50	R\$ 375,00
150	Faca de mesa grande de aço inox	Magno Distribuidora	R\$ 2,70	R\$ 405,00
1	Kit limpeza	Casa das Embalagens	R\$ 50,00	R\$ 50,00

	R\$ 2.151,05
--	--------------

Caixa

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
1	Telefone	Magazine Luiza	R\$ 100,00	R\$ 100,00
1	Computador Intel Core i5	Magazine Luiza	R\$ 1.499,00	R\$ 1.499,00
1	Mesa de escritório	Americanas	R\$ 219,90	R\$ 219,90
1	Cadeira de escritório	Americanas	R\$ 189,90	R\$ 189,90
1	Impressora fiscal	Magazine Luiza	R\$ 640,50	R\$ 640,50
1	Materiais de escritório	Papeleria Paraíso	R\$ 200,00	R\$ 200,00
1	Tablet	Magazine Luiza	R\$ 592,90	R\$ 592,90

	R\$ 3.442,20
--	--------------

Bar

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
150	Copo magno long drink - 280ml	Magno Distribuidora	R\$ 2,16	R\$ 324,00
50	Copo magno martini - 100ml	Magno Distribuidora	R\$ 4,69	R\$ 234,50
1	Liquidificador Philco PH1200	MadeiraMadeira	R\$ 99,90	R\$ 99,90
3	Estante Grift	Inovakasa	R\$ 109,00	R\$ 327,00
2	Refrigerador Vertical Fricon	Distribuidora Coca-Cola	R\$ 2.889,00	R\$ 5.778,00
1	Balcão com Tampo Julia	Mercado Livre	R\$ 109,00	R\$ 109,00
1	Pia de Cozinha Mármore	Lojas Koerich	R\$ 109,00	R\$ 109,00
1	Torneira Elétrica	Americanas	R\$ 198,38	R\$ 198,38
2	Adega	MadeiraMadeira	R\$ 142,90	R\$ 285,80
1	Kit Bar Caipirinha	Mvm shop	R\$ 93,90	R\$ 93,90
1	Kit Barman Coquetel	Mercado Livre	R\$ 122,93	R\$ 122,93

	R\$ 7.682,41
--	--------------

Cozinha

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
1	Fogão Layr Maxy	Magno Distribuidora	R\$ 241,00	R\$ 241,00
1	Balança Digital	Olitec	R\$ 779,00	R\$ 779,00
2	Mesa de Inox	Olitec	R\$ 382,00	R\$ 764,00
1	Liquidificador	Havan	R\$ 179,90	R\$ 179,90
1	Triturador	Havan	R\$ 179,90	R\$ 179,90
1	Batedeira industrial	Olitec	R\$ 2.589,00	R\$ 2.589,00
1	Cozinha sob medida	Magazine Luiza	R\$ 2.458,00	R\$ 2.458,00
1	Kit utensílios	Casa das Embalagens	R\$ 563,00	R\$ 763,00
1	Coifa industrial	Olitec	R\$ 350,00	R\$ 350,00
2	Forno industrial de pizza	Olitec	R\$ 1.612,00	R\$ 3.224,00
1	Kit de panela	Havan	R\$ 329,99	R\$ 329,99
30	Cuba de vidro com tampa de inox	Olitec	R\$ 15,99	R\$ 479,70
30	Pano de prato	Havan	R\$ 1,00	R\$ 30,00
1	Kit limpeza	Casa das Embalagens	R\$ 50,00	R\$ 50,00
1	Cilindro industrial elétrico	Olitec	R\$ 1.248,00	R\$ 1.248,00
1	Geladeira	Magazine Luiza	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
1	Lavabo para mãos cuba inox	Olitec	R\$ 649,00	R\$ 649,00
1	Bebedouro	Olitec	R\$ 235,99	R\$ 235,99
1	Porta copos	Magazine Luiza	R\$ 34,90	R\$ 34,90
1	Lixeiro	Casa das Embalagens	R\$ 78,70	R\$ 78,70
30	Formas para pizza	Olitec	R\$ 17,50	R\$ 525,00

