



CENTRO PAULA SOUZA



ETEC "PROFª. ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ"

Técnico em Logística

IVAM DOS REIS PORTO

JAIME ROCHA VIANA

JOSE ALFREDO VIEIRA JUNIOR

RAFAEL FERNANDO DUARTE

VALBER PIRES

**ESTRUTURAÇÃO DA PIZZARIA STAR PIZZA, PARA
CRESCIMENTO NO MERCADO**

Araraquara

2015

IVAM DOS REIS PORTO
JAIME ROCHA VIANA
JOSE ALFREDO VIEIRA JUNIOR
RAFAEL FERNANDO DUARTE
VALBER PIRES

ESTRUTURAÇÃO DA PIZZARIA STAR PIZZA, PARA CRESCIMENTO NO MERCADO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a ETEC "Prof.^a Anna de Oliveira Ferraz", do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito para a obtenção do título de Técnico em logística sob a orientação dos Professores Ariovaldo Thomazini Junior e Luciana Steinle

ARARAQUARA
2015

Folha de Aprovação

**IVAM DOS REIS PORTO
JAIME ROCHA VIANA
JOSE ALFREDO VIEIRA JUNIOR
RAFAEL FERNANDO DUARTE
VALBER PIRES**

ESTRUTURAÇÃO DA PIZZARIA STAR PIZZA, PARA CRESCIMENTO NO MERCADO

Aprovada em : 18 / 06 / 2015

Conceito: _____

Banca de Validação:

Professor. Ariovaldo Thomazini Junior
ETEC "Profª Anna de Oliveira Ferraz"
Orientador

Professor Luciana Steinle
ETEC "Profª Anna de Oliveira Ferraz"

Professor João Carlos Missorino
ETEC "Profª Anna de Oliveira Ferraz"

ARARAQUARA - SP

2015



CENTRO PAULA SOUZA



ETEC "PROFª. ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ"

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no curso Técnico em Logística, na qualidade de titulares dos direitos morais e patrimoniais de autores do texto apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso com o título “Estruturação da pizzaria STAR PIZZA para crescimento no mercado” apresentado na ETEC “Profª Anna de Oliveira Ferraz”, autorizamos o Centro Paula Souza a reproduzir integral ou parcialmente o trabalho escrito e/ou disponibilizá-lo em ambientes virtuais.

Araraquara, 18 de Junho de 2015.

Nome	RG	Assinatura
Ivam Dos Porto Reis	406952218	
Jaime Rocha Viana	192615117	
José Alfredo Vieira Junior	17164282	
Rafael Fernando Duarte	480256159	
Valber Pires	307387963	



CENTRO PAULA SOUZA



ETEC "PROFª. ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ"

DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no curso Técnico em Logística na ETEC “Profª Anna de Oliveira Ferraz”, declaramos ser os autores do texto apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso com o título “Estruturação da pizzaria STAR PIZZA para crescimento no mercado”. Afirmamos, também, ter seguido as normas da ABNT referente às citações textuais que utilizamos, dessa forma, creditando a autoria a seus verdadeiros autores (Lei n.9.610, 19/02/1998).

Através dessa declaração damos ciência da nossa responsabilidade sobre o texto apresentado e assumimos qualquer encargo por eventuais problemas legais, no tocante aos direitos autorais e originalidade do texto.

Araraquara, 18 de Junho de 2015.

Nome	RG	Assinatura
Ivam Dos Porto Reis	406952218	
Jaime Rocha Viana	192615117	
José Alfredo Vieira Junior	17164282	
Rafael Fernando Duarte	480256159	
Valber Pires	307387963	

Dedicatória

Dedicamos este trabalho primeiramente a Deus, por nos guiar e nos guardar nessa nossa trajetória, aos companheiros de turma e a todos os professores pela dedicação por acreditarem desde o início em seus alunos.

AGRADECIMENTOS

Agrademos primeiramente a Deus por nos iluminar, e abençoar em toda essa caminhada, pelos nossos familiares que foram nossa estrutura nos momentos difíceis e em especial aos nossos educadores que contribuíram e enriqueceram nosso conhecimento em toda nossa vida acadêmica, também gostaríamos de agradecer aos meus colegas de sala, pois essa sala desde o início foi bem mais que alunos, porque fizemos grandes amizades que por aqui se estenderam, como em uma família, sempre a discórdias e atritos, mas a paciência somada com a dedicação e a vontade de ver o próximo vencer faz nos vencedor, e os frutos dessa união iremos colher no futuro nos tornando profissionais de sucesso. A todos o nosso muito obrigado!

