



**Centro Estadual de Educação
Tecnológica Paula Souza**

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

“ESTAÇÃO DOS CONES”

Pizza em Cone

**AMANDA ASSIS
ROSELAINÉ SILVA
THAYNA CASSIN
DANIELA OLIVEIRA**

**São Caetano do Sul / SP
2017**

“ESTAÇÃO DOS CONES”

A sua melhor parada

AMANDA ASSIS

ROSELAINÉ SILVA

THAYNA CASSIN

DANIELA OLIVEIRA

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso Técnico em
2017 da Etec Jorge Street, orientado
pelo Prof. Renato, como requisito
parcial para obtenção do título de
técnico em 2017

DEDICATÓRIA

Dedicamos esse trabalho primeiramente a Deus por nos dar sabedoria nos momentos mais difíceis, à nossa família, por toda a força que nos proporcionaram para seguirmos em frente, aos professores por ter a paciência e acreditar em nós, aos amigos e colegas de classe por incentivar a não desistir.

AGRADECIMENTOS

Um objetivo em comum entre quatro pessoas, que perseveraram mesmo que ainda parecesse complicado demais, os obstáculos foram à motivação para seguir em frente e concluir o trabalho em grupo. E para isso agradecemos a Deus, aos nossos familiares, aos nossos professores e aos nossos colegas de classe. Podemos dizer obrigada a todos pelo esforço, carinho, compressão e paciência que nos dedicaram nesse tempo.

“O tempo é muito lento para os que esperam muito rápido para os que têm medo, muito longo para os que lamentam muito curto para os que festejam. Mas, para os que amam, o tempo é eternidade.”

William Shakespeare

RESUMO

Esse trabalho acadêmico foi desenvolvido visando atender o ramo alimentício e direcionado ao público que aprecia saborear uma boa alimentação, mas que não dispõe de tempo para isto. O dia a dia das pessoas é extremamente corrido e não lhes permite sentar e alimentar-se calmamente sem que isto gere atrasos em seus compromissos. Visando suprir esta necessidade, a Estação dos Cones oferta a este público a pizza em cone, com um tempo de preparo reduzido, porém, mantendo o sabor e a qualidade desejada, buscando com isto atender os anseios do consumidor, tornando-se assim referência na atividade proposta.

Palavras-Chave: Alimento, Qualidade, Praticidade, Agilidade.

ABSTRACT

This academic work was developed aiming at serving the food industry and is directed to the public who enjoys having a good diet but doesn't have the time for it. People's day-to-day lives are extremely busy and don't allow them to sit and eat quietly without delaying their appointments. In order to meet this need, the Cones Station offers this public the cone pizza, with a reduced preparation time, maintaining a good taste and quality, in order to meet the consumer's wishes, thus becoming a reference in the activity proposal.

Keywords: Food, Quality, Practicality, Agility.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	ÉTICA	12
2.1	Missão	12
2.2	Visão.....	12
2.3	Valores.....	12
3	SURGINDO A IDEIA.....	13
3.1	Proposta de valor.....	13
3.1.1	Pesquisas de Mercado	13
3.2	Divulgação	14
3.3	Justificativa	14
3.4	Objetivos Gerais	14
3.5	Objetivos Específicos.....	15
4	METODOLOGIA	16
4.1	Localização.....	16
4.1.1	Custos iniciais para abertura da empresa.....	18
5	EXIGÊNCIAS LEGAIS E ESPECÍFICAS	20
5.1	Vigilância Sanitária – Normas e Determinações.....	22
5.1.1	<i>Nota:</i>	24
5.2	Procedimentos Administrativos.....	24
5.2.1	<i>Nota:</i>	25
5.3	Registro de Alimentos.....	25
5.4	Legislações.....	26
5.4.1	<i>Nota:</i>	26
5.5	Legislação de Alimentos	26
6	GESTÃO DE PESSOAS.....	28
6.1	Organograma da empresa.....	28
6.2	Funcionários	28
6.2.1	Remuneração dos funcionários	29
6.3	RH.....	29
6.3.1	Treinamento.....	29
7	ETAPAS DE MOTIVAÇÃO	31
8	LOGOTIPO DA EMPRESA:.....	32

9.0- COMPRAS, ESTOQUE E DISTRIBUIÇÃO.....	33
9.2- Estoque inicial.....	36
9.3- O Produto	36
9.3.1- Massas compradas com fornecedor (já pré-assadas):.....	36
9.4- Pesquisa de Avaliação de Sabores	37
9.5- A Montagem	38
9.6- O Recheio.....	38
10. O SISTEMA PDCA	39
10.1- Plan.....	39
10.2- Do	39
10.3- Check.....	40
10.4- Act.....	40
11. ANÁLISE ESTRATÉGICA	42
11.1- Atendimento ao cliente	42
12. PLANOS DE MARKETING	44
12.1-1. Planejamento.....	44
12.1-2. Implantação	45
12.1-3. Avaliação e Controle	45
12.2- Os 4'Ps Do Marketing.....	45
12.3- Análises de SWOT	46
12.4- Implantação do 5S.....	47
13. PLANEJAMENTO FINANCEIRO.....	49
13.1- Custo da pizza em cone por unidade	50
13.2- Previsão de Vendas.....	511
13.3- Faturamento	51
13.4- Custos.....	533
13.5- Despesas.....	53
13.6- Lucro líquido	54
14. EXIGÊNCIAS DO METRÔ DE SÃO PAULO	56
14.1- Utilização da Área.....	57
15. CONCLUSÃO	588
16. BIBLIOGRAFIA.....	59
17. APÊNDICE	633
18. ANEXOS.....	644

1 INTRODUÇÃO

A história da pizza se iniciou há pelo menos seis mil anos atrás, entre os egípcios e os hebreus. Inicialmente era a farinha mesclada com água, que na época era chamada de 'pão de Abrahão', parecido com o pão sírio; era também conhecido como '*piscea*', termo que futuramente derivaria para pizza. Estudiosos afirmam que ela era consumida pelos gregos, os quais produziam suas massas com farinha de trigo, arroz ou grão de bico, assando-as depois em tijolos quentes. Três séculos antes do nascimento de Cristo, os fenícios tinham o hábito de cobrir seus pães com carne e cebola; os turcos muçulmanos mantinham a mesma tradição ao longo da Era Medieval; assim esse costume desembarcou na Itália através do porto de Nápoles. Antes de se tornar famosa, a pizza era um prato elaborado para matar a fome dos pobres que habitavam o Sul da Itália. Geralmente está massa vinha acompanhada de toucinho, peixes fritos e queijo. Sua disseminação aconteceu em 1889, com *Dom Raffaele Espósito*, um padeiro napolitano que servia o *Rei Umberto I* e a *Rainha Margherita* e, para agradar e inovar o cardápio resolveu adicionar à massa, mussarela, tomate e manjeriço, ingredientes que reproduziam as cores da bandeira italiana. E, em homenagem à rainha, ele batizou sua receita com o nome de pizza *Margherita*. Na sequência, padeiros mais criativos começaram a inovar e colocaram na pizza outros ingredientes, como o alho e peixes da região. A fama de Nápoles correu o mundo e, assim, surgiu a primeira pizzaria: a *Port'Alba*. Ela era um grande ponto de encontro de artistas da época. A pizza desembarcou no Brasil através dos imigrantes italianos na cidade de São Paulo, no bairro do Brás que as primeiras pizzas começaram a ser comercializadas. Até 1950 este prato se restringia aos italianos, mas a partir deste momento ela se disseminou por todo o país, tornando-se logo um elemento cultural brasileiro. O dia da pizza começou a ser comemorado em 10 de julho de 1985. E foi através do cone da cultura japonesa, que é o peixe cru enrolado com alga seca, que surgiu a ideia do cone de pizza, pois não eram todas as pessoas que gostavam de comer peixe cru. Essa ideia surgiu cerca de 30 anos atrás nos Estados Unidos. Porém o responsável pela invenção morreu e ninguém deu continuidade. Anos depois, a ideia surgiu novamente na Itália, de onde um empresário tirou a inspiração para trazer o negócio ao Brasil. Ele abriu o primeiro restaurante,

para vender o cone de pizza, no Estado de Fortaleza em dezembro de 2005. E assim o cone de pizza se expandiu pelo Brasil.

2 ÉTICA

2.1 Missão

Oferecer alimentos saborosos com qualidade e serviço diferenciado, tornando-se referência aos clientes pelo excelente atendimento e garantindo 100% de sua satisfação.

2.2 Visão

Obter liderança de mercado no segmento de pizza em cone e como referência em qualidade e credibilidade.

2.3 Valores

Trabalho em equipe;
Comprometimento;
Satisfação dos clientes e colaboradores;
Controle de qualidade e higiene;
Sinceridade, transparência e ética.

3 SURGINDO A IDEIA

“Estação dos Cones” nasceu de uma necessidade de renovar o produto pizza tradicional.

No primeiro momento seria um produto que atendesse somente o público fitness, porém, com o decorrer das pesquisas, decidiu-se então que será atendido todo o público inclusive aqueles que seguem uma dieta mais saudável optando também pela massa integral.

Sendo assim, será servida a pizza em cone onde os amantes do produto terão prazer em saborear e estar satisfeitos com produtos de qualidade, modo prático em servir e ótimo atendimento.

3.1 Proposta de valor

A pizza em cone será montada na hora, em porções individuais, de acordo com os recheios ofertados no cardápio. O cliente terá a liberdade de escolher até três opções de recheios que agradem o seu paladar para montagem da sua pizza, podendo ainda, caso queira, acrescentar outros recheios passando assim para o padrão especial, neste caso haverá um acréscimo de valor para cada recheio acrescentado. Sendo assim o cliente não fica preso aos sabores preestabelecidos, condição esta que lhe proporciona uma sensação de satisfação pela liberdade de escolha. Desta forma com preços acessíveis e de forma rápida e prática, onde basta escolher o tipo da massa já pré-assada (integral ou normal), selecionar os recheios a gosto, o cliente poderá, em alguns minutos saborear a sua pizza em cone.

3.1.1 Pesquisas de Mercado

Esse tipo de produto já é encontrado no Brasil inclusive em São Paulo onde são comercializados em Buffet para eventos em geral, quiosques em feiras livres, algumas lojas em pontos estratégicos, e vendidos congelados já prontos em cardápio padrão, sem opções de livre escolha dos recheios pelo cliente.

Podemos observar alguns concorrentes conforme o anexo 1, mas nenhum destes apresentados oferece a criação de sabores na montagem da pizza em cone como na empresa Estação dos Cones.

3.2 Divulgação

A estratégia para divulgação da empresa e seu produto será feita através de algumas ações de marketing. Uma destas ações será a adoção de campanhas nas rádios, revistas e jornais buscando assim um rápido e amplo alcance em vários grupos sociais, outra forma ocorrerá através da distribuição de panfletos e a inserção da empresa nas redes sociais, meio que hoje não pode ser deixado de lado, além disto, a Estação dos Cones irá contar com a divulgação dos próprios clientes, o famoso “boca a boca” o que denota uma grande confiança por parte do cliente trazendo confiança e credibilidade para a empresa e seu produto.

3.3 Justificativa

É fato que o mercado consumidor busca cada vez mais por uma alimentação saborosa, pratica e rápida. No caso da pizza em cone verificou-se, através de pesquisas, que existe uma grande possibilidade de crescimento da venda deste produto por ter um alto índice de aceitação em virtude do alto consumo do seu similar, pizza tradicional, e no caso da Estação dos Cones da forma renovada com liberdade de escolha na montagem pelo paladar do cliente.

3.4 Objetivos Gerais

O objetivo será alcançado por meio da comercialização da “pizza em cone”, renovando o produto, em busca de extensão da marca, obtendo uma rentabilidade financeira gratificante.

3.5 Objetivos Específicos

O objetivo específico, será a procura da melhor diretriz para tomadas de decisões a fim de alcançar o padrão do negócio:

Satisfação de nossos clientes e colaboradores;

Divulgação Criativa;

Organização e Produtividade;

Colaboradores Treinados e Motivados;

Metas estabelecidas e Atingidas em Vendas;

4 METODOLOGIA

A metodologia utilizada para o desenvolvimento do trabalho foi através de pesquisas campo e internet, a fim de dar maior embasamento às informações obtidas com o estudo proposto, sendo fundamentais para as tomadas de decisões, em busca de informações necessárias quanto ao empreendedorismo, aprimoramento, inovações do produto e da própria empresa.

4.1 Localização

A matriz Estação dos Cones será localizada em uma das estações do metrô de São Paulo.

O Terminal Intermodal Palmeiras-Barra Funda, também conhecido como Terminal Barra Funda, ou apenas Estação Barra Funda, é o segundo terminal de transportes mais importante de São Paulo. Foi escolhido pelo grande fluxo de pessoas que transitam pelo local e por características importantes:

Palmeiras - Barra Funda



Plataforma que, até 2011, atendia a Linha 7-Rubi da CPTM na estação Barra Funda (foto: Alexandre Giesbrecht).

Uso atual

[Estação de metropolitano](#)

[Estação ferroviária](#)

[Terminal rodoviário](#)

Terminal urbano

Administração

[Metrô de São Paulo](#)

[CPTM](#)

	SPTrans Socicam
Linha	 Vermelha  Rubi  Diamante
Código	BFU
Posição	Superfície
Serviços	   
Informações históricas	
Nome antigo	Barra Funda
Inauguração	17 de dezembro de 1988 (28 anos)
Localização	
Localização	Rua Dr. Bento Teobaldo Ferraz, 119, Barra Funda
Próxima estação	
<i>Palmeiras-Barra Funda</i>	<i>Corinthians-Itaquera</i>
-	Palmeiras-Barra Funda  Marechal Deodoro
<i>F.Morato/Jundiaí</i>	<i>Luz</i>
Água Branca	Palmeiras-Barra Funda  Luz
<i>Itapevi/Amador Bueno</i>	<i>Júlio Prestes</i>
Lapa	Palmeiras-Barra Funda  Júlio Prestes

Capacidade: 60.000 passageiros/hora/pico;

Elevador;

Acesso adaptado para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida;

Integração com a CPTM, Terminal de Ônibus Urbano, Terminal Rodoviário e estacionamento.

Fácil acesso a pontos importantes frequentados em suas proximidades:

Rede Record de Televisão;
Universidade Nove de Julho – Uni nove;
Estádio Municipal Paulo Machado – Pacaembu;
Memorial da América Latina.

Com base em pesquisas de localização e arredores não há presença de concorrentes diretos no produto sendo uma ótima oportunidade de expansão do mesmo. No futuro, com sucesso e liderança na comercialização da pizza em cone, a Estação dos Cones será implantada em outras estações após realizar novas pesquisas para viabilidade do negócio.

4.1.1 Custos iniciais para abertura da empresa

Registro da marca

Para a primeira etapa deste processo é preciso fazer o pedido do registro da marca, onde o investimento em média é de R\$ 1.171,00, o valor pode variar de R\$ 611,00 a R\$ 2.031,00. Já para a segunda etapa, o valor médio é R\$ 1.045,00 (com taxas de R\$ 298,00 se for ME, EPP ou MEI é de R\$ 355,00 para demais tipos de empresas). Para finalizar o registro se gasta com o INPI em (taxas e tarifas), com valor de R\$ 142,00 para ME, EPP ou MEI como no caso da Estação dos Cones. Para as demais empresas o valor é R\$ 355,00. O valor total para o registro da marca em média é de R\$2.358,00.

Para a outra etapa, os custos para participar da licitação, que é do tipo maior oferta, o valor final é fechado com o lance vencedor, por tanto não há como determinar um valor máximo, o valor mínimo para o lance é de R\$9.997,00 mais o valor mínimo do lote, acrescido de R\$100,00 por lances.

