



ideias de
negócios

Como montar uma pizzeria



EMPREENDEDORISMO

Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

Robson Braga de Andrade – Presidente do CDN

Diretor-Presidente

Guilherme Afif Domingos

Diretora Técnica

Heloísa Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças

Luiz Eduardo Barretto Filho

Unidade de Capacitação Empresarial e Cultura Empreendedora

Mirela Malvestiti

Coordenação

Luciana Rodrigues Macedo

Autor

Paulo César Borges de Sousa

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

www.staffart.com.br

Sumário

1. Apresentação	1
2. Mercado	4
3. Localização	5
4. Exigências Legais e Específicas	6
5. Estrutura	9
6. Pessoal	11
7. Equipamentos	14
8. Matéria Prima/Mercadoria	17
9. Organização do Processo Produtivo	21
10. Automação	23
11. Canais de Distribuição	24
12. Investimento	25
13. Capital de Giro	27
14. Custos	28
15. Diversificação/Agregação de Valor	29
16. Divulgação	31
17. Informações Fiscais e Tributárias	32
18. Eventos	34
19. Entidades em Geral	38
20. Normas Técnicas	42
21. Glossário	47
22. Dicas de Negócio	48
23. Características	49
24. Bibliografia	51
25. Fonte	53
26. Planejamento Financeiro	53

Sumário

27. Soluções Sebrae	53
28. Sites Úteis	53
29. URL	53

1. Apresentação

A pizza é popular em todo o país. A lucratividade é influenciada pelo local de instalação, em função da proximidade do cliente e acesso a serviços.

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

Hoje há uma tendência chamada de terceirização dos serviços familiares, que consiste no surgimento de serviços como a venda de comida congelada, entrega de pizzas, lavanderias de auto-serviço e tantos outros. Nesse sentido, a refeição fora de casa deixou de ser apenas uma opção de lazer e passou a ser uma questão de necessidade.

Considerando essa tendência, as pizzarias ganham ainda mais espaço.

Sobre a origem da pizza, ao contrário do que muitos imaginam, não foi uma criação dos italianos. Ela surgiu há cerca de 6 mil anos e consistia em uma fina camada de massa conhecida como “pão de Abraão” que os hebreus e egípcios consumiam. A massa se assemelhava ao pão sírio atual e era chamada de “piscea”, nome que originou “pizza”.

Milhares de anos depois, os italianos incrementaram a pizza com o tomate, sendo consumida dobrada ao meio como se fosse um sanduíche. Durante muito tempo foi vendida em padarias e barracas de rua e consumida no café da manhã.

A pizza chegou ao Brasil trazida pelos imigrantes italianos. No início era comum encontrá-las somente nos redutos e colônias italianas. Hoje as pizzarias estão espalhadas por todo país e em diversos formatos. Existe desde a pizzaria da esquina que vende fatias até a pizzaria sofisticada, em região nobre, que oferece uma diversidade maior de massas com ingredientes nobres.

Geralmente as pessoas pensam que montar uma pizzaria é simples, mas o candidato a empreendedor deve saber que não é fácil e por isso deve se informar ao máximo possível antes de decidir se vale a pena dispende tanto esforço neste negócio.

São diversos os tipos de formatos e modelos para quem deseja montar uma pizzaria. Apesar de o produto ser praticamente o mesmo, existem basicamente quatro opções:

a) Pizzaria à La Carte – É o formato mais tradicional, onde o cliente escolhe a pizza a partir do cardápio sugerido;

b) Pizzaria Rodízio – Veio na onda dos rodízios e faz um grande sucesso. Trabalha com preço fixo e oferece uma gama variada de tipos de pizza;

c) Pizzaria Fast Food – Tem o modelo americano de fast food e geralmente comercializa apenas pedaços de pizza para consumo imediato;

d) Pizzaria Delivery – Sua principal característica é trabalhar apenas com o sistema de entrega em domicílio.

Nesta ideia, será tratada a Pizzaria à La Carte. Este tipo de empreendimento consiste um local destinado ao preparo e comércio de pizzas, podendo também ter bebidas alcoólicas e não alcoólicas. De um modo geral, possui uma cozinha, um salão e os clientes são atendidos em mesas, havendo diferenciações nos componentes dos recheios, na forma de preparar a massa, no forno utilizado e até mesmo no modo de atender.

Após entender do que se trata este negócio, o empreendedor precisa analisar qual seu público alvo, qual variedade de pizzas deve ser oferecida e até mesmo que tipo de decoração e acabamento deve ser montado, observando nos arredores a existência de algo parecido, a linha adotada pelos demais estabelecimentos e perguntando às pessoas que moram ou frequentam a região, pois estes sim serão seus clientes.

Este documento não substitui o plano de negócio. Para elaboração deste plano consulte o Sebrae mais próximo.

2. Mercado

O setor de Food Service no país tem crescido bastante nos últimos anos, conforme demonstra pesquisa feita pelo Instituto de Food Service Brasil (IFB), segundo a qual, no ano de 2012, cerca de 37% da população brasileira, nos grandes centros, fizeram suas refeições fora de casa ou compraram alimentos prontos e levaram para suas residências.

Segundo dados apresentados na última pesquisa de orçamento familiar (POF), feita em 2009, mais de 1/3 das refeições nos grandes centros são consumidas fora do lar. A falta de tempo para preparação da comida em casa e a busca por maior conveniência foram fatores que incentivaram o crescimento da alimentação fora do lar.

Na distribuição por estado, os restaurantes comerciais estão distribuídos da seguinte forma: Região Norte 1,96%, Região Nordeste 9,80%, Região Sudeste 70,8%, Região Sul 25,71%, Região Centro Oeste 5,9%, de um total de 336.492 estabelecimentos.

Segundo o IFB, o mercado de Food Service movimenta em torno de R\$ 242,8 bilhões ao ano. O setor representou em 2013, 2,4% do PIB brasileiro e correspondeu a 31% dos gastos dos brasileiros com alimentos.

Os números apresentados pelo Anuário Brasileiro da Alimentação fora do lar, edição de 2013, apresenta números animadores para o setor. Em 2012, o consumo interno apenas de alimentos processados foi de R\$ 329,2 bilhões, representando para o setor o faturamento de R\$ 100,5 bilhões, ou seja, um terço do total.

O especialista na área, Antonio Carlos de Faria, afirma que o consumidor no Brasil, que em 2013 gastou na alimentação fora do lar algo em torno de 31% de sua despesa de alimentação, passará para prováveis 37% em 2014 e as projeções para 2020 sinalizam que irá gastar pelo menos 45%.

Mas atenção, apesar de todo este dinamismo, a ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, alerta que, de cada 100 estabelecimentos que são criados no Brasil, 35 fecham em 1 ano e 50 fecham em 2 anos. Isto acontece porque o mercado é versátil, exige mudanças constantes para adaptação às novidades, e a oferta é maior que a demanda.

3. Localização

Definir a localização e escolher o imóvel para a instalação da loja é uma das decisões mais importantes para o negócio e é fator de sucesso do empreendimento. A localização da pizzaria, seja próxima a grandes centros comerciais, shoppings, bairros e avenidas de movimento noturno ou residências, reflete em todo o planejamento do negócio.

Em primeiro lugar deve ser pensado qual público o empreendedor quer atingir.

Seus potenciais clientes buscam um ambiente descontraído e comida agradável, preferencialmente em um raio próximo da pizzaria, saindo daí a maior parte do movimento.

Então, na localização do negócio deve-se considerar:

1. o objetivo,
2. o público-alvo que se quer atingir,
3. a população dos arredores,
4. a concorrência existente ou potencial nas redondezas,
5. as condições do imóvel e
6. as vias de acesso.

Por isso, a procura do ponto deve considerar locais com grande fluxo de pessoas e de fácil acesso, observando que um acesso seguro, amplo, bem sinalizado e iluminado encoraja o cliente.

Para um empreendimento como este, estacionamento é fator indispensável. Havendo dificuldades em vagas públicas ou privadas nos arredores, um serviço de manobrista deve ser considerado.

Além destes fatores, quando escolher o imóvel, deve ser verificado se está localizado em rua que permita o funcionamento de comércio de acordo com a lei de zoneamento do município para evitar futuros problemas com vizinhos e fiscalização.

4. Exigências Legais e Específicas

Além de conhecer sobre o funcionamento do negócio, é necessário contratar um contador profissional para obter registros, alvarás e fornecer informações legais sobre o novo negócio, enquanto o empreendedor se dedica a outras questões do empreendimento.