“Sem um planejamento estratégico competente, ninguém sobreviverá nestes tempos globalizados.” (Michael Porter)

RESUMO

É cada vez maior o número de empresas que fecham as portas em menos de cinco no Brasil, fato esse que aumenta todo ano a taxa de mortalidade das empresas, alguns empresários que percebem a complexidade no cenário empresarial e as turbulências e incertezas, está buscando ferramentas e técnicas que as auxiliem no processo gerencial. O planejamento estratégico é uma das maiores possibilidades e se mostra indispensável para a manutenção e crescimento das empresas, principalmente em tempos de crise. No decorrer do trabalho apresentaremos uma breve revisão dos conceitos, metodologia e aplicações do planejamento estratégico nas organizações.

O presente trabalho realiza um estudo de caso na Pizzaria Star Pizza, no qual abordará seus métodos e estratégias para atender as exigências de seu público.

Palavras chaves: Taxa de mortalidade. Planejamento Estratégico. Metodologia. Star Pizza.

ABSTRACT

A growing number of companies that close their doors in less than five in Brazil, a fact that increases every year the mortality rate of businesses, some entrepreneurs who realize the complexity in the business environment and the turbulence and uncertainty, is seeking tool and techniques that assist in the management process. Strategic planning is one of the possibilities and is indispensable for the maintenance and growth of businesses, especially in times of crisis. During the work we present a brief review of the concepts, methodology and applications of strategic planning in organizations.

This paper makes a case study in the Pizzeria Star Pizza, which will address their methods and strategies to meet the demands of your audience.

Keywords: Mortality Rate. Strategic Planning. Methodology. Star Pizza.

LISTA DE FIGURA:

FIGURA 1 - Tipos de Planejamento.....	24
FIGURA 2 - Integração dos Tipos de Planejamento.....	25
FIGURA 3 - Fachada Star Pizza.....	28
FIGURA 4 - Análise Swot.....	31
FIGURA 5 - Organograma Pizzaria Star Pizza.....	32
FIGURA 6 - Software de gestão consumer.....	36
FIGURA 7 - Software de gestão Grandchef.....	37

LISTA DE TABELA:

TABELA 1 – Princípios de eficiência, eficácia e efetividade

TABELA 2 - Cronograma Tcc

LISTA SIGLA E ABREVIATURAS:

PE – Planejamento Estratégico

SWOT – Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades), Threats (Ameaças)

UEN – Unidade Estratégica de Negócio

LISTA DE GRÁFICOS:

GRÁFICO 1- Consumo pizza

GRÁFICO 2- Preferência

GRÁFICO 3- Local de consumo pizza

GRÁFICO 4- Fatores importante de escolha

Sumário

RESUMO.....	9
ABSTRACT.....	10
LISTA DE FIGURA.....	11
LISTA DE TABELA.....	12
LISTA SIGLA E ABREVIATURA.....	13
LISTA DE GRÁFICO.....	14
SUMÁRIO.....	15
1.INTRODUÇÃO.....	16
2.JUSTIFICATIVA.....	17
3.OBJETIVO.....	18
3.1OBJETIVO ESPECÍFICO.....	18
4.METODOLOGIA.....	19
5.O QUE É PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.....	20
5.1PRINCÍPIOS DE PLANEJAMENTO.....	21
5.2PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING.....	22
6.NÍVEIS DE PLANEJAMENTO.....	23
6.1TIPOS DE PLANEJAMENTO.....	24
6.1TIPOS DE PLANEJAMENTO.....	25
6.2COMO DEFINIR O NEGÓCIO.....	26
7.REFERÊNCIA TEÓRICO.....	27
8.STAR PIZZA.....	28
9.HISTÓRIA DA EMPRESA.....	29
10.MISSÃO.....	30
11.ANALISE DE SWOT.....	31
12.ORGANOGRAMA.....	32
13.SUGESTÕES DO GRUPO.....	33
14.PLANEJAMENTO DE PANFLETAGEM.....	34
15.MARKETING PIZZARIA.....	35
16IMPLEMENTAÇÃO DO SOFTWARE DE GESTÃO.....	36
16IMPLEMENTAÇÃO DO SOFTWARE DE GESTÃO.....	37
17.CRONOGRAMA.....	38
18.REFERÊNCIAS.....	39
19.ANEXOS DA PÁGINA 14.....	40
19.ANEXOS DA PÁGINA 14.....	41

1. INTRODUÇÃO

O Planejamento estratégico (PE) vem evoluindo ao longo do tempo, tanto em sua forma como em sua concepção, essa evolução se deu em especial na medida em que a sociedade avançava da era industrial para a era da informação e, dessa, para a era do conhecimento, fazendo que as empresas adotem diferenciais positivos perante clientes, fornecedores e sociedade, demonstrando a valorização pelo atendimento com qualidade e principalmente agilidade, pois atualmente vence o mais rápido e não o mais forte.

Administrar estrategicamente é um processo contínuo e interativo que visa manter a organização como um conjunto apropriadamente integrado a seu ambiente.

No ambiente atual de concorrência, não é mais suficiente gerenciar a empresa como um objeto específico; é preciso gerenciar o negócio da empresa, envolvendo fatores, influências, recursos e variáveis externas e internas, buscando competitividade.