Valor inicial mínimo mensal previsto para os lotes 7, 8, 9, no qual não há restrição para alimentação:

Lote 7 –R\$ 8.809,29

Lote 8 - R\$ 11.448,68

Lote 9 - R\$ 16.735,59

Para ter um lote no Metrô de São Paulo deverá ser comprovado o patrimônio líquido no valor mínimo de 10.000,00 para o lote 7, de 13.000,00 para o lote 8, e 19.000,00.

Somando o valor da marca da empresa R\$2.358,00, mais R\$9.997,00 do lance mínimo, mais R\$100,00 reais por lance, suponha-se 50 lances, terá R\$5.000,00, mais o valor do lote no valor máximo de R\$ 16.735,59 e o patrimônio líquido de 19.000,00, conclui-se que o valor mínimo total para abertura da empresa é de R\$ 53.090,59.

5 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 registro nos seguintes órgãos:

Junta Comercial;

Secretaria da Receita Federal (CNPJ);

Secretaria Estadual da Fazenda;

Prefeitura Municipal, para obter o alvará de funcionamento;

Enquadramento na Entidade Sindical Patronal

Caixa Econômica Federal, para cadastramento no sistema “Conectividade Social-INSS/FGTS”;

Corpo de Bombeiros Militar.

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

Obtenção do alvará de licença sanitária - adequar às 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;

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

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.

A ANVISA não emite Autorização de Funcionamento (AFE) na área de alimentos. Para regularização de estabelecimentos de alimentos, é necessária a obtenção de licença ou alvará sanitário junto ao órgão local de Vigilância.

5.1 Vigilância Sanitária – Normas e Determinações

A Vigilância Sanitária de Alimentos compreende uma série de ações necessárias para garantir a inocuidade dos alimentos expostos ao consumo. O enfoque essencial é a prevenção dos riscos à saúde da população, decorrentes das Doenças Transmitidas Alimentos, inibirem fraudes e auxiliar na redução das perdas de alimentos por alterações. Hoje, além de focar os riscos e trabalhar para minimizá-los, a vigilância sanitária busca ampliar o impacto de suas ações, preocupando-se em levar benefícios à saúde do consumidor, auxiliando-o na escolha de alimentos, promovendo espaços para ações educativas e estimulando hábitos mais saudáveis. Como exemplo, temos a recente obrigatoriedade da informação nutricional nos rótulos de alimentos embalados na ausência do consumidor e o empenho das vigilâncias na divulgação de normas e técnicas de higiene junto a consumidores, donas de casa e manipuladores de alimentos, empresas e instituições públicas. Para que um serviço de vigilância sanitária possa realizar seus objetivos, é preciso nortear seus trabalhos considerando:

Conhecimento do universo a ser controlado ou monitorado, ou seja, quais e quantos são, onde se localizam e que atividades realizam os estabelecimentos da área de alimentos. Açougues, bares, lanchonetes, padarias, restaurantes, cozinhas industriais, lojas de conveniência, postos de estradas com serviço de alimentação, produtores de hortaliças, indústrias e distribuidoras de alimentos, unidades de alimentação e nutrição de hospitais, lactários, supermercados, serviços de alimentação destinados a escolas e creches, ambulantes, feiras livres, mercados, mercearias, rotisserias, Buffet, alimentação fornecida em eventos e festas típicas, produtos artesanais, possíveis pontos de distribuição e compra de leite, carnes e derivados de origem duvidosa ou clandestina, comércio varejista de hortaliças, legumes e verduras, entre outros.

Determinar prioridades de fiscalização e controle, com base no risco associado aos produtos levados ao consumo. O risco associado depende de vários fatores como: características do alimento comercializado (por exemplo: os perecíveis são considerados de alto risco, porque são substratos bastante favoráveis a veiculação de microrganismos e/ou suas toxinas), o volume de alimentos comercializados (por

exemplo: uma cozinha industrial produz normalmente um número considerável de refeições, portanto o olhar da Visa deve estar atento para este tipo de serviço).

Realizar planejamento prévio das atividades de vigilância e estimar as necessidades com relação à pessoal técnico e administrativo, verificando:

- a) Equipamentos e materiais de apoio necessários ao trabalho de Visa em alimentos: disponibilidade de veículo, uniformes dos funcionários da Visa (muito importante que os fiscais estejam com uniformes adequados), luvas, termômetros, medidor de pH, caixas isotérmicas, gelo reutilizável, sacos plásticos de primeiro uso, lacres, etiquetas para colheita de amostras, álcool 70% e outros afins.
- b) Instrumentos de Apoio: entendidos como impressos padronizados que apoiam atos e procedimentos da vigilância, como: auto de infração, termo “de” (interdição, apreensão, inutilização e outros), auto de imposição de penalidade “de” (interdição, apreensão, inutilização, multa e outros) notificações para recolhimentos de multas.
- c) Existência de publicação oficial da equipe técnica, para posterior emissão de credencial de fiscalização, constando identificação com foto.

Realização de Inspeções: A inspeção Sanitária é um dos principais eixos da vigilância sanitária; a equipe deve estar apta para efetuar o levantamento das condições que envolvem a produção, comercialização e distribuição dos alimentos, tendo clareza dos perigos associados em cada etapa da cadeia alimentar. Assim é muito interessante que a equipe busque embasamento teórico sobre os riscos associados a determinados processos e tecnologias, antes de realizar uma inspeção.

O momento da inspeção deve ser também visto como uma oportunidade para a disseminação de informações técnicas, sendo necessário apontar as inconformidades, para que o estabelecimento busque as soluções para adequação. É fundamental avaliar os aspectos estruturais, como condições das edificações, fluxo de processo, disponibilidade de equipamentos e distribuição dos mesmos, suprimento de água, disposição dos resíduos sólidos e líquidos, entre tantos outros, mas é também imprescindível avaliar os procedimentos adotados, baseados nas boas práticas de fabricação e na análise dos riscos por pontos críticos de controle.

A vigilância sanitária deve ter condições para garantir a rastreabilidade dos alimentos produzidos localmente e para agir prontamente quando da ocorrência de

surtos de doenças associados ou atribuídos a alimentos. É papel da VISA, em conjunto com a vigilância epidemiológica, rastrear, investigar alimentos, e avaliar as causas das doenças. Sob este aspecto é importante lembrar que as ações de vigilância sanitária devem ser norteadas pelos dados epidemiológicos consolidados pelos dos serviços de vigilância epidemiológica, ou seja, não se deve dissociar o trabalho das vigilâncias, pois o impacto das ações pode ser nulo ou não significativo.

5.1.1 Nota:

Um estabelecimento pode apresentar prédio e construção civil adequado, entretanto, isto não garante a segurança dos alimentos ali processados, sendo importante focar a inspeção e treinar os técnicos para observar, além das questões macroscópicas, os perigos que podem levar a contaminação. Métodos adequados de limpeza e desinfecção das superfícies que entrem em contato com alimentos, técnicas satisfatórias de manipulação, higiene pessoal e saúde dos manipuladores, controle das pragas e infestações, controle das matérias primas utilizadas; todos estes aspectos devem estar implantados e devidamente registrados, enfim, identificar se o estabelecimento exerce controle de qualidade sobre os produtos fabricados e/ou comercializados.

5.2 Procedimentos Administrativos

Licença de Funcionamento: todo estabelecimento somente estará apto a funcionar após a emissão da licença de funcionamento. Entre os documentos necessários para solicitação da licença, obrigatoriamente deverá constar um Manual de Boas Práticas de Fabricação, que contenha os controles que serão exercidos pelos estabelecimentos para garantir a inocuidade dos alimentos.

5.2.1 Nota:

É importante ressaltar que a licença poderá a qualquer momento ser cassada, caso as condições de funcionamento coloque em risco a segurança do produto.

5.3 Registro de Alimentos

Os produtos alimentícios de competência do Ministério da Saúde/ ANVISA são divididos em dois grupos, a saber: alimentos com registro obrigatório prévio à comercialização e alimentos dispensados da obrigatoriedade de registro, conforme os anexos da RCD 27/2010 da ANVISA. Produtos dispensados da obrigatoriedade de registro devem formalizar o documento Comunicado de Início de Fabricação junto à ANVISA.

Análise de Controle: um procedimento que complementa o registro/comunicado de início de fabricação de produtos, e objetiva verificar se o mesmo atende aos padrões de identidade e qualidade da legislação em vigor. Esta análise é feita exclusivamente pelo IAL/SP (Instituto Adolfo Lutz de São Paulo). Encontrando inconformidades no produto, uma ação imediata da VISA deve ser desencadeada junto ao fabricante. Ocorrendo persistência das inconformidades, o processo de registro/comunicado é indeferido.

Comunicado de Início de Fabricação de Produtos: A legislação exige que as empresas comuniquem oficialmente, através de formulários próprios, a data de início de fabricação, discriminado e identificando os produtos que serão expostos ao consumo, bem como prováveis pontos de venda, auxiliando a rastreabilidade dos produtos. Neste caso, o fabricante, possui trinta dias de prazo, contados a partir da comunicação do início de fabricação dos produtos, para solicitação de análise de controle.

O GVS XXIV ainda está recebendo e protocolando os Comunicados de Início de Fabricação de produtos, mas já está estabelecido que esse procedimento deve ser feito junto à ANVISA pelo sistema “online”, que ainda não está ativo, mas já estruturado.

5.4 Legislações

Todo ato de vigilância sanitária deve se respaldar na legislação, que é ampla e muito dinâmica, uma vez que tenta acompanhar os avanços tecnológicos e as mudanças no perfil epidemiológico da população.

5.4.1 Nota:

É importante que as orientações aos estabelecimentos sejam feitas verbalmente, no ato da inspeção, mas é fundamental que também fiquem registradas na forma de relatórios conclusivos.

5.5 Legislação de Alimentos

1. Código Sanitário do Estado de São Paulo/ Lei n 10083 de 23/09/1998 e Decreto n 12342 de 27/09/1978, normas técnicas e legislação estadual e federal básica e complementar.
2. Resolução - RDC n 216, de 15 de setembro de 2004 ANVISA; dispõe sobre regulamento técnico de boas práticas para serviços de alimentação.
3. Resolução RDC 275, de 21 de outubro de 2002, ANVISA; dispõe sobre o regulamento técnico de procedimentos operacionais padronizados aplicados aos estabelecimentos produtores/industrializadores de alimentos e a lista de verificação das boas práticas de fabricação em estabelecimentos produtores/industrializadores de alimentos.
4. Alimentos que contenham corante amarelo tartrazina (INS 102): RDC 340 de 13/12/2002. As empresas fabricantes de alimentos que contenham na sua composição o corante tartrazina (INS 102) devem obrigatoriamente declarar na rotulagem, na lista de ingredientes, o nome do corante tartrazina por extenso.
5. RDC 54 de 12/11/2012 dispõe sobre o Regulamento Técnico sobre Informação Nutricional Complementar.
6. Lei nº 10.674, de 16 de maio de 2003. Obriga que os produtos alimentícios comercializados informem sobre a presença de glúten, como medida preventiva e de controle da doença celíaca.

7. RDC 259 de 20/09/2002. Aprova o Regulamento Técnico sobre Rotulagem de Alimentos Embalados
8. Resolução RDC 360, de 23/12/2003 Aprova Regulamento Técnico sobre Rotulagem Nutricional de Alimentos Embalados, tornando obrigatória a rotulagem nutricional.
9. Decreto 4680 de 24/04/ 2003 Alimentos Contendo Organismo Geneticamente Modificado (Transgênicos): regulamenta o direito à informação, assegurado pela Lei no 8.078, de 11 de setembro de 1990, quanto aos alimentos e ingredientes alimentares destinados ao consumo humano ou animal que contenham, ou seja, produzidos a partir de organismos geneticamente modificados, sem prejuízo do cumprimento das demais normas aplicáveis.
10. Portaria 2658 de 22 de dezembro de 2003. Regulamento para o emprego do símbolo transgênico.
11. Portaria CVS 06 de 10/03/1999, aprova o Regulamento Técnico que Estabelece os Parâmetros e Critérios para o Controle Higiênico Sanitário de Alimentos.
12. Portaria CVS/IAL 9 de 11/11/2004, aprova o Manual de Procedimentos Operacionais para Análise Fiscal de Alimentos.

6 GESTÃO DE PESSOAS

6.1 Organograma da empresa

O organograma é um gráfico que representa a estrutura da empresa. Representando de forma hierárquica os setores e cargos que existem na organização, deixando claro para os funcionários onde eles estão dentro da estrutura da empresa e com quais áreas devem se relacionar diretamente.

Segue abaixo o organograma da empresa Estação dos Cones:



Quadro: Organograma

Fonte: Elaboração própria

6.2 Funcionários

A equipe da “Estação dos Cones” é composta por quatro sócias, as quais serão responsáveis pelo funcionamento da empresa.

A composição da equipe é formada por auxiliar de cozinha, atendente e operador de caixa.

As atividades do auxiliar de cozinha estão relacionadas ao preparo do recheio dos cones, dentro de todos os padrões alimentares; a atendente é responsável pela montagem do cone de acordo com sabores solicitados pelo cliente; o operador de

caixa realiza funções de marcação do pedido, e seu devido pagamento; as sócias são responsáveis por tomar as devidas decisões do negócio, assim como pagamento de contas, compras, contato com novos fornecedores, ente outras.

6.2.1 Remuneração dos funcionários

A empresa Estação dos Cones quanto ao pagamento de funcionários, trabalha da seguinte forma: pagamento realizado em duas vezes, sendo 60% do valor no 5º dia útil e os 40% no dia 20 do mesmo mês;

Auxiliar de cozinha: salário de R\$ 1.100,00 (um mil e cem reais)

Atendente de balcão: salário de R\$ 1.100,00 (um mil e cem reais)

Operador de caixa: salário de 1.000,00 (um mil reais)

Todos seus funcionários registrados, com direito a vale transporte, uma (1) folga semanal, através de revezamento, horário de almoço de uma (1) hora.

6.3 RH

A empresa Estação dos Cones trabalha com os seguintes procedimentos:

Recrutamento e Seleção: será realizada a entrevista com o colaborador e a partir de seu perfil será verificada suas motivações e experiências para determinado cargo.

Definição de salários e cargos: é definida através de experiências e por meio da jornada de trabalho.

Benefício: vale transporte

6.3.1 Treinamento

Os treinamentos serão feitos pelos sócios, por meio de técnicas relacionadas à área do serviço. No decorrer do crescimento empresarial, será realizado novo treinamento, tanto para novos procedimentos, como para análise do próprio colaborador. Visando sempre a qualidade de atendimento com clientes.

O treinamento é focado nas seguintes competências:

Agilidade e esclarecimento de dúvidas.

Atender as expectativas dos clientes.

Motivação para crescer junto ao negócio.

7 ETAPAS DE MOTIVAÇÃO

De acordo com a hierarquia das necessidades de Abraham H. Maslow, os seres humanos vivem para satisfazer as suas necessidades, com o objetivo de conquistar a sonhada autor realização plena. A pirâmide de Maslow determina cinco condições necessárias para que cada ser humano atinja a sua satisfação pessoal e profissional da seguinte forma:



Fonte: <http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/psicologia/maslow-as-necessidades-humanas.htm>

Necessidades fisiológicas: está é à base da Pirâmide, onde estão às necessidades básicas de qualquer ser humano, como a fome, a sede, a respiração, a excreção, o abrigo e o sexo, por exemplo.

Necessidades de segurança: é o segundo nível da hierarquia, onde estão os elementos que fazem os indivíduos se sentirem seguros, desde a segurança em casa até meios mais complexos, como a segurança no trabalho, segurança com a saúde (planos de saúde) e etc.

Necessidades sociais: é o terceiro nível da Pirâmide. Neste grupo está às necessidades de se sentir parte de um grupo social, como ter amigos, constituir família, receber carinho de parceiros sexuais e etc.