Antes de abrir o negócio será necessário:

a) Registro da empresa nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (a empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da sua constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”.
- Corpo de Bombeiros Militar.

b) Visita a prefeitura da cidade onde pretende montar o estabelecimento para fazer a consulta de local e obtenção do alvará de localização;

c) Obtenção do alvará de licença sanitária - adequar as instalações de acordo com o Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas). No âmbito federal a fiscalização cabe a Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA que delega esta atribuição as Secretarias Estaduais e Municipais de Saúde respectivas.

d) O empreendedor deverá verificar junto aos órgãos Estaduais e Municipais de meio ambiente as exigências ambientais aplicáveis à atividade.

e) Cumprimento da Portaria CVS 6/99 do Centro de Vigilância Sanitária da ANVISA, que estabelece aos estabelecimentos que manipulam alimentos a existência de um profissional responsável pela implantação e manutenção de boas práticas de produção, que aplique as condutas e critérios desta portaria e que seja responsável pelo processo de produção. Essas responsabilidades podem estar a cargo do proprietário do estabelecimento ou de um funcionário capacitado que trabalhe efetivamente no local.

Ainda de acordo com a mesma portaria, o responsável pela implantação e manutenção de boas práticas de produção deverá:

- Capacitar os funcionários;
- Elaborar o manual de Boas Práticas de Alimentação, para atender a legislação sanitária federal em vigor:
- Ter conhecimento da Portaria Ministério da Saúde nº 1.428/93;
- Ter conhecimento da Portaria Ministério da Saúde nº 326/97 que trata sobre o Manual de Boas Práticas de Fabricação;
- Ter conhecimento da Resolução de Diretoria Colegiada da ANVISA nº 275/02 que trata dos Procedimentos Operacionais Padronizados - POP
- Aprovar ou rejeitar produtos recebidos, preparados e armazenados;
- Supervisionar a manipulação e o processamento dos alimentos;
- Fazer recomendações quanto aos produtos que serão descartados;
- Ser capaz de explicar sobre a importância da higiene e manipulação dos alimentos.
- Capacitar constantemente os funcionários em relação à higiene e técnicas corretas de manipulação.

Recomenda-se que o empreendedor procure o Sebrae para obter conhecimentos sobre o PAS – Programa de Alimentos Seguros que fornece desde orientações para o cumprimento da norma da ANVISA até as capacitações necessárias, facilitando ao empreendedor iniciar seu negócio de forma segura.

Além das exigências normais para a abertura do empreendimento é vital não esquecer que são as Prefeituras Municipais que determinam onde se pode estacionar, controlam os níveis de ruído, permitem ou não mesas nas calçadas, fiscalizam o cumprimento das normas de higiene e das questões de segurança como portas de emergência, porta corta-fogo e extintores, sinalização de saídas, isolamento acústico, área externa para lixo, acesso e WC para portadores de deficiências, etc.

Em relação à legislação Federal aplicável a este segmento de negócio destaca-se:

- A Resolução RDC n.º 216, de 15 de setembro de 2004, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA que dispõe sobre regulamento técnico de boas práticas para serviços de alimentação, a fim de garantir as condições higiênico-sanitárias do alimento preparado.
- O Decreto nº 3.179/1999, que dispõe sobre a especificação das sanções aplicáveis às condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências.
- A Lei nº. 9610 de 19 de fevereiro de 1998, disponível no site da Presidência da República do Brasil, que altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais. Os estabelecimentos que utilizam músicas em suas dependências estão obrigados a pagar direitos autorais ao ECAD (Escritório Central de Arrecadação), que representa os autores na cobrança de seus direitos.

- A Lei nº 2.136 de 11/05/1994 e o Decreto 12.922 de 19/05/1994, que regulamentam a existência de uma área específica para fumantes.
- A Portaria nº 1428/93 do Ministério da Saúde, que estabelece a obrigatoriedade para todos os estabelecimentos que manipulam produtos alimentícios implantarem o sistema PAS (antigo APACC). As Boas Práticas de Fabricação são pré-requisitos fundamentais.
- A Portaria nº 368/1997, do Ministério da Agricultura, que estabelece os requisitos gerais (essenciais) de higiene e de boas práticas de elaboração de alimentos para o consumo humano.
- Resolução CFN n.º 218, de 25 de março de 1999, do Conselho Federal de Nutricionistas – CFN. A manipulação e a montagem de cardápios alimentares devem ser realizadas por profissionais tecnicamente qualificados. Poderão ser encontrados nesta Resolução os critérios da Responsabilidade Técnica exercida pelo nutricionista, seu compromisso profissional e legal na execução de suas atividades, compatível com a formação e os princípios éticos da profissão, visando à qualidade dos serviços prestados à sociedade.

Destaca-se a Resolução CFN n.º 378, de 28 de dezembro de 2005, também do Conselho Federal de Nutricionistas – CFN, que dispõe sobre o registro e cadastro de Pessoas Jurídicas nos Conselhos Regionais de Nutricionistas e dá outras providências.

- O Conselho Federal de Administração, que delibera através da Lei n.º 4.769 de 09 de setembro de 1965 e do Decreto n.º 61.934 de 22 de dezembro de 1967 que toda empresa, cujo objetivo social se enquadre nas áreas de atuação privativas da Administração é obrigada a se registrar no Conselho Regional de Administração conforme sua localização.

Recomenda-se consulta formal junto ao Conselho Regional de Administração, uma vez que o fornecimento de alimentos com mão-de-obra encontra-se sob o código D020, na relação das áreas de atuação privativas da Administração.

- Código de Defesa do Consumidor – Lei Federal n.º 8.078 de 11 de setembro de 1990 e Decreto Federal n.º 2.181, de 20 de março de 1997.

- É importante observar, também, que a Lei n.º 8.069, de 13 de julho de 1990, Estatuto da Criança e do Adolescente, disponível no site da Presidência da República Federativa do Brasil, proíbe a venda à criança ou ao adolescente de bebidas alcoólicas dentre outros itens.

O Sebrae local poderá ser consultado para orientação.

5. Estrutura

A área mínima necessária para uma Pizzaria é de aproximadamente 50m², entretanto, se o estabelecimento estiver localizado em shopping center a área poderá ser menor, porque não precisará de banheiro para clientes e de espaço próprio para mesas e cadeiras.

A estrutura de uma Pizzaria requer uma cozinha semi-industrial, um espaço para receber clientes, espaço para bebidas e caixa, e um pequeno escritório. Serão necessários profissionais para cozinha, para o atendimento, para entrega e um responsável que pode ser o proprietário.

A estrutura de uma Pizzaria deve ser bem planejada para dar mobilidade aos funcionários e clientes e ainda oferecer conforto. A seguir seguem informações para cada ambiente de uma Pizzaria:

Espaço para receber clientes

Para comportar vinte pessoas e o balcão do caixa e espaço para bebidas deverá ter aproximadamente 15m².

Alguns Equipamentos/ Utensílios necessários ao funcionamento de uma Pizzaria:

- Balcão para o caixa;
- Impressora fiscal;
- Mesas;
- Cadeiras;
- Móvel para guardar copos, talheres e pratos.
- Copos;
- Talheres;
- Pratos;
- Bandejas;
- Porta guardanapo (se o estabelecimento optar por guardanapo descartável).

Escritório

Destinado à realização de atividades administrativas este ambiente pode ser montado junto ao balcão do caixa. O escritório poderá ser equipado com:

- mesa;
- cadeira;
- armário;
- mini arquivo para pasta suspensa;
- telefone;
- computador;
- impressora.

Instalações sanitárias dos funcionários

Devem existir banheiros separados para cada sexo, em bom estado de conservação; As instalações sanitárias devem ser bem iluminadas, paredes e piso de cores claras, de material liso, resistente e impermeável, portas com molas, ventilação usada com janelas teladas.

Instalações sanitárias dos clientes

Devem existir banheiros separados para cada sexo devidamente identificados. Os banheiros destinados ao público devem ser de preferência de cor clara para demonstrar limpeza. Os banheiros devem ser, preferencialmente, projetados para permitir o acesso de cadeirantes.

Cozinha Semi Industrial

A estrutura tem de estar de acordo com a Portaria CVS ? 6/99 do Centro de Vigilância Sanitária da ANVISA.

Equipamentos / Utensílios (mínimo necessário):

- Cortador de frios;
- Balcão frigorífico;
- Mesa Pizzaiola;
- Amassadeira;
- Bancada ou prateleira de suporte para vasilhames das massas;
- Bancada ou prateleira de suporte para os vasilhames dos recheios;
- Prateleira para as caixas de entrega de pizzas;
- Forno elétrico, a gás ou a lenha;
- Espaço para lenha
- Freezer;
- Balança de mesa com capacidade mínima para 15 kg;
- Extrator de sucos;

- Refrigerador;
- Expositor refrigerado para bebidas
- Fogão;
- Liquidificador industrial;
- Batedeira industrial;
- Exaustor;
- Talheres;
- Vasilhames;
- Panelas;
- Rolos para abertura das massas;
- Prateleiras para estoque;
- Organizador de comandas.