Com o Planejamento Estratégico (PE), não se pretende adivinhar o futuro. O intuito é definir estratégias que possibilite melhorar os seus resultados, traçar objetivos futuros viáveis e propor ações para alcançá-los.

2. JUSTIFICATIVA

A escolha da empresa estudada foi decorrente de um dos membros terem uma grande proximidade com o proprietário, conseqüentemente teremos maior facilidade de obter informações para aplicar os conceitos adquiridos em sala, outra finalidade foi á facilidade da localização do estabelecimento pelos membros do grupo.

3. OBJETIVO GERAL

O presente trabalho tem como objetivo estruturar a pizzaria Star Pizza, para o crescimento no mercado, pois atualmente a empresa diminuiu seu poder de crescimento e muitas vezes aumentando seus custos por falta de controle e estratégia, contudo levantaremos dados para se elaborar um bom planejamento e criaremos algumas estratégias, de modo que a empresa consiga atender todos seus futuros clientes com qualidade e agilidade.

3.1 OBJETIVO ESPECÍFICO

O atual trabalho tem por finalidade, aplicar todos os conhecimentos adquiridos em sala de aula, ou seja, sair da teoria para a prática. Buscaremos alternativas para melhorar o custo, processo produtivo, qualidade no produto e no atendimento ao cliente, por meio de pesquisas e teorias encontradas em livros, na internet e também conversando com profissionais atuantes na área. Buscaremos sempre fazer o melhor possível para atingir nossos objetivos de uma maneira simples, correta e eficiente em todos os aspectos assim atingindo as expectativas dos clientes e formando um melhor ambiente de trabalho.

Para atingir o objetivo geral, temos como propósito os seguintes objetivos específicos:

- Elaborar um plano estratégico;
- Obter melhoria na estratégia de marketing;
- Elaborar a metodologia de controle orçamentário e econômico;
- Aplicar análise se swot;

4. METODOLOGIA

Existem vários métodos e formas para se capturar informação da empresa, porém utilizamos a pesquisa de campo, pois através dela conseguimos compreender todo o processo da empresa, dentro este, seus pontos fortes a serem explorados ainda mais, e seus pontos a desenvolver que será o nosso maior desafio.

5. O QUE É PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO:

Planejamento estratégico é um conceito comum no âmbito da administração, que significa o ato de pensar e fazer planos de uma maneira estratégica.

É uma área do planejamento empresarial, que facilita a gestão de uma empresa. O planejamento estratégico auxilia na definição de objetivos e estratégias para alcançar esses objetivos, sendo por isso, uma parte crucial do empreendedorismo.

Planejar estrategicamente significa usar os recursos disponíveis de forma eficiente, aumentando a produtividade de um indivíduo ou empresa. A gestão do tempo é crucial para qualquer empresa, pois é um dos recursos mais valiosos à nossa disposição. A gestão estratégica dos riscos também é uma área importante para qualquer empresa.

O planejamento financeiro também pode ser incluído em uma forma de planejamento estratégico. É de grande importância para a empresa, sendo que remete para a previsão das receitas e despesas, criando uma estimativa dos meios financeiros que serão necessários para o futuro e manutenção da empresa.

Existe também o planejamento estratégico pessoal, que é o ato de pensar a vida pessoal de forma estratégica, identificando a sua missão e valores, juntamente com as metas e objetivos a nível pessoal que o indivíduo pretende alcançar.

5.1 Princípios De Planejamento

De acordo com Oliveira (2005), o planejamento de uma organização deve respeitar alguns princípios, para que seus resultados operacionais sejam os esperados. Esses princípios podem ser divididos em gerais e específicos.

Os princípios gerais de planejamento estão divididos em quatro tipos:

- Princípio da contribuição aos objetivos: o planejamento deve sempre visar os objetivos máximos da empresa;
- Princípio da precedência do planejamento: corresponde a uma função administrativa que vem antes das demais (organizações, direção e controle). O planejamento assume uma situação de maior importância no processo administrativo;
- Princípio da maior penetração e abrangência: o planejamento pode provocar uma série de modificações nas características e atividades da empresa, devido à necessidade de treinamento, substituição e funções;
- Princípio da maior eficiência, eficácia e efetividade: o planejamento deve procurar maximizar os resultados e minimizar as deficiências, que serão explicadas no quadro abaixo:

EFICIÊNCIA	EFICÁCIA	EFETIVIDADE
Fazer as coisas de maneira adequada.	Fazer as coisas certas.	Manter-se no mercado atual.
Resolver problemas.	Produzir alternativas criativas.	Apresentar resultados positivos ao longo do tempo
Utilizar recursos aplicados, para cumprir seu dever.	Maximizar a utilização de recursos, obterem resultados.	Capacidade da empresa em coordenar esforços e energia, para o alcance de seus objetivos, tendo em vista a permanência da empresa no ambiente.
Reduzir os custos.	Aumentar o lucro.	