Necessidades de Status ou Estima: é a quarta etapa da Pirâmide de Maslow, que agrupa duas principais necessidades - a de reconhecer as próprias capacidades e de ser reconhecido por outras pessoas, devido à capacidade de adequação do indivíduo. Ou seja, é a necessidade que uma pessoa tem de se orgulhar de si própria, sentir a admiração e orgulho de outros indivíduos, serem respeitada por si e

pelos outros, entre outras características que envolvam o poder, o reconhecimento e o orgulho, por exemplo.

Necessidades de auto realização: este é o topo da Pirâmide, quando o indivíduo consegue aproveitar todo o potencial de si próprio, com autocontrole de suas ações, independência, a capacidade de fazer aquilo que gosta e que é apto a fazer, com satisfação.

8 LOGOTIPO DA EMPRESA:



Imagem: Logotipo

Fonte: Elaboração própria

O Logo da Empresa Estação dos Cones representa a empresa especializada em pizza em cone. O desenho do trilho representa o caminho até a Estação dos Cones, o produto em formato de cone, as fontes e cores diversas a fim de mostrar a diversidade na escolha. O ano de início do negócio é o de 2017.

9.0- COMPRAS, ESTOQUE E DISTRIBUIÇÃO.

Adotando as atividades de Administração de Materiais (atividades destinadas a suprir as necessidades da empresa e garantir o bom desenvolvimento de todos os setores), a empresa alcança o objetivo de minimizar perdas e maximizar recursos.

A mesma passa a ter grande responsabilidade em intensificar obrigatoriamente o seu inter-relacionamento com as demais áreas internas e com o ambiente externo.

Principais áreas de relacionamento: Engenharia, Vendas, Financeira e Produção.

Para perfeita sincronia entre estas áreas algumas funções são essenciais:

Planejar - ponto de partida / planejamento da aplicação dos materiais;

Desenvolver – desenvolvimento de novos fornecedores conforme ISSO / desenvolvimento de materiais alternativos;

Comprar – comprar materiais para suprir as necessidades dos requisitantes;

Armazenar - guardar / estocar de forma correta os itens comprados;

Movimentar – operações que alteram os materiais e produtos de um ponto ao outro no ambiente interno;

Distribuir – entrega ponto a ponto do material ou produto solicitado / ambientes internos e externos;

Controlar – metodologia que permite que todas as funções anteriores possam ser acompanhadas e a sua eficiência mensurada.

A função de compras será responsável pela obtenção das matérias primas, assegurando que o abastecimento exigido pela produção esteja à disposição nas quantidades certas e nos períodos desejados para que não haja perda de produção, adquirindo as mesmas com o melhor preço possível, na melhor condição de pagamento. Além disso, será preciso seguir algumas regras como, por exemplo, volumes de compras; verificar prazos de validade dos alimentos perecíveis, qualidade na compra de materiais de primeira linha uma vez que adotamos por produtos com marcas de qualidade conhecidas onde agregamos nosso valor ao produto final.

Exemplos:

Requeijão cremoso > CATUPIRY

Azeite de Oliva > ANDORINHA

Farinha de Trigo > DONA BENTA

Todos os ingredientes inclusive os temperos (alho, Cebola, condimentos, etc....) serão devidamente cotados pelo responsável de compras e adquiridos em parceria com atacadistas ou hipermercados conforme o melhor valor analisado.

O mundo dos negócios passou repentinamente por um processo de evolução e contínua vivendo uma transformação, através da cooperação dos diversos complexos produtivos (cadeias produtivas), colocando estrutura à disposição dos mercados de fatores de produção (empresas) e consumidor final (clientes). Essas relações são importantes para o desenvolvimento contínuo de empresa e fornecedor.

Exemplos de parcerias e fornecimento:

Assai atacadistas;

Roldão Atacadista;

Sam's Club;

Extra Hipermercado;

CEAGESP;

Massas pré-assadas Pizzakone.

O estoque é essencial para que o processo de produção opere de forma organizada e com número mínimo de desníveis. O responsável pelo nosso estoque terá a missão de garantir o abastecimento de matéria-prima evitando os efeitos da demora e atraso na fabricação e finalização do produto; ter amplas informações para melhores acompanhamentos; definir pontos mínimos de estoque para requisições; verificar a existência de produtos obsoletos e ou inservíveis para retiradas do estoque periodicamente; impedir que sejam retiradas matérias em quantias diferentes das necessitadas, entre outras.

A distribuição de toda matéria prima na Estação dos Cones, embalagens, descartáveis e todos os insumos será de maneira organizada e em locais estratégicos a fim de proporcionar desde a solicitação pelo cliente, o preparo, a montagem e a entrega do produto sejam realizadas com agilidade, praticidade e qualidade, evitando-se longas filas e insatisfação do consumidor.

Na ficha de controle de materiais terá as seguintes informações:



Fonte: Site SEBRAE

A distribuição do produto pronto será feita na própria loja, conforme os pedidos dos clientes. Tendo em vista o grande fluxo de clientes, é de suma importância que o atendimento seja realizado com agilidade, praticidade e qualidade, evitando-se a perda de tempo e demora na entrega.

9.1 Produtos e serviços

A “Estação dos Cones” realiza a aquisição da matéria-prima preferencialmente pelos fornecedores já definidos da internet, pois há mais praticidade e comodidade em fazer o pedido de compras.

Os insumos necessários para preparar o cone em pizza são adquiridos por meio de cotações, que buscam a aquisição dos melhores produtos com preços justos e acessíveis.

Após a compra dos ingredientes, os mesmos são pré-processados na cozinha, dentro das normas da Vigilância Sanitária e das condutas de higiene estabelecidas pela empresa.

No momento da venda, a entrega da pizza em cone é realizada por meio de guardanapos e embalagens simples para os clientes manusearem com praticidade.

9.2- Estoque inicial

Após pesquisas de previsão de vendas e produção, conclui-se que para o início do negócio, está previsto um estoque inicial no valor R\$ 2.752,12 para a compra de matéria-prima em geral que são utilizadas na produção das pizzas em cone com previsão para 15 dias conforme informações em anexo 2:

9.3- O Produto

Semelhante aos cones de sorvete, mas feito com massa de pizza, é semelhante às massas de pizzas comuns, com a consistência um pouco diferente, para ser mais crocante e suportar os recheios.

9.3.1- Massas compradas com fornecedor (já pré-assadas):

Ingredientes para massa Integral peso: (aproximadamente 40 gramas cada) – rende 8 unidades:

250g de Farinha de Trigo Integral;

6g de fermento biológico;

10g de açúcar;

1 pitada de sal;

20 ml de azeite *extra virgem*;

Ingredientes para cada unidade em massa normal (aproximadamente 40 gramas cada) – rende 8 unidades:

10g de fermento biológico seco;

250g de Farinha de trigo;

10g de açúcar;

1 pitada de sal;

20 ml de azeite *extra virgem*;

9.4- Pesquisa de Avaliação de Sabores

O cardápio foi elaborado através de pesquisas feitas com diversos públicos com faixa etária diferentes onde foi notada a procura por recheios de fácil aceitação a fim de combinar sabores para diferentes paladares existentes conforme abaixo:

Cardápio de recheios de fácil aceitação e combinações a escolher até 3 opções:

Frango desfiado;

Calabresa Moída;

Queijo Mozzarella;

Catupiry;

Tomate picado;

Azeitonas;

Queijo parmesão;

Milho;

Bacon;

Cebola Picada;

Escarola Picada;

Cheddar;

9.5- A Montagem

As massas da pizza em cone (pré-assadas) são colocadas nas formas em uma assadeira apropriada para o produto e levadas ao forno elétrico a 200°C por 15 minutos. Depois são retiradas do forno e colocadas em uma estufa à espera dos clientes com suas escolhas de recheios para início da montagem.

9.6- O Recheio

É pincelado um pouco de molho de tomate dentro da massa, e colocados os recheios escolhidos pelo cliente, sempre alternando os recheios já refogados e / ou temperados.

Depois vai novamente ao forno a 200°C para reaquecer e derreter os recheios. Assim está pronta a deliciosa e saborosa pizza em cone para o consumo.

Detalhes da pizza cone pronta: peso aproximadamente 40 gramas massa + 80 gramas de recheio >Peso Total aproximadamente 120 gramas cada pizza em cone recheada.

A pizza será servida em embalagens simples e práticas justamente para que o cliente tenha fácil manuseio, com isso poderá continuar o seu percurso sem ter problemas para saborear a sua pizza sem perder tempo com utensílios como garfos, facas e pratos.

10.0 SISTEMA PDCA

A base desta ferramenta está na repetição. Ela é aplicada sucessivamente nos processos para que se busque a melhoria de forma contínua. Neste contexto, o planejamento, a padronização e a documentação são práticas importantes, assim como medições precisas.

10.1- Plan

Planejar em português. É a etapa em que se analisam os problemas que querem ser resolvidos, seguindo a seguinte ordem:

Definição dos problemas

Definição de objetivos

Escolha dos métodos

Se questionar 5 vezes porque o problema ocorreu, sempre tornando sua resposta mais completa.

Aqui, o conceito de PDCA já começa a se mostrar: a repetição estruturada e organizada em busca de soluções.

10.2- Do

Fazer. É hora de pôr a mão na massa, executando-se o que foi determinado no passo anterior:

Treinar o método

Executar

Realizar eventuais mudanças

Não procurar a perfeição, mas o que pode ser feito de forma prática.

Medir e registrar os resultados

10.3- Check

Esta é uma das etapas mais importantes que definem o conceito do PDCA num ciclo. Depois de checar, deve-se procurar agir de forma melhorada:

Verificar se o padrão está sendo obedecido

Verificar o que está funcionando e o que está dando errado

Perguntar por quê? Á cada passo

Com as respostas, treinar o método definido

10.4- Act

Hora de agir com mais assertividade.

As tarefas estão conforme programadas? Continuar assim!

Na verdade, existem inconformidades? Então agir para corrigir e prevenir os erros!

Melhorar o sistema de trabalho

Repetir as soluções que se mostraram adequadas

Ao final da quarta fase, o conceito de PDCA recomenda o reinício do ciclo para se buscar uma melhoria continuada e ininterrupta.

Só passe para a fase FAZER depois de ter se dedicado exaustivamente a fase PLANEJAR

Caso perceba que na fase AGIR está havendo um excesso de repetições e tentativas, retorna a fase PLANEJAR.

Evite um curto circuito no ciclo, pulando fases ou não se dedicando tempo suficiente aos questionamentos e busca dos porquês.

Visando a melhoria continua esse modelo de gestão será uma ferramenta de auxílio para verificação de processos na empresa Estação dos cones. “Segundo Fayol (1981), administrar é prever, organizar, comandar, coordenar e controlar, já Chiavenato (1993) afirma que “administrar” é o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar o uso de recursos a fim de alcançar objetivos”. Ambos com o mesmo objetivo que é utilizar ferramentas para que os processos possam ser realizados com sucesso atingindo os objetivos e metas estabelecidas.

11. ANÁLISE ESTRATÉGICA

Segundo Drucker (1997, p. 47) “Quando a empresa traça objetivos e metas, e busca alcançá-los, ela tem claramente definido do porque ela existe, o que e como faz, e onde quer chegar”. Esses são os questionamentos básicos para a elaboração e implementação dessa ferramenta. Entende-se a importância desta fase para análise e elaboração das estratégias, dificilmente uma organização permanecerá competitiva no mercado se não houver planejamento.

11.1- Atendimento ao cliente

Um bom atendimento ao cliente vai muito além de ser bem-educado. Assim como ser honesto, tratar bem os clientes não é um diferencial, mas sim a educação básica para o bom relacionamento dentro da empresa.

O modelo de *Faz Food* necessita de relacionamento com os clientes por meio do atendimento, sendo através dele o vínculo entre o consumidor e empresa.

O atendimento deve ser claro, com esclarecimento de dúvidas quando necessário, tudo para a satisfação do cliente, que não busca apenas uma boa alimentação, mas também ser bem atendido. Pequenos detalhes contam também, tais como uniforme adequado, humor e a própria educação, para que o consumidor saia satisfeito, retorne outras vezes, e indique á amigos e familiares.

O principal objetivo do atendimento ao cliente é atender as necessidades do mesmo com qualidade e agilidade no serviço. São necessários não apenas tratamento com educação, mas também:

- a) Entender o cliente, suas necessidades e seus motivos que o levou a comprar o produto;
- b) Sentir prazer em servir;
- c) Atender sempre com simpatia;
- d) Manter segurança, clareza, objetividade e transparência;
- e) Usar uma linguagem formal, sem gírias, tratamento íntimo, diminutivos e gerúndios.

Um bom atendimento surte efeito em curto prazo e pode impactar, inclusive, no aumento de receitas do negócio, pois clientes satisfeitos são uma das melhores propagandas que a empresa pode ter.

12. PLANOS DE MARKETING

O plano de marketing é de muita importância para o desenvolvimento de uma empresa. Ele é um documento onde são detalhadas as ações necessárias para atingir um ou mais objetivos na área do marketing, e é utilizado para um produto, um serviço, e para linhas de produto. O plano de marketing indica quais objetivos devem ser realizados para que a empresa atinja a posição desejada.

12.1-1. Planejamento

O objetivo do planejamento é sistematizar e processar todas as informações necessárias para o desenvolvimento das metas.

O primeiro passo é saber onde a empresa está para definir aonde se quer chegar, por isso é necessário fazer uma análise do mercado de atuação e também do público-alvo para desenvolver o sumário executivo, nele constarão as características principais do negócio, definições, situação presente, objetivos, estratégias e esforços necessários. O sumário executivo funciona como um resumo geral do plano de marketing.

O próximo passo é a análise de ambiente, onde se devem considerar os fatores externos que são as ameaças e oportunidades do negócio. Também considerar os fatores internos que são as forças e fraquezas do ambiente. Assim é possível reconhecer os fatores que afetam positivamente ou negativamente o desempenho da empresa.

Na definição do mercado consumidor é necessário identificar o segmento-alvo que a empresa deseja atingir. Os consumidores podem ser agrupados por fatores geográficos, demográficos, comportamentais, faixa etária, entre outros. Feito isso, é preciso definir o posicionamento de mercado que a empresa quer ocupar, indicando qual a imagem que ela deseja transmitir para o mercado.

Depois, é preciso definir ou reposicionar a marca, ela é formada por um nome e/ou um símbolo, com tipografia própria, identificando a imagem da empresa. Complementada também por um slogan, uma frase curta de fácil memorização. É importante registrar a marca escolhida no INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial) para zelar pelos nomes escolhidos.

Enfim, por último, é hora de definir e detalhar os objetivos e as metas, alinhando-as com a missão e aos valores da empresa. Assim, é possível elaborar as estratégias de marketing, para saber como a empresa irá se portar no mercado para atingir as propostas definidas. A partir daí são definidos os preços, a abordagem dos anúncios, tipos e nomes de veículos de comunicação online entre muitos outros canais de comunicação.

12.1-2. Implantação

Com um planejamento bem feito, começa a implantação do plano de marketing, com a identificação das atividades a serem desempenhadas, observação dos prazos de execução, sequência e ordem de prioridade. É importante a responsabilidades indicadas para cada colaborador e levantar o custo estimado das ações. Esta fase depende da atuação dos colaboradores para se concretizar, e por isso é preciso que todos estejam em sintonia com os objetivos em questão.

12.1-3. Avaliação e Controle

Não é sempre possível obter um resultado preciso do que se foi planejado. O mercado está cada vez mais exigente, mais dinâmico, com mudanças inusitadas, novos posicionamentos da concorrência e novos entrantes. O ambiente interno da empresa também está sempre em variações seja por condições financeiras, equipe, produtos ou capacidade de produção.

Para entender melhor a diferença entre a atuação esperada e os resultados reais, nesta etapa é possível avaliar os resultados, para ajustar as próximas ações ou corrigi-las. Essa etapa deve ocorrer o tempo todo, medindo e avaliando cada esforço ou ação, assim obtendo ações preventivas ou corretivas. É uma etapa constante para analisar a evolução do que foi ou não efetivo no plano de marketing, indicando ferramentas mais adequadas para atingir os objetivos propostos.