Outras soluções também podem ser adotadas de acordo com o perfil e comodidade do cliente:

- Espaço infantil, que permite que as crianças se distraiam enquanto aguardam a refeição;
- Facilidade de acesso a pessoas com necessidades especiais, oferecendo maior mobilidade.

6. Pessoal

A escolha de profissionais que irão trabalhar no empreendimento precisa ser feita com muita responsabilidade, pois são estes colaboradores que irão atender os clientes do novo empreendimento e fazê-los voltar ou não. Uma seleção acurada e um bom ambiente de trabalho terá reflexo direto na imagem da empresa aos olhos de todos.

Para evitar um alto custo inicial com capacitação convém o empresário fazer uma seleção criteriosa de pessoas para sua equipe. Na seleção, os candidatos devem comprovar conhecimento, competência e habilidade para executar suas funções. De acordo com Maricato (2007) algumas competências são desejáveis aos profissionais que serão contratados como garçons, dentre elas pode-se destacar:

- Ser uma pessoa discreta;
- Apresentar boa postura;
- Ter boa memória;
- Ser asseado;
- Possuir boas maneiras;
- Ser observador;
- Ser fluente.

Para os profissionais da cozinha são recomendáveis as seguintes competências:

- Asseio;
- Criatividade;
- Resistência a pressão;
- Ser atento aos detalhes;
- Habilidade de relacionamento com os colegas;
- Agilidade;
- Disposição física;
- Atenção e cuidado.

No caso de se optar pelo serviço de entrega, é possível terceirizar este serviço. O empreendedor deve avaliar o custo / benefício da terceirização.

O entregador deverá ter as seguintes características:

- Manter bom relacionamento interpessoal;
- Manter asseio pessoal;
- Demonstrar flexibilidade;
- Zelar pelo bom estado das encomendas transportadas;
- Agir com responsabilidade;
- Agir com atenção;
- Evidenciar ética profissional.

O administrador deverá ter as seguintes competências:

- Capacidade para lidar com imprevistos;
- Reconhecer e definir problemas,
- Atuar preventivamente;
- Ter raciocínio lógico, crítico e analítico;
- Ter conhecimento de gestão empresarial.;
- Habilidade de relacionamentos;
- Habilidade para negociar;
- Pró- atividade;
- Inteligência emocional para lidar com possíveis conflitos;
- Disciplina.

Competências desejáveis ao profissional de limpeza:

- Asseio pessoal e com o ambiente;
- Atenção aos detalhes;
- Habilidade de relacionamento com os colegas;
- Agilidade;
- Disposição física.

A apresentação pessoal é fator crítico para consolidar a imagem da empresa junto ao cliente, principalmente no ramo de alimentos. Limpeza impecável, uso de uniformes, higiene e asseio constituem elementos que devem ser valorizados por todos os empregados.

A quantidade de funcionários está relacionada ao porte do empreendimento, observando que devem ser adequados ao tipo de serviço que será oferecido e com o horário de funcionamento. Para amenizar os custos iniciais com folha de pagamento, convém optar pela contratação de uma equipe enxuta e a vantagem de uma pizzaria está na possibilidade de começar com apenas quatro pessoas, desde que reúnam as competências necessárias para tocar o empreendimento. São eles:

- Pizzaiolo;
- Ajudante de cozinha;
- Caixa;
- Entregador;

Outros postos devem ser agregados à medida que o movimento aumentar ou a necessidade do negócio exigir:

- serviços gerais – limpeza;
- Gerente;
- Garçom.

Principalmente no início do negócio, a atividade de gerência, caixa e até mesmo garçom pode ser realizada pelo próprio empreendedor.

Como em todo mercado varejista, neste ramo de atividade a rotatividade de pessoal é muito grande, ou seja, os colaboradores não permanecem muito tempo na empresa. Isto demonstra a necessidade de se pensar na retenção destes profissionais. Segundo especialistas, algumas ações são comuns para reter profissionais como: treinamento para qualificação, aumento de salários, planos de carreira baseados no desempenho ou até mesmo troca de departamento/área de atuação.

A qualificação dos profissionais da cozinha pode ser feita por meio de cursos técnicos que capacitem o profissional para o exercício da função. Os profissionais que trabalharão na cozinha também deverão ter conhecimento sobre higiene e manipulação dos alimentos.

Além da equipe, o empreendedor necessita se atualizar e saber o que está acontecendo na sua área de atuação. A participação em seminários, congressos e cursos relacionados deve ser rotineira, independente da quantidade de trabalho existente em seu negócio.

Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores de Bares e Restaurantes, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, consequências desagradáveis.

O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e o treinamento adequado.

7. Equipamentos

Antes de adquirir os equipamentos, móveis e utensílios, bem como a tecnologia a ser escolhida devem ser pensados de acordo com a região ou estado em que serão utilizados, pois o perfil do consumidor, a localização e a vida útil dos mesmos irão depender diretamente dessas variáveis. Por exemplo, um restaurante a ser instalado na beira do mar deverá levar em consideração a maresia, que irá impactar no tipo de material das mesas e cadeiras que o empreendedor comprará.

Dessa forma, pensar em questões como depreciação do material utilizado, qualidade dos equipamentos, perspectiva de crescimento da empresa, vida útil, custos de manutenção e reposição são elementos que irão impactar no investimento.

Este segmento oferece várias opções ao empreendedor, cabendo avaliar o custo benefício entre iniciar com equipamentos básicos ou adquirir outros com maiores funcionalidades e até mais práticos, porém sujeito a aumentar o investimento inicial.

Para este estudo, os móveis, equipamentos e utensílios foram cotados considerando uma opção intermediária, dentre as opções disponíveis no mercado, conforme segue:
Administrativa e Estoque

Impressora multifuncional laser: R\$ 600,00 x 1 = R\$ 600,00
No break: R\$ 450,00 x 1 = R\$ 450,00
Telefone sem fio + 1 ramal: R\$ 199,00 x 1 = R\$ 199,00
Monitor 15,6": R\$ 299,00 x 1 = R\$ 299,00
Computador Servidor: R\$ 900,00 x 1 = R\$ 900,00
Periféricos: R\$ 90,00 x 1 = R\$ 90,00
Lixeira com pedal: R\$ 25,00 x 1 = R\$ 25,00
Estantes de aço: R\$ 200,00 x 2 = R\$ 400,00
Microterminal fiscal (impressora fiscal) : R\$ 730,00 x 1 = R\$ 730,00
Software: R\$ 2.000,00 x 1 = R\$ 2.000,00
Mochila para entrega de pizza: R\$ 120,00 x 1 = R\$ 120,00
Capa para entrega de pizza: R\$ 12,00 x 5 = R\$ 60,00
Caixa de pizza oitavada: R\$ 1,00 x 50 = R\$ 50,00
SubTotal: R\$ 5.923,00

Salão

Computador: 1 x R\$ 600,00 = R\$ 600,00
No break: 1 x R\$ 300,00 = R\$ 300,00
Monitor touch screen para garçons: 1 x R\$ 1.035,00 = R\$ 1.035,00
Periféricos: 1 x R\$ 90,00 = R\$ 90,00
Mesa dobrável em madeira 70x70: 20 x R\$ 165,00 = R\$ 3.300,00
Cadeira dobrável em madeira: 80 x R\$ 90,00 = R\$ 7.200,00
Cadeira Infantil: 4 x R\$ 110,00 = R\$ 440,00
Aparelho de TV 46": 1 x R\$ 3.000,00 R\$ 3.000,00
DVD Player: 1 x R\$ 150,00 = R\$ 150,00
Móvel para guardar copos, talheres e pratos: 1 x R\$ 500,00 = R\$ 500,00
Material de uso diário - diversos: 1 x R\$ 500,00 = R\$ 500,00
Garfos mesa: 80 x R\$ 3,92 = R\$ 313,60
Faca mesa: 80 x R\$ 7,25 = R\$ 580,00
Colher de café: 50 x R\$ 1,35 = R\$ 67,50
Colher de mesa: 50 x R\$ 2,69 R\$ 134,50
Colher de sobremesa: 50 x R\$ 1,50 = R\$ 75,00
Xícara e pires de café: 50 x R\$ 4,30 = R\$ 215,00
Porta guardanapos: 20 x R\$ 12,00 = R\$ 240,00
Prato raso 27 cm: 80 x R\$ 8,50 = 680,00
Copo 300 ml: 80 x R\$ 2,65 = R\$ 212,00
Cervejeira Porta de Vidro 445 litros: 1 x R\$ 4.890,00 = R\$ 4.890,00
SubTotal: R\$ 24.522,60