Tabela 1. Princípios de eficiência, eficácia e efetividade.

Fonte: cescage.com. br

Os princípios específicos podem ser divididos em quatro tipos:

- Planejamento participativo: o principal benefício do planejamento não é seu resultado final e sim o processo desenvolvido. Dessa forma, o papel do responsável pelo planejamento não deve ser apenas de elaborar, mas também de facilitar o processo de sua elaboração;
- Planejamento coordenado: todos os aspectos envolvidos devem ser projetados de forma que atuem interdependentes;
- Planejamento integrado: várias empresas que atuem num mercado devem ter seus planejamentos integrados;
- Planejamento permanente: conforme as turbulências enfrentadas no ambiente empresarial, nenhum plano se mantém seu valor com o tempo.

Sendo assim, destaca-se a importância dos executivos estarem atentos aos princípios gerais e específicos do planejamento, pois são estes fatores base para o processo decisório junto ao planejamento da empresa.

5.2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO NO MARKETING

No âmbito do marketing, o planejamento estratégico ajuda na elaboração de estratégias e resolução de alguns problemas da empresa. Muitas vezes uma empresa não consegue criar e satisfazer necessidades no mercado, porque não planeja estrategicamente. Alguns problemas que podem surgir em empresas sem um planejamento estratégico adequado são: falta de posicionamento, políticas de preços inadequadas, falhas de comunicação, canais de distribuição pouco eficientes, etc.

6. NÍVEIS DE PLANEJAMENTO

Existem três níveis de planejamento: estratégico, tático e operacional. Em uma empresa de sucesso estes três níveis funcionam em conjunto e ocorrem na seguinte ordem: estratégia, tática e operação.

O planejamento estratégico tem um longo alcance e é executado pelos responsáveis máximos da empresa, que determinam os objetivos dentro de um prazo temporal (curto, médio ou longo prazo).

A formulação de estratégia pode ser desdobrada em três níveis (Kotler, 2000): corporativo, empresarial ou da unidade estratégica de negócio (UEN) e funcional.

No primeiro nível, o corporativo, onde ocorre a definição, avaliação e seleção das áreas de negócio que cada setor da empresa irá se focar. Neste nível é fundamental conhecer as atividades e estratégias de cada área, para assim melhor alocar os recursos entre as áreas de negócios da organização, para ocorrer uma melhor busca de crescimento e sobrevivência da empresa.

No segundo nível, o planejamento estratégico empresarial ou da unidade estratégica de negócio,

No terceiro nível, o funcional não só consolida as definições criadas pela estratégia corporativa, mas também os recursos competitivos que irão se transformar em competências.

Ela se aplica em todos os negócios da empresa e cada unidade da empresa, marketing, produção, finanças, engenharia, recursos humanos, pesquisa e desenvolvimento, logística, vendas e serviços etc.

O planejamento tático tem um escopo médio na empresa e consiste no pensamento de como os meios ou recursos disponíveis podem ser utilizados para alcançar um resultado favorável. Normalmente este planejamento é uma tarefa de gestão, muitas vezes executada por administradores.

O planejamento operacional de alcance curto está diretamente ligado com a área técnica de execução de um determinado plano de ação.

É possível identificar as seguintes etapas do planejamento estratégico:

- Definição de valores da empresa, como a visão e missão;
- Análise do ambiente externo, as oportunidades e ameaças para a empresa;

- Análise do ambiente interno, mais concretamente as forças e fraquezas da empresa;
- Análise do contexto atual da empresa através da análise Swot - Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças);
- Definição de objetivos e metas, ou seja, o que a empresa pretende alcançar. Onde e quando pretende chegar. É importante saber identificar o público-alvo de cada ação e cada objetivo.
- Formulação e Implementação da estratégia, onde se escolhe o plano para alcançar as metas e objetivos definidos previamente. Na formulação das estratégias, é importante verificar os recursos disponíveis para a implementação da estratégia, e definir quais recursos se aplicam mais adequadamente à estratégia escolhida.
- Obtenção do feedback e controle, onde os responsáveis verificam os resultados do planejamento estratégico.

6.1 Tipos de planejamento

Segundo Oliveira (2005), o planejamento pode ser classificado em três tipos hierárquicos: planejamento estratégico, planejamento tático e o planejamento operacional, conforme mostra a Figura 1.



Figura 1: Tipos de planejamento

Fonte: Site Campeche

O planejamento estratégico pode ser entendido com o processo administrativo que serve de apoio para estabelecer a melhor direção a ser seguida

pela empresa, visando seu grau de interação com o ambiente interno e o externo, atuando de forma inovadora e diferenciada.

Geralmente, o planejamento estratégico é de responsabilidade dos níveis mais altos na organização e está encarregado de gerenciar tanto a formulação dos objetivos quanto os cursos de ação a serem seguidos para execução, considerando as condições externas e as internas da empresa, mantendo a visão desta como um todo, respeitando os processos estratégicos definidos pelos executivos.