	R\$ 16.189,08
--	---------------

Vestiário Funcionário

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
1	Armário com 16 portas	Magazine Luiza	R\$ 833,90	R\$ 833,90
1	Cabideiro de parede	Americanas	R\$ 40,88	R\$ 40,88
1	Banco em madeira	Americanas	R\$ 175,00	R\$ 175,00

R\$ 1.049,78

Banheiro Feminino

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
1	Vaso sanitário com caixa acoplada 3,6 L	Magazine Luiza	R\$ 559,00	R\$ 559,00
1	Escova para sanitário	Havan	R\$ 19,99	R\$ 19,99
1	Gabinete para banheiro	Magazine Luiza	R\$ 251,90	R\$ 251,90
1	Jogo de banheiro	Havan	R\$ 19,99	R\$ 19,99
1	Kit cuba de pia	Magazine Luiza	R\$ 69,99	R\$ 69,99
1	Kit dispenser	Magazine Luiza	R\$ 102,90	R\$ 102,90
1	Porta papel higiênico	Americanas	R\$ 19,90	R\$ 19,90
1	Suporte para papel higiênico	Magazine Luiza	R\$ 39,90	R\$ 39,90

R\$ 1.083,57

Banheiro Masculino

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
1	Vaso sanitário com caixa acoplada 3,6 L	Magazine Luiza	R\$ 559,00	R\$ 559,00
1	Escova para sanitário	Havan	R\$ 19,99	R\$ 19,99
1	Gabinete para banheiro	Magazine Luiza	R\$ 251,90	R\$ 251,90
1	Jogo de banheiro	Havan	R\$ 19,99	R\$ 19,99
1	Kit cuba de pia	Magazine Luiza	R\$ 69,99	R\$ 69,99
1	Kit dispenser	Magazine Luiza	R\$ 102,90	R\$ 102,90
1	Porta papel higiênico	Americanas	R\$ 19,90	R\$ 19,90
1	Suporte para papel higiênico	Magazine Luiza	R\$ 39,90	R\$ 39,90

R\$ 1.083,57

Espaço KIDS

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
20	Tapete tartame	Casa das Embalagens	R\$ 5,20	R\$ 104,00
2	Mesa didática	Casa das Embalagens	R\$ 79,00	R\$ 158,00
1	Organizador de brinquedos	Americanas	R\$ 199,99	R\$ 199,99
2	Lápis de cor	Papelaria Paraíso	R\$ 13,00	R\$ 26,00
2	Gis de cera	Papelaria Paraíso	R\$ 35,28	R\$ 70,56
1	Kit brinquedos	Brinquelândia	R\$ 290,00	R\$ 290,00
10	Livros de pintura	Papelaria Paraíso	R\$ 14,90	R\$ 149,00

R\$ 997,55

Cozinha KIDS

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
1	Banqueta	Havan	R\$ 89,70	R\$ 89,70
20	Cadeira infantil	Brinquelândia	R\$ 42,00	R\$ 840,00
1	Estrutura sob medida de cozinha	Espaço Móveis	R\$ 1.890,00	R\$ 1.890,00
20	Kit mini chef	Brinquelândia	R\$ 60,00	R\$ 1.200,00
1	Kit utensílios	Casa das embalagens	R\$ 260,00	R\$ 260,00
10	Cuba de vidro com tampa de inox	Olitec	R\$ 15,99	R\$ 159,90
1	Forno elétrico	Havan	R\$ 279,00	R\$ 279,00
1	Kit louça	Havan	R\$ 450,00	R\$ 450,00

R\$ 5.168,60

Estoque

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
1	Gôndola de parede	Magazine Luiza	R\$ 353,54	R\$ 353,54
1	Freezer horizontal 430L	Americanas	R\$ 1.598,99	R\$ 1.598,99
1	Quadro kanban	Americanas	R\$ 164,90	R\$ 164,90