Mobiliário e equipamentos para área de cozinha

Freezer horizontal 2 portas - 546 l: 1 x R\$ 2.400,00 = R\$ 2.400,00
Liquidificador industrial: 1 x R\$ 530,00 = R\$ 530,00
Forno refratário elétrico 90x90: 1 x R\$ 2.200,00 = R\$ 2.200,00
Cortador de frios semi automático: 1 x R\$ 1.079,00 = R\$ 1.079,00

Fogão Industrial 2 bocas: 1 x R\$ 330,00 = R\$ 330,00
Extrator de suco: 1 x R\$ 300,00 = R\$ 300,00
Balança eletrônica 15 kg: 1 x R\$ 499,00 = R\$ 499,00
Mesa Pizzaiola: 1 x R\$ 6.760,00 = R\$ 6760,00
Amassadeira 5 kg: 1 x R\$ 1.900,00 = R\$ 1.900,00
Processador de alimentos 1000 w: 1 x R\$ 650,00 = R\$ 650,00
Centrífuga de frutas: 1 x R\$ 430,00 = R\$ 430,00
Maquina de gelo: 1 x R\$ 550,00 = R\$ 550,00
Forno de microondas 25l : 1 x R\$ 400,00 = R\$ 400,00
Pá de pizza: 2 x R\$ 150,00 = R\$ 300,00
Formas de pizza em alumínio 20": 10 x R\$ 4,80 = R\$ 48,00
Formas de pizza em alumínio 35": 10 x R\$ 3,39 = R\$ 33,90
Espátula corte curvo para pizza: 2 x R\$ 33,00 = R\$ 66,00
Carretilha para cortar pizza: 3 x R\$ 24,00 = R\$ 72,00
Rolo giratório em polietileno 60 cm: 1 x R\$ 165,00 = R\$ 165,00
Rolo giratório inox 40 cm: 1 x R\$ 200,00 = R\$ 200,00
Lixeira com pedal: 1 x R\$ 250,00 = R\$ 250,00
Organizador de comanda 60 cm: 1 x R\$ 91,00 = R\$ 91,00
Painéis e acessórios em geral: 1 x R\$ 500,00 = R\$ 500,00
Impressora térmica não fiscal para pedidos: 1 x R\$ 580,00 = R\$ 580,00
SubTotal: R\$ 20.433,90

TOTAL: R\$ 50.879,50

Deve-se destacar que para o bom funcionamento da cozinha é recomendável a manutenção dos equipamentos. A forma mais indicada de manutenção dos equipamentos é a forma preventiva, com recomendações e instruções de manuseio correto dos equipamentos e utensílios aos funcionários.

Antes de adquirir o material, convém que o empreendedor busque informações junto aos fabricantes para conhecer o tempo médio que os equipamentos podem ficar ultrapassados, podendo assim, realizar a análise de custo-benefício para a aquisição dos equipamentos (se novos ou usados) e planejar a reposição. Em média, equipamentos de informática possuem um período de vida útil estimado em dois anos, móveis e utensílios cerca de cinco anos, construção civil 20 anos, veículos 10 anos.

Se o empresário optar por oferecer o serviço de entrega em domicílio, precisará adquirir um veículo próprio para realização de entregas ou mesmo para a montagem de pizzas em eventos ou na casa de clientes, oferecendo um serviço diferenciado, muito comum nas grandes cidades.

Bancos e financeiras oferecem financiamentos exclusivos com taxas diferenciadas de financiamento para pessoa jurídica. É importante a realização de uma pesquisa para se informar sobre as melhores taxas praticadas no mercado e também verificar o custo/benefício de aquisição de um veículo “zero” ou semi-novo, entretanto, este serviço pode ser terceirizado.

Recomenda-se ao empreendedor a análise da necessidade de contratação de seguros contra sinistros tais como incêndios, acidentes, etc. com os equipamentos e pessoas ou mesmo contra furtos.

O Sebrae mais próximo poderá ser procurado para orientar na elaboração do plano de negócio.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser de fato medido periodicamente e registrado através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho:

- Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado.

Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

- Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

- Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

Para a definição do mix de produtos a ser oferecido, o empreendedor deverá visitar concorrentes, ouvir permanentemente seus clientes e ir fazendo adaptações ao longo do tempo.

A matéria-prima para preparação das pizzas poderá variar em função do cardápio. Dentre as possibilidades de matéria-prima em uma Pizzaria podem ser citadas:

Presunto, Peito de peru, Champignon, Linguiça calabresa, Milho, Bacon, Tomate, Cebola pimentão, Queijos, Azeitona, Palmito, Chocolate, Banana, Farinha de Trigo, Temperos, Óleo, Azeite, Sal e bebidas, como Água mineral, Refrigerantes, Cervejas, Sucos, Vinhos e outros.

Estes itens podem ser encontrados em várias fontes de fornecedores.

Mercearia - Produtos de mercearia podem ser obtidos junto a atacadistas ou distribuidores.

Hortifruti - Hortifruti são geralmente obtidos nas Centrais de Abastecimentos dos Estados - CEASA, onde o empreendedor pode optar por escolher e buscar os produtos na própria CEASA ou solicitar que a entrega seja feita com determinada periodicidade.

Carnes - Carnes são obtidas diretamente de frigoríficos ou açougues, devendo ser observado os registros e procedência, evitando problemas com a Vigilância Sanitária.

Laticínios - Os laticínios irão fornecer os derivados do leite e também fazem entregas periódicas.

Em relação ao Planejamento, algumas coisas devem ser observadas para evitar gastos desnecessários:

- a) Compras com base no cardápio;
- b) Numero médio de pizzas por dia;
- c) Safra e rendimento dos produtos;

- d) Prazo de validade das mercadorias;

- e) Pontualidade e idoneidade do fornecedor.

A qualidade da matéria-prima é fator de vital importância. As matérias-primas de qualidade inferior alteram o sabor e a textura do que se oferece nas mesas. O estabelecimento e estreitamento de relações com fornecedores de matéria-prima de qualidade são formas de se obter qualidade, melhores preços e maiores prazos.

Para este negócio, o empreendedor se relacionará com diversos fornecedores de alimentos e bebidas que praticam prazos de sete a vinte um dias de pagamento, dependendo do volume de compras. O prazo de entrega para as grandes cidades é de vinte e quatro horas. Caso não esteja em uma grande cidade, o empreendedor precisará verificar a disponibilidade de fornecedores em sua região, uma vez que essa variável poderá impactar o prazo de entrega de matéria prima.

O empreendedor deve estar atento ao grau de satisfação dos clientes buscando identificar qual a percepção que se têm em relação à qualidade e diferencial dos produtos oferecidos, para tanto, pode realizar pequenas pesquisas de satisfação no próprio restaurante, utilizando formulários criativos, de preferência com no máximo três questões que permitam extrair as informações desejadas.

9. Organização do Processo Produtivo

Compra de insumos ? Recebimento dos insumos ? armazenagem ? pré-preparo dos alimentos ? preparo dos alimentos para consumo ? distribuição ? consumo ? higienização dos utensílios ? descarte ? reposição dos insumos

Compra de Insumos

As compras devem ser realizadas por pessoas aptas, que tenham um planejamento de compras com base na produção, que conheçam os fornecedores e sejam capazes de negociar.

Deve-se observar que as atividades de compras tem reflexo direto no lucro do negócio. Além de obter produtos a custos baixos, deve ser observado a validade, rendimento, pontualidade e idoneidade do fornecedor

Recebimento dos Insumos

Os produtos devem ser recebidos do fornecedor pelo dono do restaurante ou pelo responsável técnico. Os insumos devem ser avaliados quantitativa e qualitativamente. Alguns critérios devem ser observados na avaliação dos produtos conforme portaria CVS ? 6/99 da ANVISA:

- Data de validade e fabricação;
- Cor, aroma e textura dos alimentos;
- Condições das embalagens (precisam estar limpas e em bom estado);
- Condições do entregador (asseio, uniforme).

Armazenagem

Alguns cuidados devem ser tomados no processo de armazenagem. A armazenagem correta preserva a integridade dos alimentos evitando desperdícios e problemas com contaminação.

Cuidados de armazenamento:

- Dispor os alimentos conforme data de validade, os de fabricação mais antiga deverão ser consumidos primeiro;
- Todos os alimentos precisam ser identificados;
- Os alimentos devem ser armazenados separadamente dos produtos de limpeza;

- Alimentos e recipientes com alimentos não devem estar em contato com o piso;
- Diferentes tipos de alimentos precisam ser embalados separadamente quando forem congelados no mesmo freezer;

Pré-preparo e preparação

Para execução desta fase faz-se necessário observar a conformidade com a Portaria CVS ? 6/99 da ANVISA. O SEBRAE, por meio do Programa de Alimentos Seguros - PAS pode ajudar o empreendedor na execução desta norma.