O planejamento tático tem por objetivo aperfeiçoar determinada área de resultado, trabalhando com a decomposição dos objetivos, estratégias e políticas estabelecidas pelo planejamento estratégico. A finalidade principal é utilizar de modo eficiente os recursos disponíveis na realização dos objetivos previamente fixados por uma estratégia predeterminada, no processo decisório da empresa (OLIVEIRA, 2005).

O planejamento operacional é uma função gerencial que especifica quais recursos devem estar disponíveis para cada chefe das unidades organizacionais. Sendo assim, esse planejamento enfatiza a eficiência, uma vez que está preocupado com a otimização e a maximização dos resultados. O planejamento operacional pode ser considerado como a formalização, principalmente através de documentos escritos, das metodologias de desenvolvimento e implantação.

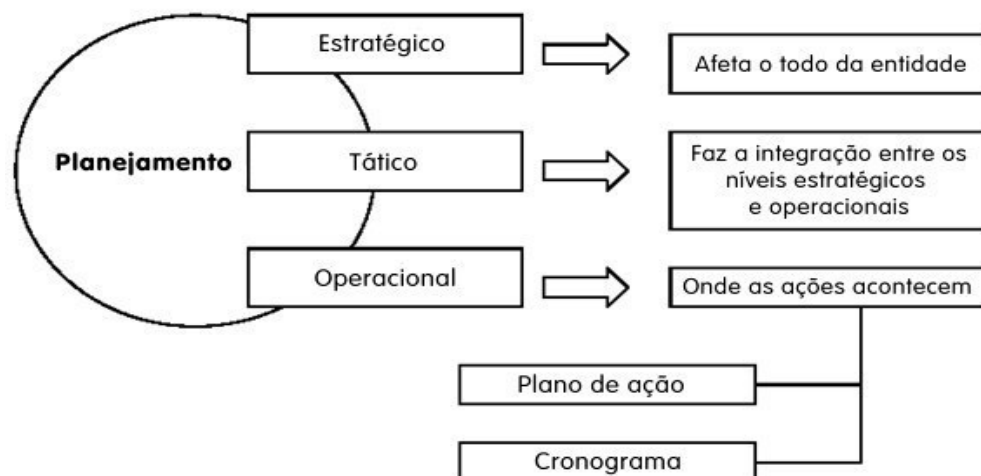


Figura 2: Integração dos tipos de planejamento

Fonte: Adaptado de (ALMEIDA, 2003, p. 39).

6.2 Como Definir Negócio

Primeiramente você deve definir qual é o tipo do seu negócio, qual é a necessidade básica que você atende, quais são as forças ocultas que atuam em seu negócio, e qual é a função que sua empresa desempenha. Você deve ser planejador para todo tipo de imprevisto, estar sempre preparado para lidar com situações indesejadas e enfrentá-la da forma mais eficaz.

Para DRUCKER (1996, p.9):

"uma teoria de negócio tem três partes: primeiro existem hipóteses a respeito do ambiente da organização: da sociedade e sua estrutura, o mercado, e o cliente e a tecnologia. Segundo, há hipóteses a respeito da missão específica da organização. Terceiro, existem hipóteses a respeito das competências essenciais necessárias à realização da missão da organização".

O sucesso do seu negócio depende do seu relacionamento com os fornecedores, clientes e distribuidores, é preciso também manter custos baixos e altos lucros.

Os elementos básicos que se levam ao sucesso são:

- ❖ Tecnologia;
- ❖ Fabricação;
- ❖ Recursos humanos;
- ❖ Organização;
- ❖ Serviços;
- ❖ Localização;
- ❖ Marketing;
- ❖ Distribuição;
- ❖ Regulamentação.

7. REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com TERENCE (2002, p. 13) “a palavra estratégia provem da palavra grega stratego, que significa a arte da liderança. Era utilizada para designar a função do chefe de um exército. Por muitos anos os militares a utilizaram para referir-se ao caminho que era dado à guerra com vistas à vitória militar. Foi a partir de então que a elaboração dos planos de guerra passou a ser denominada estratégia”.

8. ESTUDO DE CASO: STAR PIZZA



Figura 3: Fachada Star Pizza

Fonte: Foto tirada pelo grupo

9. HISTÓRIA DA EMPRESA

A pizzaria star pizza é uma empresa familiar, foi fundada pelo primo do atual dono Daniel Firmiano, na cidade de Araraquara no ano de 2009, seu empreendedorismo estava em declínio, foi a partir desse fato que o proprietário decidiu vender sua pizzaria para seu parente, Daniel assumiu o negócio em 2010, este tinha acabado de sair do seu emprego, era padeiro e já tinha a vontade de ser empresário, porém não tinha muitos conhecimento com pizzaria, contudo, seu decisão foi comprar a pizzaria completa, ou seja, máquinas, marca, slogan, e contratar um pizzaolo experiente para treiná-lo, ficou alguns meses em aprendizado e depois seguiu por conta própria, sua administração vem crescendo diariamente, fato que torná-lo um empresário promissor.