R\$ 2.117,43

Escritório

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
1	Quadro de aviso	Americanas	R\$ 89,99	R\$ 89,99
1	Computador Intel Core i5	Magazine Luiza	R\$ 1.499,00	R\$ 1.499,00
1	Mesa de escritório	Americanas	R\$ 219,90	R\$ 219,90
6	Cadeira de escritório	Americanas	R\$ 189,90	R\$ 1.139,40
1	Mesa de reunião	Americanas	R\$ 306,24	R\$ 306,24
1	Televisão de 43'	Havan	R\$ 1.399,99	R\$ 1.399,99
1	Painel para televisão	Americanas	R\$ 89,00	R\$ 89,00
1	Materiais de escritório	Papelaria Paraiso	R\$ 200,00	R\$ 200,00
1	Telefone	Magazine Luiza	R\$ 100,00	R\$ 100,00
1	Armário de escritório	Magazine Luiza	R\$ 175,00	R\$ 175,00
1	Ar condicionado	Magazine Luiza	R\$ 1.167,55	R\$ 1.167,55
1	Impressora Multifuncional	Havan	R\$ 999,90	R\$ 999,90

	R\$ 7.385,97
--	--------------

Banheiro Funcionário

Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
1	Vaso sanitário com caixa acoplada 3,6 L	Magazine Luiza	R\$ 559,00	R\$ 559,00
1	Escova para sanitário	Havan	R\$ 19,99	R\$ 19,99
1	Gabinete para banheiro	Magazine Luiza	R\$ 251,90	R\$ 251,90
1	Jogo de banheiro	Havan	R\$ 19,99	R\$ 19,99
1	Kit cuba de pia	Magazine Luiza	R\$ 69,99	R\$ 69,99
1	Kit dispenser	Magazine Luiza	R\$ 102,90	R\$ 102,90
1	Porta papel higiênico	Americanas	R\$ 19,90	R\$ 19,90
1	Suporte para papel higiênico	Magazine Luiza	R\$ 39,90	R\$ 39,90

R\$ 1.083,57

Marketing

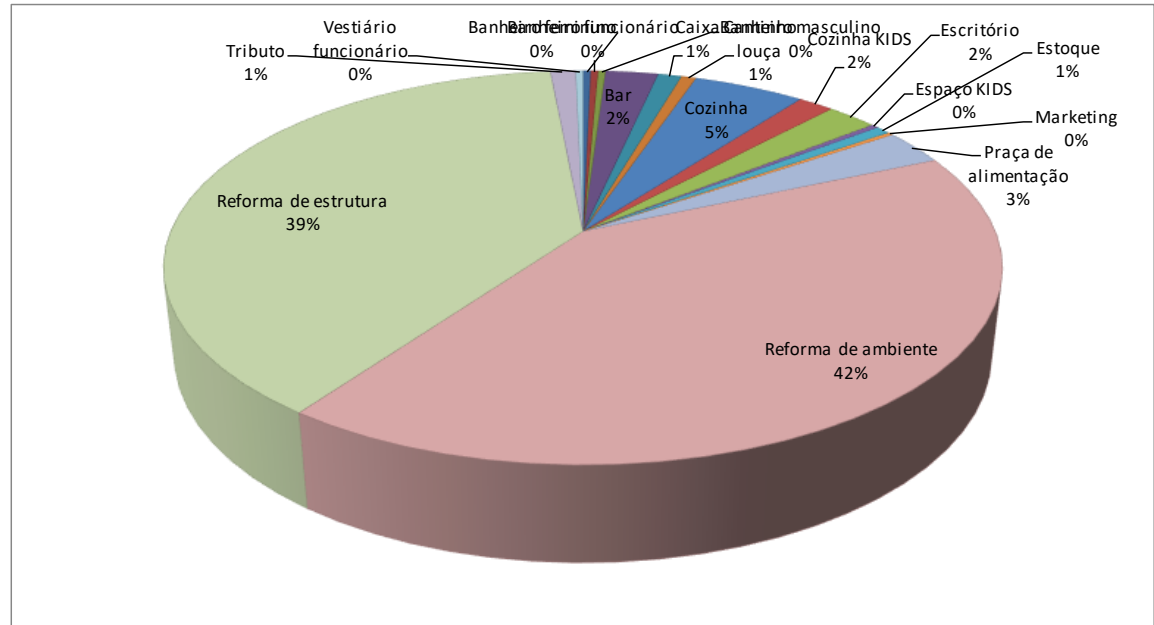
Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
5	Fantasia	Liga da Pizza	R\$ 95,00	R\$ 475,00
1	Estrutura para mobilização no parque central	Liga da Pizza	R\$ 200,00	R\$ 200,00
1	Banner de apresentação	Liga da Pizza	R\$ 120,00	R\$ 120,00