12.2- Os 4 Ps Do Marketing

Os 4ps do marketing são um conjunto formado por Preço, Praça, Produto e Promoção, que auxilia na estratégia da empresa. São importantes, pois permitem

desenvolver e fazer o plano empresarial crescer. Abaixo segue os 4ps do marketing da Estação dos Cones:

Preço: Os preços serão de acordo com os custos obtidos e está de acordo com o mercado, inicialmente os pagamentos serão aceitos em dinheiro, cartão de débito e vale refeição.

Praça: A praça será na estação de metrô Barra Funda, as pessoas que passam pela estação, poderão ir até a Estação dos Cones e saborear o cone desejado.

Produto: O produto oferecido será a pizza em forma de cone, um produto prático e de rápido feitiço, será feito com boa qualidade e diferenciação, fazendo assim, o cliente voltar mais vezes e indicar a mais pessoas.

Promoção: A promoção será feita inicialmente por propagandas em folder, banners, panfletos e rede social para chamar a atenção das pessoas. Na rede social do *Facebook* curtindo a página da Estação dos Cones e compartilhando o anúncio da promoção o cliente irá concorrer a um cone de pizza gratuito. Serão 30 pessoas sorteadas.

Será feita também a promoção dos “selos” onde na compra de cada unidade de pizza em cone o cliente recebe um “selo” com carimbo da loja e ao juntar 10 selos pode trocar por uma unidade de pizza em cone grátis no sabor preferido.

12.3- Análises de SWOT

O análise ou matriz *Swot* representa as Forças e Fraquezas, interna da empresa, e a Oportunidades e Ameaças que são os fatores externos que podem atingir a organização.

No ambiente interno, as forças são elementos que trazem benefícios para o negócio, ao contrário das fraquezas que são elementos que atrapalham o negócio. Já no ambiente externo, as oportunidades são situações à empresa que podem acontecer e afetar o negócio positivamente, e as ameaças são situações que podem atrapalhar o negócio.

No quadro abaixo, segue a análise *Swot* da empresa:

	Pontos Positivos	Pontos Negativos
AMBIENTE INTERNO	FORÇA Localização F Qualidade Praticidade Produto Diferenciado	FRAQUEZA Pouco conhecimento F Espaço pequeno
AMBIENTE EXTERNO	OPORTUNIDADE Expansão no mercado O Abrir franquias Mercado atual novo	AMEAÇA Novos entrantes A

Fonte: Elaboração própria a partir de pesquisa realizada

12.4- Implantação do 5S

O 5S é uma metodologia de organização criada no Japão, com o objetivo de simplificar os procedimentos, reduzir tempo e aperfeiçoar recursos.

SEIRI – SENSO DE UTILIZAÇÃO:

Os objetos ou produtos desnecessários serão descartados, e estarão organizados de acordo com a frequência de seu uso.

Na área de trabalho serão utilizados somente os utensílios essenciais para sua execução da tarefa.

SEITON – SENSO DE ARRUMAÇÃO:

Os objetos ficarão arrumados de maneira correta, com fácil localização. Os objetos serão dispostos em uma ordem que facilite o trabalho. Os produtos em estoque serão organizados conforme cada tipo de produto;

Produtos semelhantes serão colocados no mesmo espaço.

SEISOU– SENSO DE LIMPEZA:

O local será limpo constantemente. Os plásticos das embalagens e recipientes dos produtos serão colocados no lixo reciclável;

A limpeza geral será feita antes e depois do horário de funcionamento.

SEIKETSU – SENSO DE SAÚDE:

O uniforme da equipe deverá estar adequadamente limpo;

Manter o ambiente harmônico;

Conscientização sobre a importância da higiene e saúde.

SHITSUKE – SENSO DE AUTODISCIPLINA:

Os funcionários devem usar seus uniformes, seguir as normas de limpeza e arrumação;

Evitar perdas de tempo e trabalho;

Todos devem seguir constantemente os quatro primeiros sentidos citados.

13. PLANEJAMENTO FINANCEIRO

Departamento que monitora e possibilita a viabilidade de saúde financeira da empresa. Segundo *Gitman* (2002, p. 588) também ensina que o planejamento financeiro “é um aspecto importante para o funcionamento e sustentação da empresa, pois fornece roteiro para dirigir, coordenar e controlar suas ações na consecução de seus objetivos”.

O investimento inicial é de R\$ 200.000,00, acerca deste valor R\$ 100.000,00 corresponde aos recursos próprios dos sócios, e os outros 100.000,00 será empréstimo do banco do Brasil com taxa de 7,5% a.m, sendo assim a primeira parcela no valor de R\$ 2.091,59. Abaixo tabela de investimentos totais.

Quantidade	Investimento	Valor R\$
2	Fornos Elétricos	R\$ 1.400,00
1	Estufa	R\$ 523,90
1	Kit com 10 Suportes para estufa	R\$ 59,00
1	Suporte de Acrílico para apoio de mesa C/8	R\$ 34,00
1	Pista Fria	R\$ 2.799,00
1	Freezer	R\$ 1.699,00
1	Fogão Portátil	R\$ 68,80
1	Jogo de Panela	R\$ 142,49
1	Jogo de Pegador de Carne Grande	R\$ 39,90
2	Kits de pegadores para Cozinha	R\$ 29,80
1	Kit faca	R\$ 22,50
1	Faqueiro	R\$ 54,95
4	Jogos de Potes para armazenamento	R\$ 23,89
1	Impressora Fiscal	R\$ 153,99
1	Gaveta para Dinheiro	R\$ 174,99
1	Computador	R\$ 529,99
1	Balcão Buffet	R\$ 485,00
1	Triturador de Alhos	R\$ 179,90
	Instalação	
	Total	R\$ 8.421,10

Tabela: Investimento

Fonte: Elaboração própria

13.1- Custo da pizza em cone por unidade

Para fabricação da pizza em cone estimam-se os custos por unidade conforme tabela abaixo.

Custo Unitário do Produto Base			
	CATEGORIAS		
	A	B	C
Custo Total (Direto + Indireto)	6,17	6,03	3,99
Custos Diretos	4,67	5,03	2,99
Mão de Obra	1,00	0,75	0,50
Embalagem	0,14	0,14	0,14
Massa Integral	1,20	1,20	1,20
Recheios	1,68	2,53	0,80
Energia	0,28	0,17	0,11
Água	0,18	0,05	0,05
Molho	0,19	0,19	0,19
Custos Indiretos	1,50	1,00	1,00
Supervisão	1,50	1,00	1,00

Tabela: Custos

Fonte: Elaboração própria

Categoria A	Categoria B	Categoria C
Frango desfiado	Calabresa Moída	Queijo

Opções de Recheios
Catupiry
Tomate picado
Azeitonas
Queijo parmesão
Milho
Bacon
Cebola Picada
Escarola Picada
Cheddar

13.2- Previsão de Vendas

Segundo Chiavenato (2005) “Vender nada mais é do que identificar o cliente, levantar suas necessidades e influenciá-lo de modo que este venha fechar o negócio”.

A administração de vendas deve funcionar de forma efetiva, exigindo integração de todas as partes envolvidas passando segurança ao cliente no ato da compra (Chiavenato 2005).

A previsão de vendas é realizada através da análise da empresa e seu ambiente de negócio, do posicionamento do produto em frente à concorrência, a previsão de vendas da Estação dos Cones foi realizado com cautela para minimizar os possíveis erros, obtendo resultados positivos a consequência será a fidelidade dos clientes e a permanência da empresa no mercado.

Através da previsão será possível realizar uma previsão de custos e despesas e possíveis investimentos se necessário para o futuro.

Estima-se que serão realizadas as vendas de 46.560 pizzas em cones por ano.

Vendas Qtde													
Qtde	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Total
Produto A	700	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	700	13.400
Produto B	800	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	800	17.100
Produto C	780	1.450	1.450	1.450	1.450	1.450	1.450	1.450	1.450	1.450	1.450	780	16.060
Total	2.280	4.200	2.280	46.560									

Tabela: Vendas

Fonte: Elaboração própria

13.3- Faturamento

Entendido como processo de finalização de mercadorias ou serviços através da formalização dessa venda em um processo que inclui a relação das mercadorias vendidas, podendo ser de um dia, um mês, ou um ano finalizando qualquer um dos períodos mencionados. Contudo estima-se o valor de faturamento bruto para a empresa anual de R\$ 538.960,00, conforme tabela abaixo.

Faturamento Anual	
Categoria	Total R\$
Categoria A	R\$174.200,00
Categoria B	R\$188.100,00
Categoria C	R\$176.660,00
Total	R\$538.960,00

Tabela: Faturamento

Fonte: Elaboração própria

Previsão de faturamento mensal:

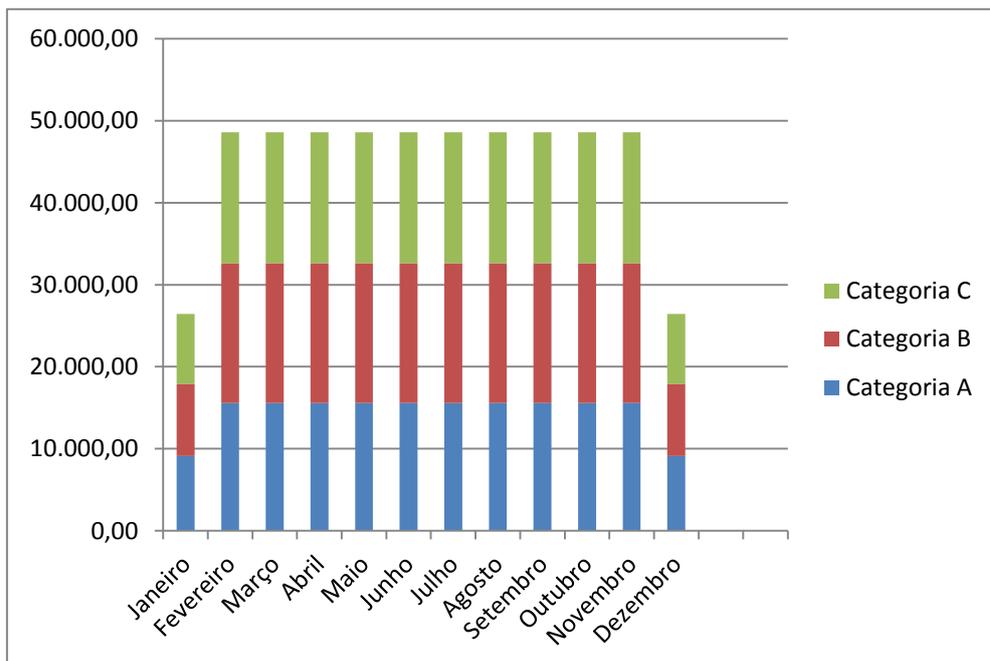


Gráfico: Faturamento mensal

Fonte: Elaboração própria

13.4- Custos

Conceito: São considerados custos, todo e qualquer gasto relativo à aquisição ou produção de mercadorias, como por exemplo, matéria prima, mão de obra, e gastos gerais de fabricação como depreciação de máquinas e equipamentos, energia elétrica, manutenção, materiais de conservação e limpeza para fábrica viagens de pessoas ligadas a fábrica etc.

Determinaram-se então os cálculos anuais para custos com o produto conforme tabela abaixo.

Custos				
Meses	Quantidade			Total
	Categoria A	Categoria B	Categoria B	
Jan	4.319,00	4.823,84	3.112,04	12.254,88
Fev	7.404,00	9.346,19	5.785,21	22.535,40
Mar	7.404,00	9.346,19	5.785,21	22.535,40
Abr	7.404,00	9.346,19	5.785,21	22.535,40
Mai	7.404,00	9.346,19	5.785,21	22.535,40
Jun	7.404,00	9.346,19	5.785,21	22.535,40
Jul	7.404,00	9.346,19	5.785,21	22.535,40
Ago	7.404,00	9.346,19	5.785,21	22.535,40
Set	7.404,00	9.346,19	5.785,21	22.535,40
Out	7.404,00	9.346,19	5.785,21	22.535,40
Nov	7.404,00	9.346,19	5.785,21	22.535,40
Dez	4.319,00	4.823,84	3.112,04	12.254,88
Total	82.678,00	103.109,58	64.076,18	249.863,76

Tabela: Custos

Fonte: Elaboração própria

13.5- Despesas

Conceito: Todos os gastos relativos à administração da empresa, como área comercial, marketing, desenvolvimento de produtos e o financeiro, ou seja, são gastos que a empresa precisa ter para manter a estrutura funcionando. De acordo com a teoria, realizou um planejamento de despesas anuais conforme tabelas abaixo.

Despesas Trimestrais					
Descrição	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre	Total
Limpeza	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 450,00	R\$ 1.800,00
Descartáveis	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 960,00
Água	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 300,00	R\$ 1.200,00
Luz	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 3.600,00
Internet	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 240,00	R\$ 960,00
Telefone	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 120,00	R\$ 480,00
Aluguel	R\$ 10.500,00	R\$ 10.500,00	R\$ 10.500,00	R\$ 10.500,00	R\$ 42.000,00
Salários	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 48.000,00
Encargos	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 12.000,00
Contabilidade	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00	R\$ 6.000,00
Seguro	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 750,00	R\$ 3.000,00
Propaganda	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 900,00	R\$ 3.600,00
Manutenção	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 2.400,00
Empréstimo	R\$ 6.274,77	R\$ 6.274,77	R\$ 6.274,77	R\$ 6.274,77	R\$ 25.099,08
Total	R\$ 37.774,77	R\$ 37.774,77	R\$ 37.774,77	R\$ 37.774,77	R\$ 151.099,08

Tabela: Despesas

Fonte: Elaboração própria

13.6- Lucro líquido

Conceito: O lucro é o rendimento ou proveito que se obtém de algo, refere-se aos ganhos que se consegue obter através de um bem ou investimento.

Líquido: usa-se para mencionar quantia limpa, ou seja, livre de impostos.

Usado para auxílio de tomada de decisões dentro da empresa, logo o valor do lucro líquido é de R\$ 137.997,15 segue abaixo gráfico o lucro bruto e líquido da empresa Estação dos Cones:

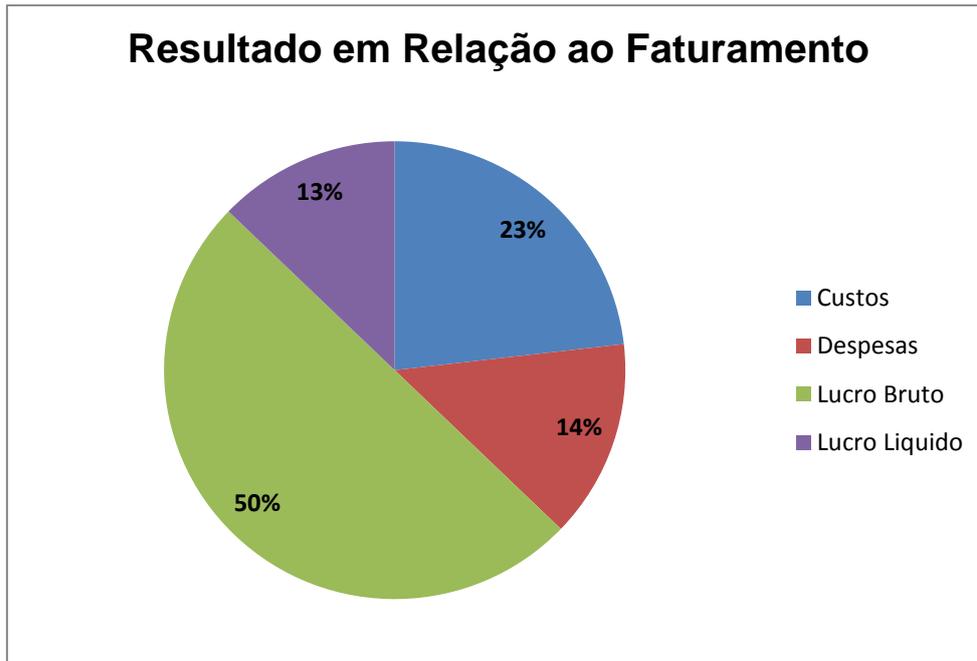


Gráfico: Lucro

Fonte: Elaboração própria

14. EXIGÊNCIAS DO METRÔ DE SÃO PAULO

Para a locação de lojas, terrenos e espaços comerciais, em umas das estações do metrô, o empreendedor deverá participar de uma licitação. O edital para a locação fica disponível no próprio site do Metro.