10. MISSÃO, VISÃO E VALORES

➤ Missão: Levar uma alimentação rápida, com comodidade na casa de seus clientes e preços acessíveis.

➤ Visão: Fortalecer a marca e expandir na cidade.

➤ Valores: Bom atendimento, respeito.

11. ANÁLISE DE SWOT

- ✓ Pontos fracos: divulgação
- ✓ Pontos fortes: preço, facilidade de pagamento
- ✓ Ameaças: novos concorrentes com preços mais acessíveis
- ✓ Oportunidades: transformação de pizzaria para lanchonete.

Análise de swot



Figura 4: Análise de Swot

Fonte: <http://leituraecontexto.blogspot.com.br/2012/10/voce-ja-fez-sua-analise-swot.html>

12. ORGANOGRAMA

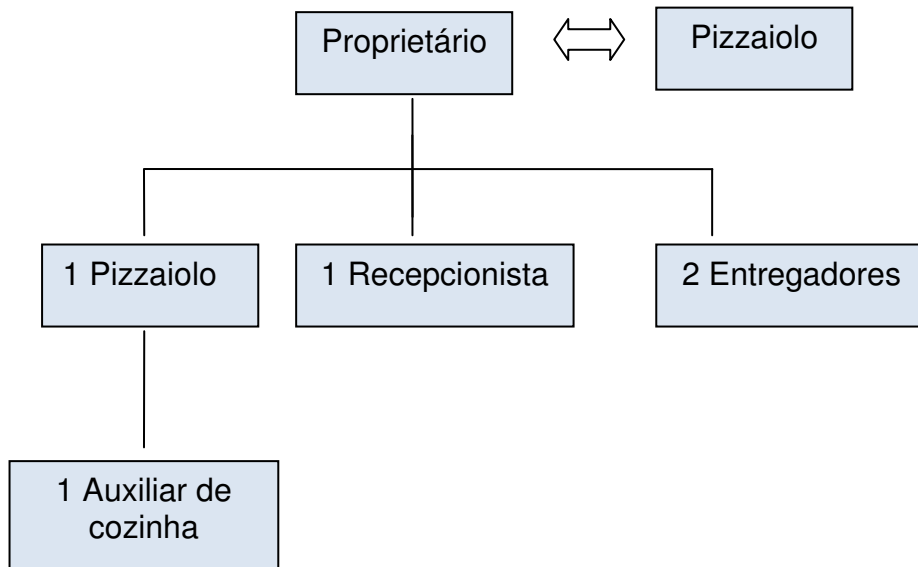


Figura 5: Organograma Pizzaria Star Pizza

Fonte: Criação do grupo

13. SUGESTÕES DO GRUPO

Com base no estudo desenvolvido, o grupo analisou algumas opções para o melhor gerenciamento e crescimento no mercado da pizzaria Star Pizza.

14. PLANEJAMENTO DE PLANFETAGEM

✓ Toda Segunda - Feira verificar os eventos no site Agito Araraquara

✓ Planejar pontos estratégicos para panfletagens nos eventos de cada dia

✓ Verificar panfletos em quantidades

✓ Verificar equipe de panfletagens

✓ Controle de equipes

✓ Verificação estrutural de equipamentos e veículos para a equipe de panfletagem.

15. MARKETING DA PIZZARIA

Analisando a embalagens do produto, verificamos que podemos explorar melhor os espaços e atrair fluxo de caixa para a empresa, sugerimos que o proprietário busque 2 parcerias para inserir seus logos na caixa, em contra partida, os mesmos seriam responsável por 30% do custo da embalagem.

16. IMPLEMENTAÇÃO DO SOFTWARE DE GESTÃO

Através da sugestão de exploração do marketing, verificamos que é possível investir na gestão da pizzaria, com a implementação do software de gestão, otimizando tempo e custo, melhorando o controle de estoque, fluxo de caixa e dando como foco principal o cliente, com isso, facilita a sua visão de negócio e garante a competitividade e sobrevivência no mercado. Segue abaixo dois orçamentos de diferentes software de gestão de pizzaria:



Figura 6: Software de gestão Consumer

Fonte: <http://www.programaconsumer.com.br/comprar>

PLANO PREMIUM – VERSÃO PARA UM COMPUTADPR

O sistema Consumer permite você controlar facilmente os pedidos para entrega de seu estabelecimento, ideal para pizzarias.

O Software Consumer para Delivery e Entregas, permite você visualizar os pedidos realizados integrados ao Google Maps, além disso, você tem a permissão de controlar os status dos pedidos com grande facilidade, alterando diretamente na grid, com as opções: Iniciado, Aguardando, Saiu p/ Entrega, Finalizado /Entregue.