Dentre as várias opções de preparo da massa, existem basicamente 2 (duas) formas que o empreendedor pode utilizar:

1) Massa feita na hora

Neste caso a massa é feita diariamente pelo pizzaiolo e de acordo com a demanda existente, onde além da qualidade de uma massa fresca, não há necessidade de espaço para armazenamento de massa pré-fabricada, no entanto, existem desvantagens como o aumento no tempo de preparo, a dependência diária do pizzaiolo, equipamentos e utensílios para guarda da massa.

2) Massa pré-fabricada:

Nesta forma de preparo, o pizzaiolo deixa a massa pronta, podendo ser “boleada” ou em “discos pré assados”, prontos para rechear e assar pelo ajudante de cozinha.

Ambas podem ser acondicionadas para durar pelo menos 3 dias.

Pesos sugeridos para massa pré-fabricada:

40 cm – 450 gramas

35 cm – 350 gramas

30 cm – 270 gramas

Individuais: 120 gramas

Distribuição

Consiste na distribuição dos pratos que são servidos pelos garçons aos clientes ou levadas pelo entregador.

Consumo

Os pratos são degustados/consumidos pelo cliente.

Higienização dos utensílios

Para higienização dos utensílios devem ser observadas as práticas de limpeza citadas na norma CVS ? 6/99 da ANVISA.

Descarte

Deve ser feito diariamente, na quantidade necessária para manter a limpeza e higiene do local. O recipiente de descarte deve ser lavado diariamente. O lixo deve ser bem ensacado para evitar contaminação e deve sair da cozinha por local diferente do que entram as matérias primas. Caso não seja possível, o descarte deve ser feito em horário diferente do recebimento de matérias primas.

Reposição dos insumos

Os alimentos deverão ser repostos na quantidade suficiente à manutenção dos serviços na Pizzaria. Não é necessária e nem desejável a criação de grandes estoques. Quanto mais novos e frescos os produtos melhor a qualidade das refeições.

10. Automação

Além da automação comercial, relacionada a máquinas e equipamentos já descritos no tópico específico, também deve ser observado no mercado uma grande oferta de sistemas (softwares) para gerenciamento de pequenos negócios e esta ferramenta irá auxiliar o empreendedor na sua tomada de decisão.

Para uma produtividade adequada, devem ser adquiridos sistemas que integrem as compras, as vendas, o financeiro e cruzam estas informações com a ficha técnica de cada pizza produzida.

Os softwares possibilitam o controle de estoque, cadastro de clientes e fornecedores, serviço de mala-direta para clientes e potenciais clientes, cadastro de móveis e equipamentos, controle de contas a pagar e a receber, fornecedores, folha de pagamento, fluxo de caixa, fechamento de caixa, lucro diário nas vendas, controle de entregas em domicílio, custo e lucro exatos que cada pizza oferece, média estatística de consumo, como por exemplo, quantidade média de pizza calabresa consumida, gastos com guardanapo de papel, tempo de permanência nas mesas e até o estoque mínimo, oferecendo uma sugestão de compra com base no histórico dos pedidos.

Apesar de ser necessário procurar softwares de custo acessível e compatível com uma pequena empresa desse ramo, deve ser observado que se trata de ferramenta fundamental no controle gerencial.

Muitos destes programas, além do custo de aquisição, cobram taxa de manutenção mensal e para este tipo de empreendimento, podem custar de R\$ 300,00 a R\$ 1.000,00.

11. Canais de Distribuição

O canal de distribuição é a forma que o vendedor comercializa seu produto ao usuário. Para o ramo de pizzaria o usual é o Canal Múltiplo, ou seja, o próprio restaurante e a entrega em domicílio.

Na própria pizzaria, ou serviço de mesa, o cliente vai com sua família, amigos ou até sozinho e faz sua refeição no local, escolhendo dentre as possibilidades existentes no cardápio.

Entretanto, o serviço de entrega em domicílio é extremamente utilizado neste tipo de negócio, principalmente para aqueles clientes que preferem a comodidade de fazer sua refeição em casa e de alguma forma conhece os produtos oferecidos pela Pizzaria. Pode ser feita em carros tipo baú, motocicletas e até mesmo bicicleta, dependendo da entrega e distância.

Uma das principais vantagens de utilizar mais de um canal de vendas é diminuir a distância entre o serviço e/ou produto e o cliente. Definir uma região ampla de atuação pode representar um aumento significativo no volume de vendas e aumentar a participação da empresa neste segmento de mercado.

Com a popularização da internet, onde smartphones e tablets são cada vez mais comuns nas mãos das pessoas, as empresas varejistas têm investido bastante no e-commerce, também conhecido como loja virtual ou comércio eletrônico.

Para se ter uma ideia, o comércio eletrônico no país cresceu nominalmente 28% em 2013 ante 2012, faturando R\$ 28,8 bilhões. Além disso, 9,1 milhões de pessoas fizeram compras online pela primeira vez em 2013, o que eleva para 51,3 milhões o número de consumidores que, ao menos uma vez, já utilizaram a internet para adquirir algum produto. Os números, levantados pela E-bit, empresa especializada em informações do comércio eletrônico, fazem parte da 29ª edição do Webshoppers, lançado em 12/03/2014, na cidade de São Paulo.

Cabe ao empreendedor avaliar a necessidade deste outro canal de distribuição, tomando como base seu público alvo e a região onde o empreendimento está instalado.

12. Investimento

Investimento compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento de sua auto-sustentação, podendo variar de estado para estado, até mesmo de cidade para cidade. Pode ser caracterizado como:

- investimento fixo – compreende o capital empregado na compra de imóveis, equipamentos, móveis, utensílios, instalações, reformas etc.;
- investimentos pré-operacionais – são todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisas de mercado, registro da empresa, projeto de decoração, honorários profissionais, uniformes, compra inicial e outros;
- capital de giro – é o capital necessário para suportar todos os gastos e despesas iniciais, geradas pela atividade produtiva da empresa. Destina-se a viabilizar as compras iniciais, pagamento de salários nos primeiros meses de funcionamento, impostos, taxas, honorários de contador, despesas de manutenção e outros.

Várias decisões irão impactar no montante do investimento necessário para abertura de uma Pizzaria, dentre elas:

- Localização: o valor para alugar ou comprar um imóvel irá variar de acordo com a região escolhida para abertura do negócio.
- Tipo de imóvel: optar por alugar ou comprar um imóvel;
- Qualidade do imóvel: condições físicas do imóvel, necessidade de reforma, tamanho da reforma.
- Foco do negócio: o empreendedor pode optar por trabalhar apenas com entrega em domicílio, neste caso precisará de uma estrutura menor.
- Público Alvo: se a pizzeria for voltada para classe A, por exemplo, o investimento em estrutura será maior.

Os resultados das decisões referentes a estes itens surgirão com a elaboração do plano de negócios. Etapa fundamental para quem deseja empreender de forma consciente, “o plano de negócios é a validação da ideia, análise de sua viabilidade como negócio” (DOLABELA, 1999, p.17).

O empreendedor que desejar abrir seu negócio em determinada região deverá levar em conta todos esses aspectos pois o valor do investimento necessário para montar uma pizzeria irá variar de acordo com o valor do ponto comercial, benfeitorias necessárias e equipamentos utilizados. Por esta razão, o ideal é a elaboração de um Plano de Negócio, onde os recursos necessários, em função dos objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado, poderão ser determinados.

Considerando uma Pizzaria instalada numa área de 100m², com espaço para receber clientes com pequena sofisticação é necessário um investimento inicial estimado em aproximadamente em R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais), a ser alocado majoritariamente nos seguintes itens:

- Reforma, adaptação do imóvel e instalações (elétrica, hidráulica, gás e comunicações) – R\$ 20.000,00.
- despesas de registro da empresa, honorários profissionais, taxas etc.- R\$ 3.500,00;
- Móveis, equipamentos e utensílios de cozinha e salão de atendimento – R\$ 50.879,50;
- Sistema de exaustão e ar condicionado – R\$ 10.000,00;
- Estoque inicial de produtos – R\$ 5.000,00;
- Uniformes – R\$ 584,00
- capital de giro para suportar o negócio nos primeiros meses – R\$ 30.000,00

As informações aqui prestadas são referências a partir de um exemplo. Os valores acima irão variar conforme a região geográfica que a Pizzaria irá se instalar, necessidade de reforma do imóvel, tipo de mobiliário e etc.

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa.

Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com

precisão.

De uma forma prática, o capital de giro é o valor necessário em caixa para que a empresa possa arcar com seus compromissos financeiros sem precisar entrar no vermelho, ou seja, é o valor em dinheiro que a empresa necessita para cobrir todos os custos até que entre novamente dinheiro em caixa.

Para se chegar ao valor do capital de giro é necessário ter bem definido despesas futuras como custos fixos, compra de mercadorias, financiamento de vendas (cartão de crédito ou outros), aumento de despesas financeiras, em decorrência das instabilidades do mercado e baixo volume de vendas.