A licitação é do tipo MAIOR OFERTA, o valor final é fechado com o lance vencedor, por tanto não há como determinar um valor máximo, é feito por meio do Pregão Eletrônico. No total são treze lotes para a oferta de compra, pôr somente os lotes 7, 8 e 9 que não há restrição para a alimentação.

Para participar do edital os interessados deverão se registrar no credenciamento CAUFESP, que presta serviço através da Bolsa Eletrônica de Compras do Governo de São Paulo. O credenciamento será pela atribuição da chave de identificação e de senha pessoal para acesso no site www.bec.sp.gov.br, a proposta deverá ser enviada por meio eletrônico disponível no site até o dia e horário previsto no preâmbulo.

Podem participar micro- empresas, empresas de pequeno porte entre outros, e também é permitida a participação de empresa que opere sob o regime de Franquia. Entende-se “Franquia” sendo pelo qual um franqueador cede ao franqueado o direito de uso de marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva ou semi exclusiva de produtos ou serviços. É também permitida à empresa na forma Marca Licenciada, entende-se que é a empresa detentora de autorização para comercialização de produtos sob uma marca específica, por meio da qual o licenciador concede ao licenciado o direito de comercialização de produto sob aquela marca. A empresa deve estar com toda a documentação correta, caso tenha alguma restrição fiscal, será suspensa.

Somente poderá iniciar as atividades comerciais após a aprovação dos projetos pela Companhia do Metrô e a execução das adequações na infraestrutura, necessárias à implantação. Os preços ofertados deverão contemplar todos os custos direto e indireto referente ao objeto da Concessão, incluindo a adequação na infraestrutura, manutenção, conservação e segurança dos locais e equipamentos, se necessário.

Deverá também ter a comprovação do patrimônio líquido no valor mínimo de 10.000,00 para o lote 7, de 13.000,00 para o lote 8, e 19.000,00 para o lote 9. Sendo

que a proposta deverá ser apresentada por Lote, e os interessados podem pleitear mais de um lote.

14.1- Utilização da Área

A área escolhida deverá ser utilizada exclusivamente para a exploração comercial das atividades permitidas conforme o lote. Devendo ser explorada as atividades compatíveis com a infraestrutura existente nas áreas, nas condições estabelecidas na concessão, cuidando para que o negócio seja harmônico, tendo responsabilidades para a adequação necessárias ao negócio, conforme regulamentos vigentes.

As adequações necessárias do ramo de atividades serão submetidas à aprovação da Companhia do Metrô, mediante entrega formal do projeto. O início da operação comercial só se dará após a apresentação da documentação pertinente a atividade a ser exercida. A empresa será a única responsável pelas adequações necessárias ao bom funcionamento do negócio conforme normas e regulamentos e tendo de cumprir integralmente todas as determinações das instruções de implantação e funcionamento de espaços comerciais nas estações do Metrô.

A alimentação poderá ser comercializada somente em lugares abertos e com infraestrutura. Todo o sistema para esta comercialização deverá ser elétrico, sendo vedada a utilização de gás ou produtos inflamáveis, tendo algumas restrições internas:

Não será permitido o preparo de frituras e todos os modos de produção de alimentos que necessitem de exaustão, poderão ser executados por meio de novas tecnologias, capazes de comprovadamente não exalar fumaça e/ou odores, desde que aprovada pelo metrô, os modos de preparo devem ser por meio de "operação seca".

Utilização de gás, salvo em locais de acesso e/ou ao nível da rua, desde que indicado no Contrato e aprovação dos bombeiros.

Atuar fora da área concedida, em qualquer tipo de abordagem aos usuários e empregados da estação.

Realizar refeições nos espaços lícitos.

Comercializar bebidas alcoólicas, cigarros, produtos de origem duvidosa, produtos inflamáveis, de cunho religioso e político.

15. CONCLUSÃO

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise onde se concluiu, conforme as pesquisas, que o projeto é viável, devido ao local e alimento especificado. Sabendo de que um alimento diferenciado chama a atenção do consumidores, e devido à grande circulação de pessoas nas estações do metrô, se tem uma preocupação para que tudo saia em perfeita ordem, para que o produto seja um sucesso de vendas e referência para aquelas pessoas que no curto período de tempo passam pelo metrô. Nesse sentido, a intenção é de acima de tudo disponibilizar ao consumidor a grande diferença que o produto oferece para aqueles que trabalham e mora em regiões distantes.

Para que o projeto possa ser iniciado é preciso de planejamento, mesmo sabendo que empreender é sempre um risco. O marketing tem por finalidade ajudar o empreendimento para se garantir o início do sucesso de vendas.

Verificou-se que as partes mais complexas e desgastantes do processo que são referentes aos custos, a abertura da loja em umas das estações do metrô, licenciamento e a aprovação do metrô para que o projeto possa se iniciar. Porém com perseverança, dedicação e o conhecimento adquirido é possível alcançar o objetivo do projeto.

16. BIBLIOGRAFIA

<http://mistercone.com.br/> - Acesso em 10/09/2016 11:30

<http://noticias.uol.com.br/ciencia/ultimas-noticias/redacao/2010/11/26/cerca-de-30-dos-domicilios-brasileiros-sofrem-com-algum-grau-de-restricao-alimentar.htm> -

Acesso em 10/09/2016 12:00

<http://eupossoisso.com/incidencia-das-intolerancias-e-alergias-alimentares/> - Acesso em 10/09/2016 12:10

<http://www.metro.sp.gov.br/mobile/> - Acesso em 10/09/2016 12:22

<http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/05/17/aluguel-de-loja-no-metro-e-ate-60-mais-barato-do-que-em-shopping.htm> - Acesso em 20/09/16 16:47

<http://www.conedipizza.com.br/loja/index.php?p=produtos> – Acesso em 20/09/2016 16:53

<http://www.quefominha.com/cardapio-de-pizza-cone-doces-e-salgados/> - Acesso em 20/09/2016 17:05

<http://www.italiancone.com.br/produto> - Acesso em 20/09/2016 17:26

<http://www.pizzakonexpress.com.br/> - Acesso em 20/09/2016 17:33

www.tutticone.com.br –Acesso em 20/09/2016 17:46

INVESTIMENTOS

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-787033752-estufa-curva-linha-ouro-para-salgados-7-bandejas-eletrica- JM> - Acesso em 18/02 09:41

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-750560136-10-suportes-para-servir-cones-pizza-com-2-cavidades- JM> - Acesso em 18/02/2017 09:44

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-695746081-apoio-mesa-acrilico-suporte-pizza-cone-temaki-sorvete-6-kone- JM> - Acesso em 18/02/2017 09:49

<http://www.pizzanocone.com.br/produtos> - Acesso em 18/02/2017 12:08

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-826369248-pista-fria- JM> -Acesso em 18/02/2017 10:07

<http://www.magazineluiza.com.br/freezer-horizontal-electrolux-305l-h300c-1/p/0102016/ed/efrh/> - Acesso em 18/02/2017 10:18

http://www.americanas.com.br/produto/112140016/conjunto-de-panelas-panelux-aluminio-polido-6-pecas?WT.srch=1&condition=NEW&epar=bp_pl_00_go_pla_ud_geral_gmv&gclid=C_MK_wsrRmdICFQOAKQoddPoEBQ&opn=YSMESP&sellerId=00776574000660 -

Acesso em 18/02/2017 10:25.

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-722034789-pegador-de-carne-para-churrasco-inox-26400100-tramontina- JM> - Acesso em 18/02/2017 10:32

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-724989540-kit-c4-pegador-de-carne-churrasco-cozinha-restaurante- JM> - Acesso em 18/02/2017 10:33

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-741280927-kit-facasfaqueiros-profissional-07-pecas-com-tabua-de-corte- JM> - Acesso em 18/02/2017 10:35

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-741574832-faqueiro-36-pecas-em-inox-jogo-talheres-ipanema-tramontina- JM> - Acesso em 18/02/2017 10:37

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-705553761-impressora-termica-usb-win-7-xp-cupom-n-fiscal-ss5890-iv-pc- JM> - Acesso em 18/02/2017 10:45

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-718989303-gaveta-de-dinheiro-ou-caixa-de-dinheiro-innal-grafite- JM> - Acesso em 18/02/2017 10:47

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-841552733-computador-completo-monitor-teclado-e-mouse-com-garantia- JM> - Acesso em 18/02/2017 10:49

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-814982746-balco-buffet-new-salute-para-sala-de-jantar-dj-moveis-b- JM> - Acesso em 18/02/2017 11:15

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-757353253-mini-triturador-eletrico-alho-cebola-black-decker-120w-127v- JM> - Acesso em 18/02/2017 11:41

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-826394702-pista-fria-frinox- JM> - Acesso em 18/02/2017 11:46

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-784957878-fogao-fogareiro-eletrico-2-boca-portatil-camping-110-ou-220- JM> - Acesso em 18/02/2017 10:22

<http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-727211217-jogo-c10-potes-plastico-mantimentosalimentos-menor-preco- JM> - 18.02.2017 - 10.43 - Acesso em 18/02/2017 10:27

CUSTOS

<https://www.tutticone.com.br/> - Acesso em 18/02/2017 11:15

http://www.pizzakone.com.br/product.php?id_product=80 - Acesso em 18/02/2017 11:20

<http://www.distribuidorabambini.com.br/condimentos-conservas-e-molhos/molho-de-tomate-tradicional-pedacos-quero-cod-785> - Acesso em 18/02/2017 11:23

<http://www.distribuidorabambini.com.br/condimentos-conservas-e-molhos/milho-verde-quero-cod-586> - Acesso em 18/02/2017 11:23

<http://www.distribuidorabambini.com.br/condimentos-conservas-e-molhos/azeitona-preta-fatiada-colosso-2kg-1-balde-cod-13591> - Acesso em 18/02/2017 11:27

<http://www.novasafra.com.br/embutidos-e-defumados/defumados/bacon/seara/bacon-suino-especial-defumado-a-vacuo-searakg> - Acesso em 18/02/2017 11:45

<http://www.pizzanocone.com.br/produtos> - Acesso em 18/02/2017 12:06

<http://www.netsuprimentos.com.br/copo-descartavel-para-agua-200ml-coposul-com-2-500-unidades-6603/p> - Acesso em 18/02/2017 12:13

<http://www.staples.com.br/guardanapo-pequeno-mascot/p?idsku=2002547&gclid=CJPhivHqmdlCFVEEkQodlcsKHA> - Acesso em 18/02/2017 12:17

<http://www.distribuidorabambini.com.br/refrigerados/mussarela-aurora-peca-4-kg-cod-633> - Acesso em 18/02/2017 11:26

<https://www.rs21.com.br/entretenimento/mulher-com/24082015-pizza-de-cone-com-massa-integral-paulo-mazzucco/> - Acesso em 16/04/2017 14:20

<http://www.oetker.com.br/rezepte/r/pizza-cone.html> - Acesso em 16/04/2017 14:42

<http://www.pizzakone.com.br/> - Acesso em 16/04/2017 15:17

http://ciagri.iea.sp.gov.br/nia1/precos_medios.Aspx?cod_sis=4 - Acesso em 16/04/2017 16:35

www.cvs.saude.sp.gov.br/up/Cartilha%20VISA%202013_GVS%202 - Acesso em 28/04/2017 21:35

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-pizzaria/> -
Acesso em 28/04/2017 20:27

São Paulo Capital:

Cone Pizza loja dentro do Shopping D Refeições Rápidas> Pari- SP - Acesso em 18/02/2017 22:00

Cantinho dos doces refeições rápidas Cone Pizza / Itaim Bibi >SP - Acesso em 18/02/2017 22:00

<http://www.saborsemfim.com.br> fabricação e distribuição de pizza cone prontas e congeladas para lojas, escolas, etc... > Vila Taquari – SP - Acesso em 18/02/2017 22:00

São Paulo demais regiões:

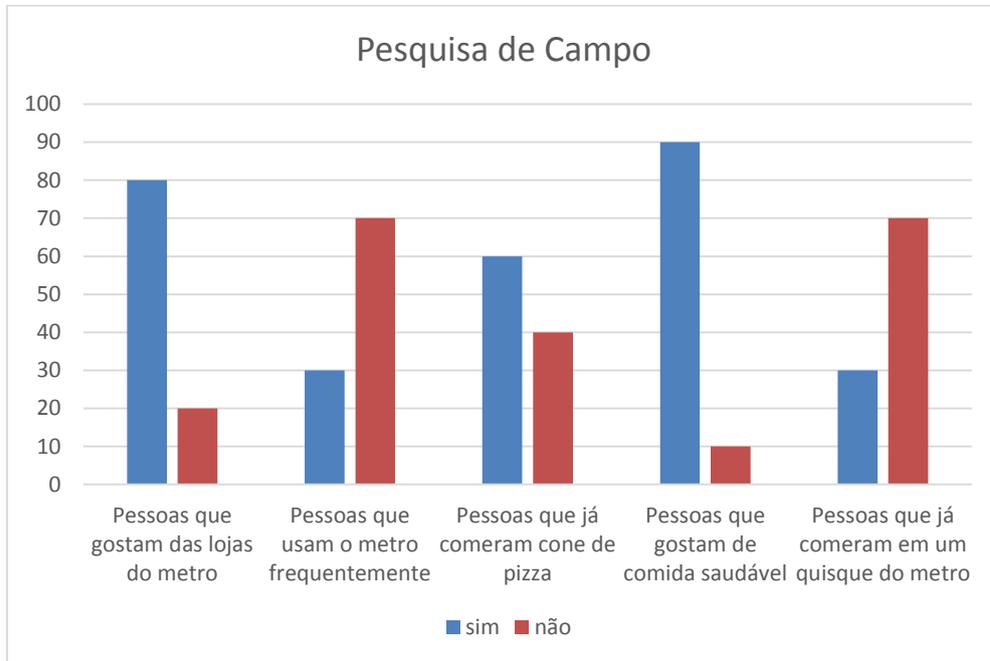
<https://www.tutticone.com.br/> fabricação de pizza cone prontas e massas pré-assadas congeladas > campinas –SP - Acesso em 18/02/2017 22:00

<http://pizzaroots.com.br/> fabricação e serviços de Buffet pizza cone para festas em domicílios e eventos > São Paulo; - Acesso em 18/02/2017 22:00

<http://www.quefominha.com/> Fabricação de pizza cone e franquias – loja Gourmet >Paulínia- Sp- Acesso em 18/02/2017 22:00

<http://dqpizzadecone.com.br/> Buffet Pizza cone >Litoral – Sp - Acesso em 18/02/2017 22:00

17. APÊNDICE



18. ANEXOS

Anexo 1 – Concorrentes:

Lojas - Fabricas - Quiosques - Buffet:

São Paulo Capital:

Cone Pizza loja dentro do Shopping D Refeições Rápidas> Pari- SP; 18/02/2017 22h00min.

Cantinho dos doces refeições rápidas Cone Pizza / Itaim Bibi >SP; 18/02/2017 22h00min.

<http://www.saborsemfim.com.br> fabricação e distribuição de pizza cone prontas e congeladas para lojas, escolas, etc... > Vila Taquari – SP; 18/02/2017 22h00min.

São Paulo demais regiões:

<https://www.tutticone.com.br> fabricação de pizzacone prontas e massas pré-assadas congeladas > campinas –sp; 18/02/2017 22:00

<http://pizzaroots.com.br/> fabricação e serviços de Buffet pizza cone para festas em domicílios e eventos > São Paulo; 18/02/2017 22h00min.