R\$ 795,00

Relatório

Centro de custo	Valor unitário
Banheiro feminino	R\$ 1.083,57
Banheiro funcionário	R\$ 1.083,57
Banheiro masculino	R\$ 1.083,57
Bar	R\$ 7.682,41
Caixa	R\$ 3.442,20
Cantinho louça	R\$ 2.151,05
Cozinha	R\$ 16.189,08
Cozinha KIDS	R\$ 5.168,60
Escritório	R\$ 7.385,97
Espaço KIDS	R\$ 997,55
Estoque	R\$ 2.117,43
Marketing	R\$ 795,00
Praça de alimentação	R\$ 9.184,70
Reforma de ambiente	R\$ 131.400,00
Reforma de estrutura	R\$ 122.071,65
Tributo	R\$ 3.683,35
Vestiário funcionário	R\$ 1.049,78

Total	R\$ 316.569,48
--------------	-----------------------



APÊNDICE G – RECEITAS E DESPESAS

DESPESAS				
Quantidade	Item	Fornecedor	Valor unitário	Total
1	Água	BRK	R\$ 120,00	R\$ 120,00
1	Aluguel	Imobiliária Bello	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
2	Auxiliares de Cozinha	Liga da Pizza	R\$ 2.337,05	R\$ 4.674,10
1	Barman	Liga da Pizza	R\$ 2.573,84	R\$ 2.573,84
1345,5	Bebida	Liga da Pizza	R\$ 3,50	R\$ 4.709,25
1	Empréstimo	BADESC	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09
1	Energia elétrica	CELESC	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00
20	Freelancer	Liga da Pizza	R\$ 60,00	R\$ 1.200,00
2	Garçom	Liga da Pizza	R\$ 2.337,05	R\$ 4.674,10
10	Gás	Liquigás	R\$ 68,00	R\$ 680,00
1	Operador de Caixa	Liga da Pizza	R\$ 2.699,38	R\$ 2.699,38
1	Pizzaiolo	Liga da Pizza	R\$ 2.555,00	R\$ 2.555,00
2	Pró labore	Liga da Pizza	R\$ 998,00	R\$ 1.996,00
1	Reserva de capital de 5%	Liga da Pizza	R\$ 3.895,23	R\$ 3.895,23
897	Rodízio	Liga da Pizza	R\$ 9,80	R\$ 8.790,60
448,5	Rodízio até 10 anos, com direito a cozinha KIDS	Liga da Pizza	R\$ 11,40	R\$ 5.112,90
3	Marketing	Redes sociais	R\$ 43,09	R\$ 129,27
1	Serviços Gerais	Liga da Pizza	R\$ 1.756,97	R\$ 1.756,97
Total			R\$	61.558,73

RECEITAS

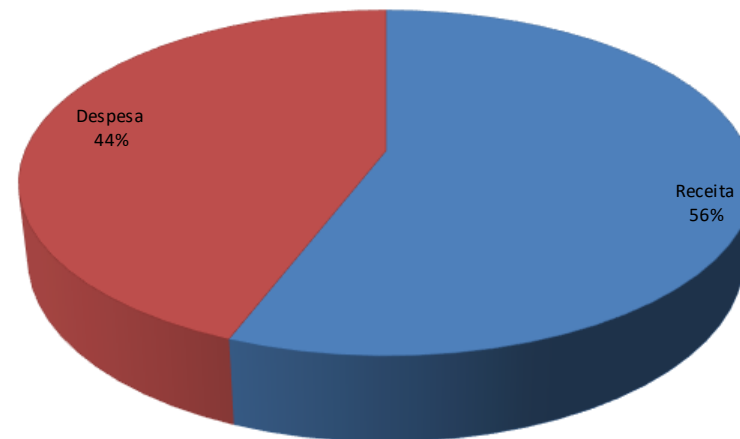
Quantidade	Item	Valor unitário	Total
1345,5	Bebida	R\$ 8,00	R\$ 10.764,00
897	Rodízio	R\$ 54,90	R\$ 49.245,30
448,5	Rodízio até 10 anos, com direito a cozinha KIDS	R\$ 39,90	R\$ 17.895,15