Dado que os números do investimento inicial já consideram a abertura da pizzaria abastecida de gêneros / matéria-prima necessária a produção do cardápio de abertura (Estoque inicial R\$ 5.000,00), estima-se que a necessidade de capital de giro inicial seja baixa, representado cerca de 2x (duas vezes) o valor dos custos fixos.

14. Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas e insumos consumidos no processo de estoque e comercialização.

O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra,

produção e venda de produtos ou serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

Abaixo é apresentada uma estimativa de custos fixos mensais típicos de uma pizzaria:

- Aluguel: R\$3.500,00
- Condomínio: R\$ 300,00
- IPTU: R\$ 150,00
- Água: R\$ 400,00
- Energia Elétrica: R\$ 1.500,00
- Telefone: R\$ 110,00
- Internet: R\$ 70,00
- Honorários Contador: R\$ 724,00 (salário mínimo)
- Salários + Encargos: R\$8.908,30*
- Material de Limpeza: R\$ 500,00
- Material de Escritório: R\$20,00
- Manutenção Equipamentos: R\$50,00
- Software: R\$ 300,00
- Aluguel de máquinas de cartão de crédito: R\$300,00
- Publicidade e Marketing: R\$ 600,00
- Tarifa bancária: R\$ 36,00
- Outras Despesas: R\$ 500,00
- Total: R\$ 17.968,30

Estes custos foram baseados em um restaurante de 100 m², com atendimento de 1400 pessoas/mês.

* Foi utilizado como referência: 1 caixa (R\$ 885,50), 1 pizzaiolo (R\$ 1.500,00), 1 ajudante de cozinha (R\$ 900,00), 2 garçons (R\$ 774,68), 1 auxiliar de serviços gerais (R\$ 774,68) e 1 entregador terceirizado(R\$ 1800,00)

15. Diversificação/Agregação de Valor

Identificar um diferencial em relação aos concorrentes e vê-lo reconhecido pelo consumidor significa vantagem em relação à concorrência. Deve ser lembrado que uma pizzaria é uma opção de alimentação fora do lar relacionada à descontração e fuga da rotina, cujo produto pode ser encontrado em vários lugares.

Ciente disto, o empreendedor necessita estabelecer sua estratégia, podendo ser de custo ou de diferenciação.

Na estratégia de custos, onde o empreendedor pratica um preço bem mais baixo que concorrentes, a pizzaria necessita ter grande escala de vendas para ter lucro, afinal, não possui a mesma margem de lucro que outras mais caras.

Ao optar por esta estratégia, o cuidado em comprar itens com melhor preço, ter índice reduzido de desperdício e custos administrativos baixos devem ser redobrados, pois irão impactar diretamente no resultado financeiro final.

Na estratégia de custos, geralmente as pizzas são menos sofisticadas, o serviço é básico e tem como público alvo consumidores que querem pagar menos, mas por um cardápio minimamente variado e equilibrado, sem abrir mão de um ambiente limpo.

Na estratégia de diferenciação, deve ser pensado em oferecer algum valor agregado ao seu cliente.

São exemplos de diferenciação, a localização da loja, que pode ser extremamente conveniente para os consumidores mais próximos, a área do salão, a variedade e o sortimento do cardápio, a existência de pratos ou serviços exclusivos. Oferecer ambientes bem decorados ou até mesmo um playground para crianças podem ser um fator de diferenciação.

A diferenciação com base na variedade e no sortimento dos sabores, denominada diversificação, se dá pela oferta dos mais variados itens que possibilitam um atendimento às expectativas e necessidades do cliente. A diversificação é fator importante nesse negócio.

A oferta de serviços é muito importante na definição dos itens a serem agregados. Algumas sugestões que podem ser agregados à pizzaria:

- Disponibilizar internet sem fio para os clientes;
- Receber pedidos via internet ou telefone;
- Oferecer espaço para realização de eventos particulares, como por exemplo,

aniversários, confraternizações e festas em geral;

- Criação de pizzas originais do restaurante;
- Criar um ambiente com características próprias que o diferencia dos demais concorrentes;
- Cultivar o relacionamento com o cliente;
- Ter opção de pizzas para pessoas com intolerância ao glúten ou lactose;
- Ter opção de pizzas para veganos ou com preferência a alimentação natural;
- Oferecer espaço de descanso com poltrona ou rede;
- Oferecer água e cafezinho;
- Oferecer cartão fidelidade.

O conjunto formado por esses serviços compõe a proposta de atendimento da loja e deve ser encarado como um compromisso do empreendedor junto aos seus clientes. É importante pesquisar junto aos concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas com o objetivo de proporcionar ao cliente um produto/serviço diferenciado como, por exemplo, pizza quadrada, pizza à palito, luvas descartáveis no lugar de talheres entre outras infinitudes de especificidades que podem lhe render uma 'marca'. Além disso, conversar com os clientes atuais para identificar suas expectativas é muito importante para o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, aumentando assim as possibilidades de fidelização dos atuais clientes, além de despertar o interesse de novos.

O empreendedor deve manter-se atualizado com as novas tendências, novas técnicas, novos métodos, por meio da leitura de colunas de jornais e revistas especializadas, programas de televisão ou pela Internet.

Neste tópico foram apresentadas apenas algumas opções de diversificação/ agregação de valor para Pizzarias. Vale ressaltar que sempre é possível propor melhorias e novidades.

16. Divulgação

Os meios para divulgação de pizzeria variam de acordo com o porte e o público-alvo escolhido.

As ações devem ser feitas sob a ótica do cliente, muitas vezes contrária à do que o

empreendedor entende ser adequada.

Uma pequena pizzaria não deve se dar ao luxo de elaborar grandes campanhas de marketing, utilizando televisão ou mídias que necessitem de grande investimento. Para um empreendimento de pequeno porte, pode ser usada a distribuição de folhetos e folders nos arredores da pizzaria, divulgando os serviços e produtos que são ofertados.

Outras formas de propaganda são os anúncios em jornais de bairro, revistas locais, taxidoor e busdoor (buscando veículos que fazem rota nas imediações), banners e artes visuais para fixar a marca e chamar atenção do cliente, redes sociais, e-mail marketing para clientes que autorizam e carros da família logomarcados.

A divulgação por meio de sites de compra coletiva e redes sociais deve ser considerada, pois o acesso de pessoas a estes veículos cresce permanentemente e em larga escala.

- O estabelecimento de convênios com empresas da região (com descontos para seus empregados) pode gerar uma demanda cativa para a pizzaria.

- Outra opção é o chamado marketing recíproco, quando se utiliza outros estabelecimentos como livrarias, teatros, lojas de vendas de dvd, de vinhos, etc. para troca de benefícios.

- A criação de um programa de fidelidade é outra opção interessante de divulgação (exemplo: um sistema de bonificação onde as pizzas compradas geram pontos a serem acumulados, assim, caso o cliente junte 10 pontos, recebe um bônus ou algo grátis).

De qualquer modo, o bom atendimento aliado à qualidade dos serviços e à boa localização é uma receita de sucesso para qualquer Pizzaria. Clientes satisfeitos tendem a comentar com outras pessoas e não existe melhor propaganda que a tradicional “boca-a-boca”, barata e eficiente.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de PIZZARIA, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 5611-2/01, como comércio varejista de produtos de restaurante e similares, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial

Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>):

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 4% a 11,61%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de MEI (Microempreendedor Individual) . Para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/resolucao/2011/CGSN/Resol94.htm>). Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores

I) Sem empregado

- 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária do empreendedor;
- R\$ 1,00 mensais de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias;

II) Com um empregado: (o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um salário mínimo ou piso da categoria)

O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:

- Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;
- Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

Havendo receita excedente ao limite permitido superior a 20% o MEI terá seu empreendimento incluído no sistema SIMPLES NACIONAL.

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.

18. Eventos

As representações locais da ABRASEL e os Sindicatos estão sempre realizando e divulgando eventos com informações de grande importância para o setor.

A seguir relacionamos alguns eventos tradicionais na área de restaurantes:

Congresso Nacional da ABRASEL

Evento Anual

Local: Em estados diferentes a cada ano

Fispal Food Service - Feira Internacional de Produtos e Serviços para Alimentação Fora do Lar

Evento Anual

Local: São Paulo (Expo Center Norte)

Restaubar Show

Evento Anual

Local: São Paulo -Transamérica Expo Center

<http://www.restaubar.com.br/>

CIHAT - Congresso Internacional de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo

Realização: Associação Brasileira de Gastronomia, Hospedagem e Turismo – ABRESI

Evento anual

Local: São Paulo

Mais informações: <http://www.fistur.com.br/cihat.htm>

FESTIVAL BRASIL SABOR

Realização: Abrasel em parceria com o Ministério do Turismo e SEBRAE.