<http://www.quefominha.com/> Fabricação de pizza cone e franquias – loja Gourmet>Paulínia- Sp18/02/2017 22h00min

<http://dqpizzadecone.com.br/> Buffet Pizza cone >Litoral – Sp; 18/02/2017 22:00

Pesquisa de metrô:

DEMANDA DE PASSAGEIROS POR LINHA - ANO: 2015 (EM MILHARES)

DEMANDA	Linha 1- Azul	Linha 2- Verde	Linha 3- Vermelha	Linha 5- Lilás	Linha 15- Prata	Rede
Total	309.774	150.025	358.960	79.748	521	899.028
Média dos dias úteis	1.059	531	1.211	269	5	3.073
Média dos Sábados	578	225	684	158	2	1.641
Média dos Domingos	325	136	414	83	1	959
Máxima Diária	1.142	573	1.288	292	6	3.288

Anexo 2

ESTOQUE INICIAL - APROXIMADO PARA 15 DIAS				
PRODUTOS	VALOR UNITARIO	UNIDADE DE MEDIDA	QUANTIDADE	VALOR TOTAL
Frango (peito)	R\$ 12,00	Kilo	40	R\$ 480,00
Calabresa	R\$ 10,00	Kilo	30	R\$ 300,00

<i>Queijo Mussarela</i>	<i>R\$ 60,00</i>	<i>Peça 4 kg</i>	<i>4</i>	<i>R\$ 240,00</i>
<i>Catupiry</i>	<i>R\$ 37,00</i>	<i>Bisnaga 1,5kg</i>	<i>5</i>	<i>R\$ 185,00</i>
<i>Tomate picado</i>	<i>R\$ 4,00</i>	<i>Kilo</i>	<i>10</i>	<i>R\$ 40,00</i>
<i>Azeitonas</i>	<i>R\$ 50,00</i>	<i>Balde 2 kg</i>	<i>3</i>	<i>R\$ 150,00</i>
<i>Queijo Parmesão</i>	<i>R\$ 52,00</i>	<i>Pacote 1 kg</i>	<i>5</i>	<i>R\$ 260,00</i>
<i>Milho</i>	<i>R\$ 12,65</i>	<i>Lata 2kg</i>	<i>5</i>	<i>R\$ 63,25</i>
<i>Bacon</i>	<i>R\$ 20,00</i>	<i>Kilo</i>	<i>2</i>	<i>R\$ 40,00</i>
<i>Cebola Picada</i>	<i>R\$ 2,50</i>	<i>Kilo</i>	<i>10</i>	<i>R\$ 25,00</i>
<i>Escarola Picada</i>	<i>R\$ 10,00</i>	<i>Embalagem 7kg</i>	<i>1</i>	<i>R\$ 10,00</i>
<i>Cheedar</i>	<i>R\$ 14,00</i>	<i>Bisnaga 1,5kg</i>	<i>5</i>	<i>R\$ 70,00</i>
<i>Alho</i>	<i>R\$ 14,00</i>	<i>Pote 1 kg</i>	<i>2</i>	<i>R\$ 28,00</i>
<i>Orégano</i>	<i>R\$ 25,00</i>	<i>Kilo</i>	<i>1</i>	<i>R\$ 25,00</i>
<i>Molho de tomate</i>	<i>R\$ 15,50</i>	<i>Lata 3kg</i>	<i>3</i>	<i>R\$ 46,50</i>
<i>Sal</i>	<i>R\$ 2,35</i>	<i>Kilo</i>	<i>1</i>	<i>R\$ 2,35</i>
<i>Embalagens</i>	<i>R\$ 0,14</i>	<i>Unidade</i>	<i>3900</i>	<i>R\$ 546,00</i>
<i>Copos descartáveis</i>	<i>R\$ 0,03</i>	<i>Unidade</i>	<i>3900</i>	<i>R\$ 127,92</i>
<i>Guardanapos</i>	<i>R\$ 0,03</i>	<i>Unidade</i>	<i>3900</i>	<i>R\$ 113,10</i>
TOTAL APROXIMADO				R\$ 2.752,12

COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO Rua Augusta, 1626 -
CEP 01304-902 - Cerqueira Cesar - Fax (11) 3283-5228 - Tel. (11) 3371-7411 CNPJ
nº 62.070.362/0001-06 - Inscrição Estadual nº 104.978.186.113 - São Paulo - SP -
Brasil.

INSTRUÇÕES DE IMPLANTAÇÃO E FUNCIONAMENTO DE ESPAÇOS COMERCIAIS NAS ESTAÇÕES DE METRÔ DE SÃO PAULO

1. OBJETIVO

1.1. Este documento tem por objetivo estabelecer instruções, informações técnicas e definição de responsabilidades que deverão ser utilizadas pelas CONCESSIONÁRIAS na implantação de espaços comerciais, de propriedade da COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO - METRÔ, localizadas nas estações.

1.1.1. As etapas serão: a) Elaboração de Projetos de Arquitetura, Instalações Civas e Sistemas; b) Implantação das obras; c) Funcionamento e exploração dos espaços comerciais; d) Limpeza e vigilância dos espaços comerciais; e) Conservação e manutenção das instalações; f) Obrigações e Responsabilidades.

1.2. A COMPANHIA DO METRÔ se reserva o direito de modificar as instruções apresentadas neste documento com o intuito de atender às exigências das normas e legislações brasileiras e aos avanços tecnológicos.

2. ABRANGÊNCIA

2.1. Espaços comerciais localizados nas Estações de Metrô identificados no contrato de Concessão de Uso por croquis ou desenhos específicos.

3. INSTRUÇÕES BÁSICAS

3.1. CRONOGRAMA

3.1.1. Deverá ser apresentado, em conjunto com os projetos de implantação, cronograma contendo todas as atividades pertinentes à implantação do espaço comercial, indicando as datas de entrega dos materiais, início e término de cada atividade para o devido acompanhamento da COMPANHIA DO METRÔ.

3.2. DETALHAMENTO DE PROJETOS

3.2.1. Deverão ser apresentados os Projetos Executivos e posteriores “As *Built*”, quando necessário, do espaço comercial para análise e aprovação pela COMPANHIA DO METRÔ, nas escalas exigidas e com dimensionamento (cotas), compreendendo: a) Plantas; b) Cortes; c) Fachadas; d) Detalhes, se necessários; e) Perspectivas das intervenções, quando exigidas, incluindo os elementos de comunicação visual;

GNG_06/2016 2 COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO Rua Augusta,

1626 - CEP 01304-902 - Cerqueira Cesar - Fax (11) 3283-5228 - Tel. (11) 3371-7411
CNPJ nº 62.070.362/0001-06 - Inscrição Estadual nº 104.978.186.113 - São Paulo -
SP - Brasil f) Memoriais descritivos dos projetos e respectivos materiais utilizados; g)
ART dos responsáveis técnicos pelos projetos de instalações; h) RRT do responsável
técnico pelo Projeto de Arquitetura; i) Todos os projetos deverão estar em
conformidade com as Normas da ABNT e legislações vigentes; j) Comprovante de
pagamento da Taxa de Fiscalização de Estabelecimento - TFE à Prefeitura da Cidade
de São Paulo.

3.3. DOCUMENTAÇÃO TÉCNICA

3.3.1. Os projetos deverão ser apresentados em formato padrão, conforme exigências
da COMPANHIA DO METRÔ. Os arquivos de referência serão fornecidos após a
assinatura do contrato.

3.4. APROVAÇÃO DE PROJETOS

3.4.1. Todos os projetos devem ser apresentados para aprovação prévia da
COMPANHIA DO METRÔ.

3.4.2. De acordo com as características da área concedida e das eventuais
adequações pretendidas, a CONCESSIONÁRIA responsabiliza-se pelo cumprimento
das exigências normativas e legais e pelas aprovações junto aos órgãos competentes
da Prefeitura de São Paulo, Concessionária de Energia e ao Corpo de Bombeiros da
Polícia Militar do Estado de São Paulo, necessárias à atividade exercida, bem como
pela adoção de todas as providências, na área de concessão, que forem exigidas para
obtenção do Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros-AVCB.

3.5. ARQUITETURA E COMUNICAÇÃO VISUAL

3.5.1. Deverão ser apresentados os Projetos Executivos de Arquitetura e
Comunicação Visual dos espaços comerciais.

3.5.2. A comunicação visual das áreas concedidas resume-se às fachadas dos
espaços comerciais e deverá ser prévia e expressamente aprovada pela
COMPANHIA DO METRÔ.

3.5.3. Os textos a serem apostos nas fachadas dos espaços comerciais não poderão
utilizar a fonte helvética (de uso oficial/ institucional da COMPANHIA DO METRÔ) de
modo a não interferir na comunicação visual da estação.

3.5.4. Cada espaço poderá utilizar até 01 letreiros na testeira, com dimensões a serem aprovadas pela COMPANHIA DO METRÔ. Não serão aceitas testeiras ou qualquer outra comunicação visual perpendicular à fachada.

3.5.5. Caso o espaço seja de esquina poderá ser utilizado um letreiro em cada face.

3.5.6. Na parede oposta ao acesso principal do espaço, com fundo fechado, poderá ser utilizado um único luminoso voltado para o interior da mesma. GNG_06/2016 3 COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO Rua Augusta, 1626 - CEP 01304-902 - Cerqueira Cesar - Fax (11) 3283-5228 - Tel. (11) 3371-7411 CNPJ nº 62.070.362/0001-06 - Inscrição Estadual nº 104.978.186.113 - São Paulo - SP - Brasil.

3.5.7. Ao término da concessão, os pisos e paredes das lojas deverão ser recompostos na sua condição original se a COMPANHIA DO METRÔ julgar necessário.

3.5.8. Nenhuma alteração de projeto poderá ser implantada sem a prévia aprovação da COMPANHIA DO METRÔ.

3.5.9. Cumprir todas as exigências legais referentes à acessibilidade, dotando o espaço de equipamentos para atendimento às pessoas portadoras de necessidades especiais, na forma prevista da legislação de regência, notadamente a ABNT NBR 9050:2004;

3.6. INSTALAÇÕES ELÉTRICAS

3.6.1. A alimentação elétrica dos espaços comerciais das estações poderá ser feita através da rede existente da COMPANHIA DO METRÔ, quando disponível e conforme divulgado durante o Processo Licitatório ou Publicação de Disponibilidade de Espaços.

3.6.2. A COMPANHIA DO METRÔ não disponibilizará carga elétrica além da estabelecida em Contrato.

3.6.3. A alimentação elétrica poderá ser feita através de Rede da Concessionária de Energia, em baixa tensão 220 v, sendo que a CONCESSIONÁRIA será a responsável por todos os trâmites, obras e encargos junto à Concessionária de Energia.

3.6.4. Todos os projetos de instalação (caminhamento de cabos, detalhamento, lista de materiais, aterramento, e outros necessários) deverão ser submetidos à aprovação da COMPANHIA DO METRÔ e da Concessionária de Energia.

3.6.5. Todos os projetos de caminhamento de cabos deverão ser independentes para alimentação dos espaços comerciais e deverão obedecer ao padrão da COMPANHIA DO METRÔ, utilizando eletrodutos de alumínio nas dependências da COMPANHIA DO METRÔ e, para tubulação enterrada, PVC com bitola mínima de 3/4", respeitando ocupação máxima conforme norma correspondente, mantendo a padronização de fixação de tubulação e caixas de passagem.

3.6.6. Todos os cabos para distribuição deverão ser do tipo isolação, antichama, não halogenados, para baixa tensão, certificados pelo INMETRO.

3.6.7. Deverá constar no projeto elétrico a utilização de fio flexível.

3.6.8. Os projetos elétricos dos espaços comerciais deverão obedecer às Normas: NBR 5410; NBR 60947-2; NBR 14136; NBR 13248; NBR 13570; NR10 e outras que se fizerem pertinentes.

3.6.9. Deverá ser apresentada documentação que comprove que os materiais elétricos a serem utilizados possuem certificação do INMETRO.

3.6.10. A Concessionária deverá instalar medidor de consumo elétrico particular para averiguação do consumo individual do espaço comercial, nos casos em que o fornecimento de energia for executado pela Companhia do Metrô e não diretamente pela rede concessionária. GNG_06/2016 4 COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO Rua Augusta, 1626 - CEP 01304-902 - Cerqueira Cesar - Fax (11) 3283-5228 - Tel. (11) 3371-7411 CNPJ nº 62.070.362/0001-06 - Inscrição Estadual nº 104.978.186.113 - São Paulo - SP - Brasil.

3.6.11. O Projeto Elétrico deverá conter: a) diagramas unifilares; b) Descrição dos equipamentos a serem instalados, bem como sua potência e consumo médio de energia. Não será permitida qualquer ligação irregular; c) Tabela de cargas em Watts; d) Detalhamento dos disjuntores de proteção que serão instalados com seus respectivos dimensionamentos; e) Previsão de uma única tomada para cada aparelho; f) Projeto de implantação, mostrando a infraestrutura desde o ponto de alimentação até o quadro de energia da loja; g) Planta sem layout de arquitetura, mostrando os locais de tomadas, interruptores, luminárias e quadro de energia; h) Projeto do frontal do painel (PL do Metrô), mostrando o local de instalação do disjuntor alimentador ou desenho do Centro de Medição informando local do relógio e disjuntor alimentador; i) Projeto de identificação de plaqueta nos painéis e disjuntores utilizados; j) Detalhamento dos cabos com bitola mínima de 2,5mm, respeitando a limitação de

corrente de acordo com a NBR correspondente; k) Projeto executivo de telecom e monitoramento identificando os eletrodutos, cabos e acessórios a serem utilizados.

3.7. INSTALAÇÕES HIDRÁULICAS (ÁGUA E ESGOTO)

3.7.1. Para os espaços que não possuem a disponibilidade de rede hidráulica e esgoto, a CONCESSIONÁRIA poderá solicitar a análise e aprovação da COMPANHIA DO METRÔ quanto à viabilidade técnica desta implementação.

3.7.1.1. Caso a utilização do espaço preveja o manuseio de alimentos deverão ser executadas as obras de adaptação hidráulica e de esgoto, conforme exigências da Vigilância Sanitária e segundo Orientações para Estabelecimentos Comerciais de Alimentos, publicação do Centro de Vigilância Sanitária – Secretaria do Estado da Saúde.

3.7.2. Todas as pias dos espaços comerciais que forem utilizadas para manuseio de alimentos deverão estar equipadas com trituradores de resíduos alimentares.

3.7.3. Deverá ser identificada a necessidade de instalação e caixa de gordura e a instalação será feita pela CONCESSIONÁRIA.

3.7.4. A CONCESSIONÁRIA deverá instalar medidor de consumo hidráulico particular para averiguação do consumo individual do espaço comercial.

3.7.5. Todos os encargos e adequações da infraestrutura serão de responsabilidade da CONCESSIONÁRIA.

3.8. SISTEMA DE VENTILAÇÃO/EXAUSTÃO E AR CONDICIONADO

3.8.1. Poderá ser utilizado sistema de ventilação/exaustão próprio para os espaços comerciais, onde viável, com aprovação prévia da COMPANHIA DO METRÔ. GNG_06/2016 5 COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO Rua Augusta, 1626 - CEP 01304-902 - Cerqueira Cesar - Fax (11) 3283-5228 - Tel. (11) 3371-7411 CNPJ nº 62.070.362/0001-06 - Inscrição Estadual nº 104.978.186.113 - São Paulo - SP - Brasil

3.9. SISTEMA DE TELECOMUNICAÇÃO – TELECOM

3.9.1. A CONCESSIONÁRIA poderá solicitar, à Concessionária de Telecomunicações, pares telefônicos para seu uso.

3.9.2. O caminhamento de cabos nas áreas públicas deverá ser executado conforme item 3.6.5.

3.9.3. Quando houver interferência com outros sistemas, todos os remanejamentos e adequações ficarão a cargo da CONCESSIONÁRIA.