Total		R\$	77.904,45
--------------	--	-----	-----------

Relatório

Identificação	Valor unitário
Receita	R\$ 77.904,45
Despesa	R\$ 61.558,73

Lucro	R\$ 16.345,72
-------	---------------



APÊNDICE H – DEMONSTRATIVO DE RESULTADO E BALANÇO PATRIMONIAL

Identificação	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45
Vendas de Produtos	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45
Vendas de Mercadorias	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Prestação de Serviços	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93
Devoluções de Vendas	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Abatimentos	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Impostos e Contribuições Incidentes sobre Vendas	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93
= RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	R\$ 76.678,52	R\$ 76.678,52	R\$ 76.678,52	R\$ 76.678,52
(-) CUSTOS DAS VENDAS	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75
Custo dos Produtos Vendidos	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75
Custo das Mercadorias	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Custo dos Serviços Prestados	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
= RESULTADO OPERACIONAL BRUTO	R\$ 58.065,77	R\$ 58.065,77	R\$ 58.065,77	R\$ 58.065,77
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89
Despesas Com Vendas	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Despesas Administrativas	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89
(-) DESPESAS FINANCEIRAS LÍQUIDAS	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09
(-) Receitas Financeiras	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09
(-) Variações Monetárias e Cambiais Ativas	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
OUTRAS RECEITAS E DESPESAS	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) Custo da Venda de Bens e Direitos do Ativo Não Circulante	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
= RESULTADO OPERACIONAL ANTES DO IR E CSLL	R\$ 15.119,79	R\$ 15.119,79	R\$ 15.119,79	R\$ 15.119,79
(-) Provisão para IR e CSLL	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
= LUCRO LÍQUIDO ANTES DAS PARTICIPAÇÕES	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00
(-) PRO LABORE	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00
(=) RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$ 13.123,79	R\$ 13.123,79	R\$ 13.123,79	R\$ 13.123,79

Identificação	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45
Vendas de Produtos	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45
Vendas de Mercadorias	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Prestação de Serviços	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93
Devoluções de Vendas	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Abatimentos	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Impostos e Contribuições Incidentes sobre Vendas	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93
= RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	R\$ 76.678,52	R\$ 76.678,52	R\$ 76.678,52	R\$ 76.678,52	R\$ 76.678,52
(-) CUSTOS DAS VENDAS	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75
Custo dos Produtos Vendidos	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75
Custo das Mercadorias	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Custo dos Serviços Prestados	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
= RESULTADO OPERACIONAL BRUTO	R\$ 58.065,77	R\$ 58.065,77	R\$ 58.065,77	R\$ 58.065,77	R\$ 58.065,77
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89
Despesas Com Vendas	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Despesas Administrativas	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89
(-) DESPESAS FINANCEIRAS LÍQUIDAS	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09
(-) Receitas Financeiras	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09
(-) Variações Monetárias e Cambiais Ativas	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
OUTRAS RECEITAS E DESPESAS	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) Custo da Venda de Bens e Direitos do Ativo Não Circulante	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
= RESULTADO OPERACIONAL ANTES DO IR E CSLL	R\$ 15.119,79	R\$ 15.119,79	R\$ 15.119,79	R\$ 15.119,79	R\$ 15.119,79
(-) Provisão para IR e CSLL	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
= LUCRO LÍQUIDO ANTES DAS PARTICIPAÇÕES	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00
(-) PRO LABORE	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00
(=) RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$ 13.123,79	R\$ 13.123,79	R\$ 13.123,79	R\$ 13.123,79	R\$ 13.123,79