Evento: Anual

Local: Acontece simultaneamente em várias cidades do Brasil

Mais informações: www.brasilsabor.com.br

Fispal Food Service - Feira Internacional de Produtos e Serviços para Alimentação
Fora do Lar

Evento anual

Local: São Paulo

Mais informações:

http://www.fispal.com.br/main.asp?cod_nucleo=3&cod_evento=6&cod_idioma=1

EQUIPAR - Feira de Equipamentos, Produtos e Serviços para Alimentação Fora do Lar

Realização: Abrasel Juiz de Fora

Evento anual

Local: Juiz de Fora

Mais informações:

Tel: (32) 3218-4080

FISPAL BAHIA – Feira Internacional de Produtos, Embalagens, Equipamentos,
Acessórios e Serviços para Alimentação.

Conhecida até o ano de 2008 como FISPAL Nordeste e realizada durante 6 anos em
Pernambuco, a feira a partir de sua edição de 2009 se realizará em Salvador como
FISPAL Bahia.

Evento: anual

Local: Salvador

Mais informações:

http://www.fispal.com/main.asp?cod_nucleo=3&cod_evento=21&cod_idioma=1

RESTAUBAR SHOW - Feira de Equipamentos, Produtos e Serviços para Hotéis, Flats, motéis, Restaurantes, Fast-Foods, Lanchonetes, Hospitais e Similares

Evento anual

Local: São Paulo

Mais informações:

<http://www.restaubar.com.br/index.php?pgID=perfil-evento>

SABORES - Feira da Gastronomia, Hotelaria e Turismo

Realização: SINDBARES, ABRASEL/ES

Evento: Anual

Local: Vitória - ES

Mais informações:

<http://www.vitoriasabor.com.br/site/6/pt/home>

FISTUR - Feira Internacional de Produtos e Serviços Para Gastronomia, Hotelaria e Turismo

Realização: Associação Brasileira de Gastronomia, Hospedagem e Turismo – ABRESI

Evento anual

Local: São Paulo

Mais informações: <http://www.fistur.com.br>

Seminário para Empresários

Destinado aos responsáveis técnicos ou empresários de cozinhas industriais, restaurantes e bares e panificadoras.

Informações: SEBRAE ou SENAI mais próximo

Curso para Responsável Técnico I

Destinado a Responsáveis Técnicos ou Proprietários de cozinhas, bares, restaurantes, panificadores e outros estabelecimentos de serviços de alimentação.

Objetivos: Capacitar técnicos das empresas produtoras de alimentos para implantação das Boas Práticas e do sistema APPCC nos seus estabelecimentos.

Informações: SEBRAE ou SENAI mais próximo

Curso para Responsável Técnico II

Destinado a Profissionais de nível superior que atuem na área de alimentos.
(Preferencialmente para técnicos de Cozinhas Industriais).

Objetivos: Capacitar técnicos das empresas produtoras de alimentos para implantação das Boas Práticas e do sistema APPCC nos seus estabelecimentos.

Informações: SEBRAE ou SENAI mais próximo

Gerenciamento de Bares e Restaurantes

Instituição: Universidade Anhembi Morumbi

Rua Casa do Ator, 275 – Vila Olímpia

Cep: 04546-001

São Paulo - SP

Tel: (11) 3847-3241/3050/3079

19. Entidades em Geral

Relação de entidades para eventuais consultas:

Associação Brasileira de Supermercados – Abras

www.abrasnet.com.br

Procurar na localidade:

Sindicato do Comercio Varejista

Sebrae

ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

R. Itápolis, 1468 – Pacaembu

São Paulo SP – CEP 01245 000

Telefone: (11) 3663 6391 / 3663 1872

(11) 7838 4068 (Marcos)

Associação Brasileira de Gastronomia, Hospedagem e Turismo – ABRESI

Largo do Arouche, 290 - 9º andar

V. Buarque - 01219-010

São Paulo - SP - Brasil

Fone: (11) 3327 2086

Fax: (11) 3224 0228

www.abresi.com.br

Conselho Regional de Nutrição - CRN 3ª Região

Av Brigadeiro Faria de Lima, 1461 3º andar Torre Sul

Jardim Paulistano

São Paulo – SP

Telefone: (11) 3474 6190/ 6194

PROCON -Coordenadoria de Proteção e Defesa do Consumidor

SCS Ed Venâncio 2000 Bloco B – 60 Sala 240

Brasília – DF

Telefone: (61) 151

SINDBARES - Sindicato de Bares e Restaurantes e Rua Frederico Lagassa, 30
salas201 a 206 Ed Scheila

Gurigica. Vitória - ES`

Telefone: (27)3038 1271

Sociedade Brasileira de Gastronomia e Nutrição – SBGAN

Avenida Água Fria, 640, Cj. 03

Cep: 02332-000 - São Paulo - SP - Brasil

Tel. / fax : 55 11 6978.8731

e-mail: sbgan@sbgan.org.br

20. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1. Normas específicas para uma Pizzaria

ABNT NBR 15023:2004 - Turismo - Pizzaiolo - Competência de pessoal.

Esta Norma estabelece os resultados esperados e as competências mínimas para pizzaiolo.

ABNT NBR 15635:2008 - Serviços de alimentação - Requisitos de boas práticas higiênico-sanitárias e controles operacionais essenciais.

Esta Norma especifica os requisitos de boas práticas e dos controles operacionais essenciais a serem seguidos por estabelecimentos que desejam comprovar e documentar que produzem alimentos em condições higiênico sanitárias adequadas para o consumo.

ABNT NBR ISO 22000:2006 Versão Corrigida:2006 - Sistemas de gestão da segurança de alimentos - Requisitos para qualquer organização na cadeia produtiva de alimentos

Esta Norma especifica requisitos para o sistema de gestão da segurança de alimentos, onde uma organização na cadeia produtiva de alimentos precisa demonstrar sua habilidade em controlar os perigos, a fim de garantir que o alimento está seguro no momento do consumo humano.

2. Normas aplicáveis na execução de uma Pizzaria

ABNT NBR 14518:2000 - Sistemas de ventilação para cozinhas profissionais.

Esta Norma estabelece os princípios gerais para projeto, instalação, operação e manutenção de sistemas de ventilação para cozinhas profissionais, com ênfase na segurança contra incêndio e no controle ambiental.

ABNT NBR 14171:1998 - Forno industrial a gás - Requisitos de segurança.

Esta Norma estabelece requisitos para a operação, com segurança, de fornos empregados na indústria alimentícia, que utilizam gás como combustível. p>

ABNT NBR ISO 23953-2:2009 - Expositores refrigerados - Parte 2: Classificação, requisitos e condições de ensaio.

Esta parte da ABNT NBR ISO 23953 estipula os requisitos para a construção, as características e o desempenho de expositores frigoríficos utilizados na venda e exposição de produtos alimentícios. Estipula ainda as condições de ensaio e os métodos para verificar o cumprimento dos requisitos, assim como a classificação dos expositores, a etiquetagem e a lista das características a serem informadas pelo fabricante. Não é aplicável a máquinas frigoríficas de auto-serviço (refrigerated vending machines) ou destinadas ao uso em serviços de bufê ou em aplicações outras que no comércio varejista. Não trata tampouco da decisão quanto à escolha do tipo de produtos alimentícios a serem mantidos nos expositores.

ABNT NBR 15526:2012 - Redes de distribuição interna para gases combustíveis em instalações residenciais e comerciais - Projeto e execução.

Esta Norma estabelece os requisitos mínimos exigíveis para o projeto e a execução de

redes de distribuição interna para gases combustíveis em instalações residenciais e comerciais que não excedam a pressão de operação de 150 kPa (1,53 kgf/cm²) e que possam ser abastecidas tanto por canalização de rua (conforme ABNT NBR 12712 e ABNT NBR 14461) como por uma central de gás (conforme ABNT NBR 13523 ou outra norma aplicável), sendo o gás conduzido até os pontos de utilização através de um sistema de tubulações.

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR 5626:1998 - Instalação predial de água fria.

Esta Norma estabelece exigências e recomendações relativas ao projeto, execução e manutenção da instalação predial de água fria. As exigências e recomendações aqui estabelecidas emanam fundamentalmente do respeito aos princípios de bom desempenho da instalação e da garantia de potabilidade da água no caso de instalação de água potável.

ABNT NBR 5410:2004 Versão Corrigida: 2008 - Instalações elétricas de baixa tensão.

Esta Norma estabelece as condições a que devem satisfazer as instalações elétricas de baixa tensão, a fim de garantir a segurança de pessoas e animais, o funcionamento adequado da instalação e a conservação dos bens.

ABNT NBR ISO/CIE 8995-1:2013 - Iluminação de ambientes de trabalho - Parte 1: Interior.