3.10. SISTEMA DE PREVENÇÃO E COMBATE A INCÊNDIO

3.10.1. As condições específicas para que a COMPANHIA DO METRÔ autorize o início do funcionamento das atividades comerciais são:

3.10.1.1. Atestados do emprego de material de acabamento e revestimento correspondentes às Classes, conforme estabelecido pelo Instrumento Técnico – IT-10 do Corpo de Bombeiros da Polícia Militar do Estado de São Paulo: a) Piso – acabamento e revestimento: Classe I ou II-A; b) Parede e divisórias – acabamento e revestimento: Classe I ou II-A; c) Teto e Forro – acabamento e revestimento: Classe I ou II-A.

3.10.1.2. Instalação de extintores para incêndio de pó 4 Kg (quatro quilos) classe ABC, conforme IT vigente.

3.10.1.3. Adotar todas as providências necessárias para a instalação de Sistema de Prevenção Contra Incêndios, nos termos da legislação que rege a matéria, notadamente as normas específicas expedidas pelo Corpo de bombeiros da Polícia Militar do Estado de São Paulo, providenciando, quando necessário, a expedição de AVCB específico para as para as áreas licitadas.

3.11. MATERIAIS RECOMENDADOS

3.11.1. Todas as tubulações aparentes para implantação dos sistemas e instalações (elétrica, hidráulica, telecom, ar condicionado, etc.) deverão ter o caminhamento previamente aprovado pela COMPANHIA DO METRÔ e padronização de acabamento de acordo com as normas cabíveis de maneira a preservar a arquitetura da estação.

3.11.2. Os fechamentos deverão ser previamente analisados quanto à sobrecarga na estrutura da estação. Onde permitido, deverão ser executados com materiais leves.

3.11.3. Os fechamentos dos espaços concedidos deverão ser executados de forma a garantir a segurança patrimonial dos móveis e materiais existentes no interior dos espaços, sendo a CONCESSIONÁRIA integralmente responsável pela guarda e manutenção dos mesmos, inclusive em casos de roubo, furto ou vandalismo.

3.11.4. Não poderá ser utilizado laminado melamínico em qualquer parte componente do espaço comercial. GNG_06/2016 6 COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO Rua Augusta, 1626 - CEP 01304-902 - Cerqueira Cesar - Fax (11) 3283-5228 - Tel. (11) 3371-7411 CNPJ nº 62.070.362/0001-06 - Inscrição Estadual nº104.978.186.113 - São Paulo - SP - Brasil

4. PREMISSAS OPERACIONAIS PARA A IMPLANTAÇÃO E FUNCIONAMENTO DO ESPAÇO COMERCIAL

4.1. SERVIÇOS DE IMPLANTAÇÃO

4.1.1. Todos os serviços de implantação serão de responsabilidade da CONCESSIONÁRIA.

4.1.2. Para o início das atividades é pré-requisito a aprovação prévia dos projetos pela COMPANHIA DO METRÔ, na revisão atualizada.

4.1.3. Os projetos liberados devem ficar disponíveis na frente de obra para conferência da fiscalização.

4.1.4. Toda e qualquer implantação somente será liberada pela COMPANHIA DO METRÔ após a apresentação e aprovação de programação de atividades, baseada nos projetos, onde serão estabelecidos os horários de carga e descarga, transporte de materiais e equipamentos nas dependências de cada estação. Para execução dos serviços de implantação a CONCESSIONÁRIA deverá solicitar acesso a COMPANHIA DO METRÔ.

4.1.5. O acesso para realização das obras deverá ser solicitado antecipadamente à realização do serviço.

4.1.6. Todos os componentes utilizados nas instalações elétricas e de telecom deverão ser identificados por cor, marca/ logotipos impressos de forma indelével e anilhos, de forma a garantir o fácil entendimento das equipes de manutenção nas estações.

4.1.7. A CONCESSIONÁRIA deverá fornecer para uso dos empregados contratados a serviço da instalação do espaço comercial, crachá de identificação contendo nome completo, RG, foto e período do serviço, sendo que os empregados deverão registrar entrada e saída na SSO da estação.

4.1.8. Durante o período de implantação do espaço comercial, o ingresso dos empregados responsáveis pela instalação em área paga poderá ser feito através do PLBS - Passe Livre / Bilhete de Serviço da estação.

4.1.9. Os materiais a serem utilizados na instalação dos espaços comerciais deverão ser entregues à medida que forem utilizados, nas datas previamente agendadas, evitando interferência na circulação e segurança dos usuários e na operação da estação.

4.1.10. A CONCESSIONÁRIA deverá responsabilizar-se pela limpeza dos locais reservados às obras, armazenando e encaminhando o lixo e entulhos para local pré-determinado e que será indicado pela COMPANHIA DO METRÔ.

4.1.11. A contratação de caçambas e destinação final dos resíduos gerados são de responsabilidade da CONCESSIONÁRIA e devem obedecer às legislações vigentes.

4.1.12. A implantação dos espaços comerciais não poderá obstruir ou interferir no acesso aos equipamentos de segurança. Deverá ser observado recuo de 3m junto às escadas rolantes e fixas, a fim de não interferir na circulação e segurança dos usuários. GNG_06/2016 7 COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO
Rua Augusta, 1626 - CEP 01304-902 - Cerqueira Cesar - Fax (11) 3283-5228 - Tel. (11) 3371-7411 CNPJ nº 62.070.362/0001-06 - Inscrição Estadual nº 104.978.186.113
- São Paulo - SP - Brasil

4.1.13. O isolamento das áreas com tapumes, na cor branca ou cinza, para a circulação de operários e transporte de materiais e entulhos, bem como instalação de andaimes, bandejas de proteção e monta-cargas junto às áreas de circulação de usuários deverão ser indicados em projeto específico para prévia aprovação da COMPANHIA DO METRÔ.

4.1.14. Os serviços de instalações hidráulicas, elétricas e de sistemas internos às lojas poderão ser executados nos horários a serem estabelecidos pela COMPANHIA DO METRÔ.

4.1.15. Os serviços de implantação dos espaços comerciais que requeiram a instalação de suportes, eletrocalhas, disjuntores e lançamento de cabos elétricos e de telecom, externamente aos espaços demarcados deverão ser executados somente com acompanhamento, em período noturno e horários determinados pela COMPANHIA DO METRÔ, a fim de não interferir na circulação e segurança dos usuários.

4.1.16. A utilização de tomadas para ligação de equipamentos elétricos durante a instalação deverá ser autorizada pelo supervisor da estação.

4.1.17. Antes do funcionamento comercial dos espaços será realizado, pela COMPANHIA DO METRÔ, teste de instalação, de modo a verificar e declarar “boas para uso”, as instalações e os equipamentos, conforme projetos e especificações técnicas elaboradas pela CONCESSIONÁRIA e aprovadas pela COMPANHIA DO METRÔ.

4.2. FUNCIONAMENTO DA LOJA

4.2.1. É responsabilidade da CONCESSIONÁRIA manter todas as instalações e suas destinações em pleno funcionamento garantindo as condições de: regularidade, continuidade, eficiência, qualidade, conforto e segurança.

4.2.2. Os espaços comerciais poderão permanecer abertos ao público de 5h a 0h, de segunda-feira a domingo, devendo manter um período mínimo de 12 horas por dia útil sendo que o horário de funcionamento mínimo deverá ser das 8h às 20h de segunda à sexta-feira. O horário de funcionamento deverá ser divulgado aos usuários.

4.2.2.1. Será informado ao CONCESSIONÁRIO o horário de abertura e fechamento dos portões de acesso às estações que funcionam diferentemente do horário de funcionamento do Metrô e que possam interferir na operação do espaço comercial.

4.2.3. No interior dos espaços utilizados para comercialização de alimentos, deverá ser prevista a colocação de lixeiras com tampa de acionamento por pedal para depósito dos detritos descartados pelos usuários.

4.2.4. A CONCESSIONÁRIA deverá responsabilizar-se pela armazenagem/estocagem adequada dos produtos a serem comercializados, não podendo o mesmo utilizar-se de áreas não destinadas a tal finalidade.

4.2.5. A CONCESSIONÁRIA deverá responsabilizar-se pela disciplina dos empregados das lojas ou de terceiros a serviço do negócio durante sua permanência nas dependências da estação, comprometendo-se ainda, a orientá-los e treiná-los quanto ao respeito e cortesia, seja no relacionamento com seus companheiros, usuários ou empregados da COMPANHIA DO METRÔ. GNG_06/2016 8 COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO Rua Augusta, 1626 - CEP 01304-902 - Cerqueira Cesar - Fax (11) 3283-5228 - Tel. (11) 3371-7411 CNPJ nº 62.070.362/0001-06 - Inscrição Estadual nº 104.978.186.113 - São Paulo - SP - Brasil.

4.2.6. A CONCESSIONÁRIA deverá encaminhar à COMPANHIA DO METRÔ a relação dos empregados contratados, contendo: - Nome completo - Registro Geral (RG) - Foto - Turno de trabalho - Comprovação de vínculo empregatício - Estação onde presta o serviço.

4.2.6.1. Os empregados contratados a serviço da CONCESSIONÁRIA deverão utilizar crachá de identificação, contendo nome completo, RG, foto, turno de trabalho e estação em que presta serviço, fornecido pela CONCESSIONÁRIA, o qual deverá ser aprovado previamente pela COMPANHIA DO METRÔ.

4.2.6.2. O uniforme, caso venha a ser utilizado por empregados ou empresa contratada pela CONCESSIONÁRIA não poderá confundir-se com o uniforme utilizado pela COMPANHIA DO METRÔ.

4.2.7. O ingresso em área paga das estações, dos empregados contratados a serviço das lojas, ocorrerá através do PLBS – Passe Livre/Bilhete de Serviço, mediante a apresentação do crachá aprovado pela COMPANHIA DO METRÔ, somente na estação em que presta serviço e dentro de seu turno de trabalho. Fora desta condição o acesso será tarifado.

4.2.8. A CONCESSIONÁRIA deverá adotar todas as providências necessárias ao cumprimento das legislações e requisitos de segurança e saúde do trabalho de seus empregados, colaboradores, contratados, notadamente as exigências das Normas Regulamentadoras constantes da Portaria 3.214/78 do Ministério do Trabalho e Previdência Social.

4.2.9. As situações elencadas abaixo se constituem em impedimentos para a execução do objeto licitado nas áreas cedidas pelo Metrô: a) Não utilização dos EPIs adequados aos riscos observados nas atividades e ambientes; b) Trabalho em alturas superiores a 2 metros sem as proteções estabelecidas na NR 18, subitem 18.13 (Medidas de proteção contra quedas de altura); c) Trabalho em espaços confinados sem os treinamentos, equipamentos, procedimentos, análise de risco e proteção coletiva conforme estabelece a NR 33; d) Trabalho em instalações elétricas ou nas suas proximidades sem os treinamentos, equipamentos, procedimentos, análise de risco e proteção coletiva conforme estabelece a NR 10; e) Utilização de botijões de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP).

4.2.10. A CONCESSIONÁRIA será a única responsável pelas adequações necessárias ao bom funcionamento do negócio, em conformidade com a legislação vigente, normas e regulamentos da COMPANHIA DO METRÔ, em especial com as condições estabelecidas neste instrumento e contrato assinado.

4.2.11. A CONCESSIONÁRIA deverá informar o seu faturamento, bimestralmente, à COMPANHIA DO METRÔ, em documento emitido por escritório de contabilidade.

GNG_06/2016 9 COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO Rua Augusta, 1626 - CEP 01304-902 - Cerqueira Cesar - Fax (11) 3283-5228 - Tel. (11) 3371-7411
CNPJ nº 62.070.362/0001-06 - Inscrição Estadual nº 104.978.186.113 - São Paulo - SP - Brasil.

4.2.12. A CONCESSIONÁRIA deverá manter no estabelecimento comercial, objeto desta concessão, as notas fiscais referentes aos produtos em comercialização, para efeito de fiscalização.

4.2.13. A CONCESSIONÁRIA deverá manter, durante todo o período de concessão, sistema informatizado de controle e emissão de comprovantes fiscais para cada venda efetuada.

4.3. SEGURANÇA E TRANSPORTE DE VALORES

4.3.1. A CONCESSIONÁRIA deverá incorporar nas suas estruturas e instalações, as proteções físicas necessárias para garantia da segurança no local que ocupar atendendo as condições abaixo:

4.3.1.1. Nos espaços onde não seja possível o fechamento lateral até o teto da estação deverá ser prevista a cobertura com inclinação para frente, para impedir a ocultação de objetos;

4.3.1.2. Garantir a visibilidade interna de pelo menos uma face do espaço comercial, quando em funcionamento;

4.3.1.3. Instalar sistema de fechamento e fechaduras dos espaços comerciais adequados à segurança do local.

4.3.2. A CONCESSIONÁRIA poderá utilizar serviço de segurança particular ou vigilante desarmado. Nesse caso deverão, obrigatoriamente, utilizar uniforme na cor bege ou terno azul marinho e crachá de identificação. Em situação de anormalidade, o segurança particular ou vigilante, ficará subordinado às orientações do Centro de Controle de Segurança – CCS da COMPANHIA DO METRÔ.

4.3.3. A CONCESSIONÁRIA deverá comunicar imediatamente à COMPANHIA DO METRÔ as ocorrências de Segurança Pública nos espaços comerciais ou em seu entorno, devidamente registradas em Boletim de Ocorrência.

4.3.4. A CONCESSIONÁRIA não poderá utilizar o sistema metroviário como meio de transporte para retirada de valores e/ou sangria dos espaços.

4.3.5. O recolhimento de valores com o uso de carro forte somente poderá ser realizado após aprovação, da COMPANHIA DO METRÔ, de procedimento que contenha turno da retirada (manhã ou tarde) e nome da estação, a fim de evitar qualquer conflito com a operação/ manutenção do sistema.

4.3.6. A aprovação prévia da rotina de recolhimento não implica em responsabilidade da COMPANHIA DO METRÔ sobre qualquer incidente que venha ocorrer nessa operação.

4.3.7. Deverá ser comunicado imediatamente à SSO da Estação em caso de serem encontrados objetos abandonados, caixas, sacolas, pacotes e outros materiais estranhos localizados no local ou arredor dos espaços comerciais e, por medida de segurança, esses objetos ou materiais não devem ser tocados ou removidos.

5. FISCALIZAÇÃO / MANUTENÇÃO GNG_06/2016 10 COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO Rua Augusta, 1626 - CEP 01304-902 - Cerqueira Cesar - Fax (11) 3283-5228 - Tel. (11) 3371-7411 CNPJ nº 62.070.362/0001-06 - Inscrição Estadual nº 104.978.186.113 - São Paulo - SP - Brasil.

5.1. Para as áreas internas aos espaços comerciais, as atividades de manutenção serão de responsabilidade da CONCESSIONÁRIA e seus prepostos.

5.2. A COMPANHIA DO METRÔ terá a prerrogativa de inspecionar, a qualquer tempo, a regularidade de tais instalações de acordo com as normas técnicas pertinentes. Caso sejam constatadas irregularidades, a CONCESSIONÁRIA será notificada e deverá, no prazo estabelecido na notificação, promover a regularização das instalações.

5.3. A COMPANHIA DO METRÔ em conjunto com a CONCESSIONÁRIA poderá realizar inspeção nas instalações elétricas e outros sistemas a fim de garantir que as condições aprovadas em projeto permaneçam inalteradas.

5.4. A critério da COMPANHIA DO METRÔ e em função da gravidade do risco identificado, ela própria poderá interditar as instalações ou mesmo promover a regularização necessária, sem que caiba à CONCESSIONÁRIA quaisquer recursos ou indenizações e devendo a COMPANHIA DO METRÔ ser ressarcida pela CONCESSIONÁRIA, considerando-se: a) Custo da mão de obra, acrescida dos encargos sociais; b) Custo dos materiais aplicados, conforme preços registrados no sistema de materiais da COMPANHIA DO METRÔ.