Identificação	Outubro	Novembro	Dezembro	Acumulado
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45	R\$ 934.853,40
Vendas de Produtos	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45	R\$ 77.904,45	R\$ 934.853,40
Vendas de Mercadorias	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Prestação de Serviços	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93	-R\$ 14.711,16
Devoluções de Vendas	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Abatimentos	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Impostos e Contribuições Incidentes sobre Vendas	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93	R\$ 1.225,93	R\$ -
= RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	R\$ 76.678,52	R\$ 76.678,52	R\$ 76.678,52	R\$ 920.142,24
(-) CUSTOS DAS VENDAS	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75	-R\$ 223.353,00
Custo dos Produtos Vendidos	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75	R\$ 18.612,75	R\$ 223.353,00
Custo das Mercadorias	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Custo dos Serviços Prestados	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
= RESULTADO OPERACIONAL BRUTO	R\$ 58.065,77	R\$ 58.065,77	R\$ 58.065,77	R\$ 696.789,24
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89	R\$ 425.446,68
Despesas Com Vendas	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Despesas Administrativas	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89	R\$ 35.453,89	R\$ 425.446,68
(-) DESPESAS FINANCEIRAS LÍQUIDAS	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09	-R\$ 89.905,08
(-) Receitas Financeiras	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09	R\$ 7.492,09	R\$ 89.905,08
(-) Variações Monetárias e Cambiais Ativas	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
OUTRAS RECEITAS E DESPESAS	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) Custo da Venda de Bens e Direitos do Ativo Não Circulante	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
= RESULTADO OPERACIONAL ANTES DO IR E CSLL	R\$ 15.119,79	R\$ 15.119,79	R\$ 15.119,79	R\$ 181.437,48
(-) Provisão para IR e CSLL	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
= LUCRO LÍQUIDO ANTES DAS PARTICIPAÇÕES	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00	R\$ 181.437,48
(-) PRO LABORE	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00	R\$ 1.996,00	R\$ 23.952,00
(=) RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$ 13.123,79	R\$ 13.123,79	R\$ 13.123,79	R\$ 157.485,48



LIGA DA PIZZA

BALANÇO PATRIMONIAL

	2019	2020
ATIVO		
ATIVO CIRCULANTE	934.853,40	934.853,40
Disponível	-	-
Caixa e Bancos	-	-
Aplicações Financeiras	-	-
Clientes	934.853,40	934.853,40
Duplicatas a Receber	934.853,40	934.853,40
Outros Créditos	-	-
Impostos a Recuperar	-	-
Outros Créditos	-	-
Estoques	-	-
ATIVO NÃO CIRCULANTE	316.569,48	-
Investimentos	300.380,40	-
Investimentos Não Operacionais	300.380,40	-
Ativo Permanente	16.189,08	194.268,96
Bens em Operação	16.189,08	194.268,96
(-) Depreciação Acumulada	-	-
TOTAL DO ATIVO	1.251.422,88	934.853,40

(As notas explicativas são parte integrante das demonstrações contábeis)

CRISTIANE APARECIDA DE SOUZA

Sócio Administrador

CPF 353.001.088-45

XXXXXXXXXXXXXXXXX

Contador CRC/SCXXXXXXXXXXXXX

CPF XXXXXXXXXXXXX



LIGA DA PIZZA

BALANÇO PATRIMONIAL

	2019	2020
PASSIVO		
PASSIVO CIRCULANTE	691.962,00	691.962,00
Obrigações de Funcionamento	691.962,00	691.962,00
Empréstimos Bancários	89.905,08	89.905,08
Fornecedores	336.504,24	336.504,24
Obrigações Tributárias	-	-
Obrigações Sociais	-	-
Dividendos a Distribuir	-	-
Contas a Pagar	R\$ 265.552,68	R\$ 265.552,68
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	46.742,76	46.742,76
Capital Social	-	-
Capital Subscrito	-	-
Reservas de Lucros	46.742,76	46.742,76
Reservas de Lucros	46.742,76	46.742,76
TOTAL DO PASSIVO	738.704,76	738.704,76

(As notas explicativas são parte integrante das demonstrações contábeis)

CRISTIANE APARECIDA DE SOUZA
 Sócio Administrador
 CPF 353.001.088-45

 xxxxxxxxxxxxxxx
 Contador CRC/SCxxxxxxxxxxxx
 CPF xxxxxxxxxxxxx