Esta Norma especifica os requisitos de iluminação para locais de trabalho internos e os requisitos para que as pessoas desempenhem tarefas visuais de maneira eficiente, com conforto e segurança durante todo o período de trabalho.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida: 2005 - Acessibilidades a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

21. Glossário

Food Service – inclui fast food, delivery, hotéis, quick service, lanchonetes, bares, restaurantes comerciais, rotisseries, refeições coletivas, supermercados, padarias, pizzarias, sorveterias, vending, cafeterias, clínicas e hospitais, catering aéreo, merenda escolar, postos de saúde, lojas de conveniência.

Cadeia de produção - é um sistema composto pelo conjunto das funções técnicas envolvidas, desde a produção dos produtos até o consumo.

Cadeirante - toda e qualquer pessoa que precise fazer uso, temporário ou não, de uma cadeira de rodas para locomover-se.

Feedback – É uma palavra inglesa, um termo da eletrônica, traduzida, em português, por realimentação ou retroalimentação. Nesse contexto, significa avaliação ou reação, parecer sobre uma pessoa ou grupo de pessoas na realização de um trabalho com o intuito de avaliar o seu desempenho. É uma ação que revela os pontos positivos e negativos do trabalho executado tendo em vista a melhoria do mesmo.

Insumos - Elemento ou conjunto de elementos que entra na produção de bens ou serviços.

Mercado Pulverizado - um mercado onde existem dezenas ou centenas de fornecedores.

Pizzaiolo – profissional especializado em preparação de pizzas.

Rodízio - Tipo de restaurante que serve várias variedades de um prato por um valor único.

Massa boleada – também conhecida como bolinhas ou pãezinhos, é a quantidade de massa já pesada e pronta para ser aberta.

Disco – é a massa já aberta, no tamanho da forma de pizza.

22. Dicas de Negócio

Dicas importantes para quem pensa em montar uma Pizzaria:

- Ao adquirir bebidas, solicitar aos fornecedores freezer em comodato. Isto irá reduzir o custo inicial.
- Durante a reforma, mesmo que não implante imediatamente, deixar pontos de energia, ponto “lógico” e pontos para câmeras de segurança, evitando retrabalho.
- É importante, para se tornar mais competitivo, dimensionar o conjunto de serviços que serão agregados; avaliar o custo-benefício desses serviços é vital para a sobrevivência do negócio, porque pode representar um elevado custo sem geração do

mesmo volume de receitas.

- Investir na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais como é o caso de estacionamento.
- Procurar fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como: remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos produtos/serviços ofertados, contato telefônico lembrando eventos e promoções.
- O acompanhamento do proprietário é fundamental para o sucesso do empreendimento, mas isto não quer dizer que este precisa estar na “frente de trabalho” todo o tempo, pois necessita se dedicar ao planejamento de suas ações futuras e correção de falhas eventuais.
- Dar especial atenção ao atendimento.
- Fornecer transporte para o cliente, para que ele possa consumir bebida alcoólica e/ou não ter que se preocupar com estacionamento.
- Oferecer serviço de manobrista, no caso de público classe A.
- Dar especial atenção aos funcionários; funcionários competentes podem determinar o sucesso de um empreendimento;
- Dar especial atenção aos fornecedores. Se o fornecedor interromper a entrega de produtos ou cair o padrão de qualidade, o restaurante ficará muito prejudicado;
- Estar presente diariamente na Pizzaria.
- Conhecer bem cozinha, salão e recepção.
- Estar atento à legislação trabalhista por causa dos horários de funcionamento, à noite, aos domingos e feriados.
- Relacionar-se bem com a vizinhança.
- Conhecer bem as exigências da Vigilância Sanitária.
- Para o empreendedor que está começando uma dica para diminuir os custos é investir em equipamentos usados.

Dicas dos empresários do setor:

Empresários do setor afirmam que para reduzir custos, é possível contratar o pizzaiolo para ir apenas 2 ou 3 dias na semana. Nestes dias, o profissional deixaria a massa “boleada” ou em “discos”, prontos para rechear e assar pelo ajudante de cozinha. Observa-se grande dificuldade na manutenção de um entregador no quadro de pessoal da empresa, sendo recomendada a terceirização do serviço, que pode ser contratada por um dia completo ou meio período. Apesar de o custo inicial ser maior, o forno elétrico é mais vantajoso, tendo em vista que o consumo mensal do gás é maior que o consumo de energia elétrica.

23. Características

O empreendedor envolvido com atividades relacionadas a qualquer negócio precisa adequar-se a um perfil que o mantenha na vanguarda do setor. É aconselhável uma auto-análise para verificar qual a situação do futuro empreendedor frente a esse

conjunto de características e identificar oportunidades de desenvolvimento. De acordo com McClelland (1972), citado por Schmidt e Dreher (2006) existem características comportamentais que são comuns aos empreendedores. Essas características são denominadas Características Comportamentais Empreendedoras – CCEs das quais destacam-se:

- Busca constantemente oportunidades;
- Procura manter-se informado;
- Toma iniciativas;
- Possui disposição para correr riscos calculados;
- Exige qualidade e eficiência;
- Compromete-se com o que faz;
- É persistente;
- Estabelece metas;
- Planeja e monitora as tarefas;
- Busca feedback;
- É confiante e independente;
- Procura estabelecer redes de contatos e relações comerciais;
- É negociador;

Ainda existem outras características desejáveis ao empresário desse ramo. Algumas atitudes de destaque são:

- Pesquisar e observar permanentemente o mercado em que está instalado, promovendo ajustes e adaptações no negócio.
- Acompanhar o desempenho dos concorrentes.
- Saber administrar todas as áreas internas da empresa.
- Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos.
- Planejar e acompanhar o desempenho da empresa.
- Manter o foco definido para a atividade empresarial.
- Estar sempre disposto a inovar e promover mudanças.
- Ter grande capacidade para perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las.
- Ter habilidade para liderar a equipe de profissionais da loja.

Um empreendedor “saberá aprender o que for necessário para a criação, desenvolvimento e realização de sua visão”. (DOLABELA, 1999 p. 70). Considerando esta afirmativa, percebe-se que, em qualquer área que se deseje atuar, é preciso estar disposto a aprender. Para ter sucesso em uma Pizzaria é necessário que o empreendedor se concentre no desenvolvimento das características empreendedoras citadas.

24. Bibliografia

PETER J Paul: JR, Gilbert A. Churchill. Marketing: Criando valor para os clients. 2. ed. São Paulo: Saraiva , 2000.

Calendário de exposição e feiras 2009. Brasília. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC e Ministério das Relações Exteriores – MRE, 2009.

DOLABELLA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo. Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELLA, Fernando. O segredo de Luisa. São Paulo. Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FIGUEIREDO, Alison Alves. Como montar um restaurante. Belo Horizonte: Ed. do autor, 2010.

MARICATO, Percival. Como montar e administrar bares e restaurantes. São Paulo. Editora Senac São Paulo, 2007.

Metodologia para Elaboração de Perfil de Negócio do Sistema SEBRAE. Brasília. SEBRAE, Abril 2009.

PAVANI, Claudia; DEUTSCHER, José Arnaldo; LÓPEZ, Santiago Maya. Plano de

Negócios: Planejando o sucesso de seu empreendimento. Rio de Janeiro: Minion, 2000.

Referências Eletrônicas:

LIMA, Dario. Importância da análise dos 4ps de marketing para restaurantes diferenciados: um estudo de caso. Disponível em <http://www.dariolima.com.br/pdf/artigos/13.pdf>. Acesso em maio/2014

A história da pizza. Disponível em: http://www.aprendebrasil.com.br/falecom/nutricionista_bd.asp?codtexto=543 .Acesso em: maio / 2014

BASTOS, Rosa. A difícil arte de abrir um bar ou restaurante e mantê-lo aberto. Disponível em: http://www.sebrae-sc.com.br/novos_destaques/Oportunidade/mostrar_m_ateria.asp?cd_noticia=10986. Acesso em maio/2014.

Portal da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. Disponível em: <http://www.abrasel.com.br/>. Acesso em: Maio / 2014

Outras informações em:

Anuário Brasileiro da Alimentação fora do lar. AC & CETEC Comunicação e Edição Ltda, 2013. Disponível em http://issuu.com/aforadolar/docs/anu__rio_da_alimenta____o_fora_do_l , acesso em

Como montar uma pizzaria, 2014. Disponível em
<http://empreendedoronline.net.br/como-montar-uma-pizzaria/> acesso em maio/2014.

Fórum de pizzas. <http://www.forumdepizzas.net/> acesso em maio/2014.

25. Fonte

Não há informações disponíveis para este campo.

26. Planejamento Financeiro

Não há informações disponíveis para este campo.

27. Soluções Sebrae

Não há informações disponíveis para este campo.

28. Sites Úteis

Não há informações disponíveis para este campo.

29. URL

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-uma-pizzaria>