5.5. A Concessionária deverá manter os dados atualizados de sua contraparte autorizada a tratar diretamente com a COMPANHIA DO METRÔ de forma que possibilite o contato 24 (vinte e quatro) horas por dia, durante todos os dias e atender prontamente quaisquer demandas de ordem emergencial, para saneamento de ocorrências ou falhas nos sistemas de sua responsabilidade.

5.6. A Concessionária não poderá, no âmbito das suas atividades de conservação e manutenção, trocar o tipo de material das instalações, bem como as próprias instalações, sem a prévia consulta e aprovação da COMPANHIA DO METRÔ, mesmo que sejam para simples atualização de instalações, equipamentos e componentes.

6. RESÍDUOS SÓLIDOS (LIXO)

6.1. A CONCESSIONÁRIA deverá cumprir as normas e diretrizes federais, estaduais e municipais e também as Normas da ABNT pertinentes aos resíduos sólidos gerados nas suas atividades, bem como seguir as determinações sobre o assunto, estabelecidas pela COMPANHIA DO METRÔ.

6.2. Deverão ser obedecidos pela CONCESSIONÁRIA os locais e os horários para o depósito do lixo, bem como as normas para esse recolhimento em comum acordo com a COMPANHIA DO METRÔ.

6.3. A Concessionária deverá acondicionar todos os resíduos gerados em consequência da execução dos serviços objeto deste instrumento contratual, sejam eles sólidos, semissólidos, ou líquidos, em recipiente adequado onde haja um correto fechamento e vedação dele. Estes recipientes devem ser manuseados de forma a evitar que vazem ou se rompam, de acordo com as orientações dos serviços locais de limpeza urbana, utilizando-se de sacos impermeáveis, contidos em recipientes identificados, se houver coleta seletiva, de acordo com as cores: Azul para papéis, Amarelo para metais, Verde para vidros, Vermelho para plásticos, GNG_06/2016 11 COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO Rua Augusta, 1626 - CEP 01304-902 - Cerqueira Cesar - Fax (11) 3283-5228 - Tel. (11) 3371-7411 CNPJ nº 62.070.362/0001-06 - Inscrição Estadual nº 104.978.186.113 - São Paulo - SP - Brasil Marrom para resíduos orgânicos, Cinza para demais resíduos. Caso não haja este gênero de coleta, não se faz necessária a padronização.

6.4. Todos os resíduos acondicionados devem ser armazenados dentro da área contratada e de modo que não causem riscos à saúde pública e à qualidade do meio ambiente.

6.5. A destinação final dos resíduos é de inteira responsabilidade da CONCESSIONÁRIA e deverá obedecer às regras acordadas com a COMPANHIA DO METRÔ, às Normas e leis vigentes.

6.6. Caso a CONCESSIONÁRIA se enquadre como sendo grande geradora de resíduos sólidos, tal como previsto nas Legislações Municipais, deverá adotar todas as providências necessárias ao fiel cumprimento dessa legislação.

7. VEDAÇÕES

7.1. Comercializar qualquer tipo de carga ou recarga de créditos eletrônicos de cartões inteligentes do sistema Bilhete Único ou qualquer outro tipo de créditos eletrônicos do segmento de transporte de passageiros;

7.2. Comercializar produtos falsificados, de origem desconhecida ou ilícita, tóxicos, fora de validade, ou que não atendam as Normas e regulamentos legais;

7.3. Comercializar qualquer produto sem Nota Fiscal/Cupom;

7.4. Comercializar/expor produtos político-partidários, de cunho religioso, a guarda ou depósito de produtos explosivos, inflamáveis ou de natureza perigosa;

7.5. A exploração comercial de bens ou atividades que infrinjam a legislação vigente e aquelas que possam prejudicar o desenvolvimento operacional do sistema metroviário;

7.6. A veiculação de propaganda objeto de restrição por parte do Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária – CONAR;

7.7. A permanência nas áreas ocupadas em horários distintos ao horário de operação comercial da estação, salvo por autorização expressa da COMPANHIA DO METRÔ;

7.8. A utilização de aparelhos radiofônicos, alto falantes ou congêneres, que sejam ouvidos fora das áreas ocupadas, bem como algazarras, distúrbios e ruídos;

7.9. A ocupação de fachadas externas e áreas comuns, com mercadorias, cartazes, propagandas, indicações e dizeres congêneres.

7.10. A publicidade na forma de distribuição de panfletos, circulares e outros, salvo por autorização expressa da COMPANHIA DO METRÔ.

7.10.1. Material de divulgação do espaço comercial, quando permitido, não poderá prejudicar a visualização dos equipamentos de segurança, comunicação visual, bem como demais painéis de sinalização e informação relativas à COMPANHIA DO METRÔ. GNG_06/2016 12 COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO Rua Augusta, 1626 - CEP 01304-902 - Cerqueira Cesar - Fax (11) 3283-5228 - Tel. (11) 3371-7411 CNPJ nº 62.070.362/0001-06 - Inscrição Estadual nº 104.978.186.113 - São Paulo - SP - Brasil.

7.11. A comercialização e distribuição de bebidas alcoólicas e a comercialização e divulgação de cigarros em qualquer área de propriedade da COMPANHIA DO METRÔ;

7.12. Para as áreas internas licitadas destinadas ao ramo de alimentação, não será permitido o preparo de frituras e todos os modos de produção de alimentos que necessitem de exaustão, nos espaços objeto da Concessão. Excetuam-se os modos de produção de alimentos e preparo de frituras executados por meio de novas tecnologias, capazes de comprovadamente não exalar fumaça e/ou odores, desde que previamente aprovadas pelas áreas técnicas competentes da COMPANHIA DO METRÔ, assim como os modos de preparo realizados por meio de “operação seca”;

7.13. Utilização de gás, salvo em locais de acesso e/ou ao nível da rua, desde que expressamente indicado no Contrato e aprovado pelo Corpo de Bombeiros.

7.14. No caso de ocupação com ligação de infraestrutura de água e esgoto, não será permitido o descarte de resíduos orgânicos e/ou sólidos na rede de esgoto.

7.15. Atuar fora da área concedida, em qualquer tipo de abordagem aos usuários e empregados de estação para oferecimento ou divulgação dos produtos;

7.16. Fumar nas áreas das estações do sistema metroviário na forma determinada em lei;

7.17. Realizar refeições nos espaços licitados;

7.18. O transporte de materiais de dimensões que excedam a 1,50m x 0,60m x 0,30m e fora do horário estabelecido;

7.19. Transportar volumes, máquinas e equipamentos utilizando-se dos meios rodantes das estações, como por exemplo, elevadores, escadas e esteiras rolantes, entre outros;

7.20. O uso gratuito de metrô para transporte de empregados, lojistas e terceiros;

7.21. O uso de qualquer equipamento das estações tais como telefones, sistema de audição pública, microcomputador, bem como a circulação e/ou a utilização das áreas internas das estações;

7.22. A utilização das torneiras da estação ou dos sanitários públicos, para a lavagem de utensílios ou preparação de alimentos;

7.23. A utilização de benjamim, extensões, régua e soluções análogas, para ligação dos aparelhos elétricos, sendo que a instalação de “nobreak” é permitida, desde que sua utilização não caracterize a função de extensão/régua elétrica;

7.24. A alteração do leiaute ou comunicação visual aprovado inicialmente, sem prévia autorização da Companhia do Metrô;

7.25. Alterar o mix de produtos sem prévia e expressa autorização da COMPANHIA DO METRÔ;

7.26. Ceder, transferir ou emprestar, no todo ou em parte, as áreas objeto da licitação, sem a prévia e expressa autorização da COMPANHIA DO METRÔ. GNG_06/2016 13 COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO Rua Augusta, 1626 - CEP 01304-902 - Cerqueira Cesar - Fax (11) 3283-5228 - Tel. (11) 3371-7411 CNPJ nº 62.070.362/0001-06 - Inscrição Estadual nº 104.978.186.113 - São Paulo - SP - Brasil.

7.27. A ocupação ou depósito de mercadorias de natureza inflamável, explosiva ou perigosa.

7.28. A utilização da marca Metrô, logotipos, símbolos ou cores que remetam ou se associem de forma a vincular, a comercialização/negócio específico proposto com a COMPANHIA DO METRÔ;

8. OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DA CONCESSIONÁRIA

8.1. As obrigações e responsabilidades abaixo relacionadas deverão ser expressamente atribuídas à (s) futura (s) CONCESSIONÁRIA (s):

8.1.1. Encargos de implantação, manutenção, limpeza e vigilância, com todos os custos, bem como o pagamento dos tributos, caso existam, referentes às áreas licitadas, a partir da assinatura do contrato;

8.1.2. Executar, com recursos próprios, todas as instalações e estruturas necessárias à exploração comercial da área, devendo para isso desenvolver as ações necessárias à sua implantação, requerendo a expressa aprovação da COMPANHIA DO METRÔ, sempre que necessário;

8.1.3. Arcar com a responsabilidade decorrente de todas as obrigações e compromissos contraídos, bem como por todos os encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais, securitários, comerciais, tributários e outros que porventura venham incidir sobre o objeto da Concessão;

8.1.4. Responsabilizar-se integralmente pelos danos ou prejuízos causados à COMPANHIA DO METRÔ e/ou a terceiros, oriundos de dolo ou culpa durante a execução do Contrato, diretamente ou por seus prepostos, empregados ou terceiros contratados;

8.1.5. Assumir a responsabilidade por quaisquer danos, sejam pessoais ou patrimoniais à COMPANHIA DO METRÔ e seus empregados, por terceiros ou seus usuários e consumidores e deverá ressarcir os prejuízos ocorridos, eximindo a COMPANHIA DO METRÔ de qualquer responsabilidade;

8.1.6. Contratar seguros e encaminhar as apólices para a COMPANHIA DO METRÔ, para as seguintes coberturas: a) Seguro de Responsabilidade Civil para cobertura de casos que, em virtude da existência, uso, conservação e vigilância do objeto do contrato possam demandar sanções indenizatórias, por danos pessoais e/ou materiais a terceiros, nos termos da legislação pertinente e vigente, bem como das edificações; b) Seguro contra incêndio com cobertura do mobiliário, instalações e equipamentos da CONCESSIONÁRIA e das edificações, caso existam, na área objeto do futuro contrato.

8.1.7. Pagar quaisquer despesas, tributos, tarifas e emolumentos ou contribuições federais, estaduais ou municipais da área objeto do contrato de concessão de uso, que decorrerem da utilização do imóvel, bem como da exploração comercial das atividades, inclusive encargos previdenciários e securitários; GNG_06/2016 14 COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO Rua Augusta, 1626 - CEP 01304-902 - Cerqueira Cesar - Fax (11) 3283-5228 - Tel. (11) 3371-7411 CNPJ nº 62.070.362/0001-06 - Inscrição Estadual nº 104.978.186.113 - São Paulo - SP - Brasil.

8.1.8. Arcar com o ressarcimento à COMPANHIA DO METRO das despesas decorrentes da ocupação, como consumo de energia elétrica dentre outras. A cobrança será feita por meio de emissão de documento de cobrança com base na apuração dos custos;

8.1.9. Cumprir à CONCESSIONÁRIA e aos seus empregados ou prepostos: a) acatar as determinações da Companhia do Metrô; b) conduzir-se com atenção e urbanidade; c) Abster-se da prática de atos atentatórios à segurança; d) adotar as providências necessárias para que esteja fisicamente presente pessoa competente para responder em nome da CONCESSIONÁRIA durante o período em que o espaço comercial permanecer em funcionamento; e) solicitar autorização prévia da Companhia do Metrô para realizar manutenção.

8.1.10. No caso de comercialização ou prestação de serviços de produtos cosméticos e farmacêuticos, a CONCESSIONÁRIA deverá apresentar prova de Registro de Produtos no Ministério da Saúde, junto ao mix dos produtos a serem comercializados

ou serviços a serem prestados, nos termos da legislação federal, estadual e municipal que rege a matéria.

8.1.11. Em caso de comercialização ou prestação de serviços de alimentação, bebida e outros análogos, a CONCESSIONÁRIA deverá atender rigorosamente a legislação sanitária federal, estadual e municipal, entre elas as determinações da COORDENAÇÃO DE VIGILÂNCIA EM SAÚDE - COVISA, especialmente quanto aos itens abaixo elencados: a) Reserva de espaço adequado para manipulação dos alimentos e circulação; b) Pia para higienização das mãos com instruções do método correto; c) Abertura da estrutura que permita a entrada e saída dos trabalhadores na posição ereta; d) Utilização de uniforme completo, incluindo touca e demais “EPIs” referentes à manipulação de alimentos. e) Registro de controle da validade e temperatura dos alimentos; f) Registro de rastreabilidade dos alimentos (fornecedores); g) Cadastro municipal de vigilância em saúde; h) Atestados Médicos dos colaboradores e i) Manual de boas práticas para manipulação de alimentos sempre disponível para consulta.

8.1.12. Em caso de comercialização ou prestação de serviços de salão de beleza, cabelereiro, barbeiro, depilação, manicure, pedicuro, podologia, estética e outros análogos, a CONCESSIONÁRIA deverá atender rigorosamente a legislação sanitária federal, estadual e municipal, entre elas as determinações da COORDENAÇÃO DE VIGILÂNCIA EM SAÚDE—COVISA.

8.1.13. Caso sejam constatadas situações que possam caracterizar transgressões às normas técnicas, regulamentos e leis em vigor caberá à CONCESSIONÁRIA comunicar imediatamente à COMPANHIA DO METRÔ, por escrito, sobre tal possibilidade e adotar as providências necessárias para que eventuais irregularidades sejam sanadas.

8.1.14. Todas as benfeitorias executadas pela CONCESSIONÁRIA sejam úteis necessárias e/ou voluptuárias, efetuadas nas áreas de propriedade da COMPANHIA DO METRÔ, ficarão a ela incorporadas, a exclusivo critério da GNG_06/2016 15 COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO Rua Augusta, 1626 - CEP 01304-902 - Cerqueira Cesar - Fax (11) 3283-5228 - Tel. (11) 3371-7411 CNPJ nº 62.070.362/0001-06 - Inscrição Estadual nº 104.978.186.113 - São Paulo - SP - Brasil mesma, sem que caiba à CONCESSIONÁRIA ressarcimento de qualquer espécie. As

benfeitorias não poderão ensejar o pleito de renovação, indenização ou prorrogação do instrumento contratual.

8.1.15. Todo e qualquer documento ou objeto encontrado no interior dos espaços comerciais ou em suas adjacências (se não for identificado o proprietário), deverá ser entregue na SSO da estação, que encaminhará à Central de Achados e Perdidos – CAP da COMPANHIA DO METRÔ.

8.1.16. Em caso de acidente ou mal súbito de empregados a serviço da CONCESSIONÁRIA, esta deverá encaminhar a vítima, conforme Plano de Atendimento na Ocorrência de Mal Súbito ou Acidente com Empregados acordado com a COMPANHIA DO METRÔ. Quando do encaminhamento pela COMPANHIA DO METRÔ, a CONCESSIONÁRIA deverá ressarcir os custos decorrentes da remoção, mediante pagamento de Documento de Cobrança.

8.1.17. A CONCESSIONÁRIA deverá executar os serviços de limpeza interna do espaço comercial continuamente, de forma a manter as áreas sempre limpas.

8.1.18. A execução dos serviços de limpeza profunda (lavação, etc.) deverá ocorrer fora do horário da operação comercial do sistema metroviário.

8.1.19. A execução dos serviços de limpeza deverá considerar, ainda, a segurança dos usuários e empregados, ou seja, não será permitida atividade de risco sem os devidos cuidados ou que prejudiquem o fluxo da estação.