No plano PREMIUM, licença para um computador, cadastro de pedidos, produtos e usuários ilimitados, além disso, adquira recursos adicionais se precisar.

- Atualizações Grátis
- Versão para um computador
- Suporte por Telefone, Chat On-line e Email
- Requisito: Sistema Operacional Windows 7 ou Superior

.Orçamento:

3 Meses de uso: R\$ 150,00.

6 Meses de uso: R\$210,00.

1 Anos de uso: R\$285,00.

3 Anos de uso: R\$530,00.

Forma de pagamento, avista ou em até 3x nos cartões de créditos.



Figura 7: Software de gestão GrandChef

Fonte: <http://www.mzsw.com.br/produtos/grandchef>.

GrandChef

Gerenciamento de Churrascarias, Bares e Retaurantes

Orçamento:

Plano Mensal:

Adesão: R\$100,00.

Manutenção: 50,00.

Total: R\$150,00.

Plano Anual:

Adesão: R\$100,00

Manutenção: R\$530,00

Total: R\$630,00

Requisitos

Mínimo

- Processador: 1 GHz
- Memória: 1 GB
- Disco rígido: 6 GB
- Sistema Operacional: Windows XP Professional
- Mini impressora: Elgin VOX

Recomendado

- Processador: 1.6 GHz Dual Core
 - Memória: 2 GB
 - Disco rígido: 80 GB
 - Sistema Operacional: Windows 7 Professional
 - Mini impressora: Epson TM-T20
 - Internet: 1 MB
-

17. CRONOGRAMA

Tabela 1: Cronograma do TCC

Planejamento TCC	Atividades	JUL/14	AGO/14	SET/14	OUT/14	NOV/14
	Identificação e definição de temas	X				
	Referencial teórico		X			
	Introdução	X				
	Justificativa			x		
	Objetivo	X				
	Metodologia			X		
	Cronograma				x	
	Organograma			X		
	Resumo	X				X
	Missão/Visão/Valores			X		
	Análise de Swot		X			
	Referências		X			
	Revisão/correção/formatação				x	
	Apresentação do tcc					X
	Apresentação do projeto					X
Desenvolvimento TCC	Atividades	FEV/15	MAR/15	ABR/15	MAI/15	JUN/15
	História da pizza	X				
	Questionário	X				
	Entrevista moto boy		x			
	Marketing da pizzeria		x			
	Estratégia de panfletagem		x			
	Estratégia de Entrega				x	
	Estratégia de atendimento		x			
	Entrega para correção				x	
	Entrega final				x	
	Apresentação do tcc					X

Tabela 2: Cronograma do TCC

Fonte: Criação do grupo

18. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<http://www.ebah.com.br/content/ABAAAA0PoAL/introducao-ao-planejamento-estrategico>.

Acesso em: 11 Abr. 2014

www.significados.com.br.

Acesso em: 19 Abr. 2014

<http://leituraecontexto.blogspot.com.br/2012/10/voce-ja-fez-sua-analise-swot.html>

Acesso em: 20 Abr. 2014

<http://www.programaconsumer.com.br/comprar>.

Acesso em: 18/05/2015 às 00:09 horas

<http://www.mzsw.com.br/produtos/grandchef>.

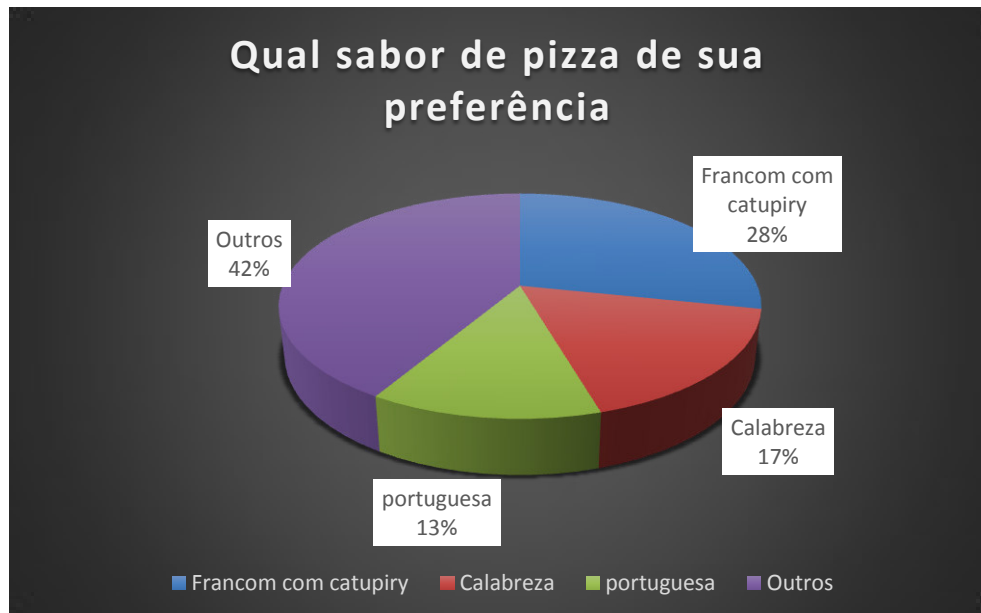
Acesso em: 17/05/2015 às 23:20hs

[www.cescage.com. Br](http://www.cescage.com.br)

Acesso em: 30/05/2015

Adaptado de (ALMEIDA, 2003, p. 39).

Acesso em: 30/05/15

19. ANEXOS PÁGINA 14**Gráfico 1: Consumo pizza****Gráfico 2: Preferência de sabor**

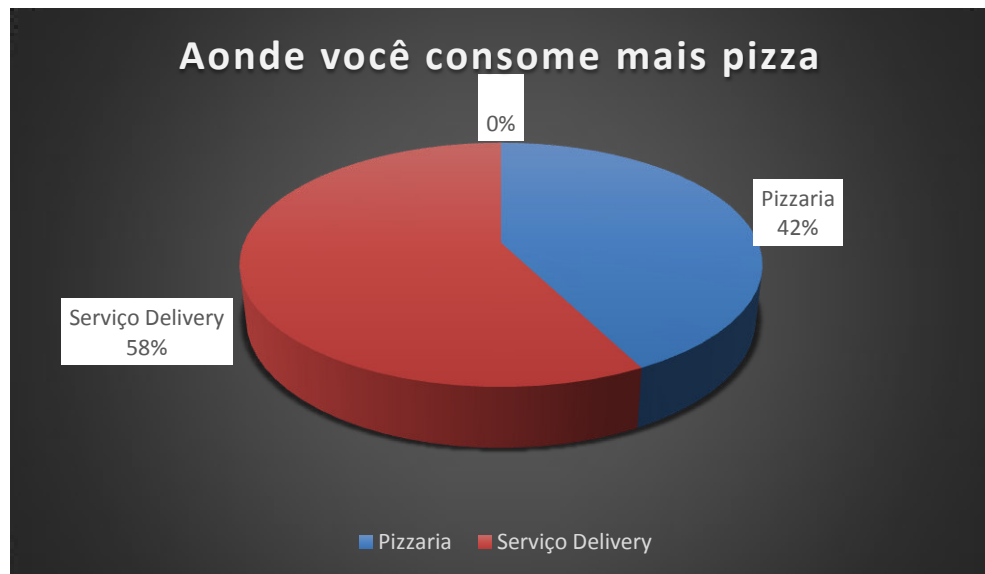


Gráfico 3: Local de consumo pizza

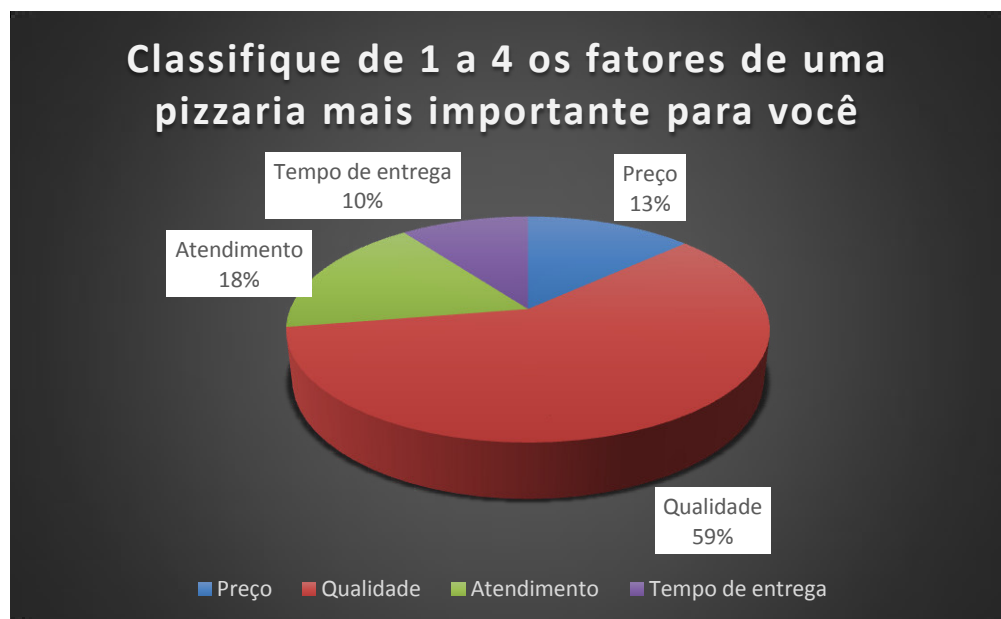


Gráfico 4: Fatores importante de escolha