



CAÁLA
INSTITUTO SUPERIOR POLITÉCNICO

**DEPARTAMENTO DE ENSINO E INVESTIGAÇÃO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS
E EMPRESARIAIS**

CURSO DE LICENCIATURA EM CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

MARIANA IMACULADA ANTUNES

**CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS DE
BUFFET E DECORAÇÃO NA CENTRALIDADE DA CAÁLA-HUAMBO**

CAÁLA/2023

MARIANA IMACULADA ANTUNES

**CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS DE
BUFFET E DECORAÇÃO NA CENTRALIDADE DA CAÁLA-HUAMBO**

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado ao Departamento de Ensino e Investigação, como requisito parcial à obtenção de grau de Licenciatura, no Curso de Ciências Empresariais do Instituto Superior Politécnico da Caála.

Orientador: Agostinho Chitanda Miguel

CAÁLA/2023

A minha família, os meus filhos, meus pais, irmãos, meus colegas que desde o princípio da nossa formação, formamos uma equipe, Vasco, Cinco Reis, Simão, Lelo, Creusa, Carina, Clementina e outros. Aos meus queridos professores, em especial o nosso tutor Dr. Agostinho Chitanda Miguel, Dr. Edson, Osvaldo, Amélia e outros que desde sempre nos encorajaram a ser determinados. Ao Armando António, Marcelo e o Emiliano, sem esquecer o jovem da reprografia que incansavelmente nos prestou o devido apoio.

Dedico a todos estes, esta obra.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar venho agradecer a Deus Pai Todo-Poderoso, com Ele, tudo é possível, tendo me proporcionado vida e saúde.

Agradeço aos meus pais, pois eles são a razão da minha existência, porque sem eles eu não estaria a dar mais um passo agora. Agradeço também aos meus filhos que incansavelmente me apoiaram, aos meus colegas que me foram de grande ajuda durante o ciclo formativo, especialmente os da Turma de Gestão de Empresas.

De uma forma especial, agradeço também aos estimados professores que fizeram com que este trabalho fosse uma realidade com as suas claras e concisas explicações ao transmitir o conhecimento.

A direção do Instituto Superior Politécnico da Caála, em particular o Prof. Doutor Hélder Chipindo com a sua grande equipa Multidisciplinar.

Ao Armando, Marcelo muito obrigado, bem como aqueles que de forma directa ou indirecta contribuíram para o êxito da minha formação.

RESUMO

A presente pesquisa tem como objectivo Criar uma empresa prestadora de serviços de Buffet na Centralidade da Caála. A criação de uma empresa prestadora de serviços de buffet e decoração é uma jornada que envolve a fusão de criatividade, planejamento estratégico e comprometimento com a excelência. Nesse cenário dinâmico da indústria de eventos, cada detalhe importa e contribui para a construção de momentos inesquecíveis para os clientes. Destacam-se a importância da coordenação detalhada dos serviços de buffet. Isso envolve desde a criação do cardápio até a seleção dos fornecedores e a organização da preparação dos pratos. Um elemento-chave é a diferenciação, que envolve a definição de uma proposta de valor única. Para o efeito fez-se recurso a pesquisa descritiva numa abordagem quantitativa para analisar a viabilidade do negócio, a população é constituída pelos moradores da centralidade Faustino Muteka. A análise de resultados de acordo a pesquisa, evidenciou a importância de uma empresa na Centralidade Fernando Faustino Muteka, dada a distância com a cidade sede da Caála, já que o local não dispõe de uma empresa que presta tais serviços.

Palavras-Chave: Buffet, Decoração, Marketing e Investimento.

ABSTRACT

This research aims to create a company providing catering services in the Centrality of Caála. The creation of a company providing catering and decoration services is a journey that involves the fusion of creativity, strategic planning and commitment to excellence. In this dynamic scenario of the events industry, every detail matters and contributes to the construction of unforgettable moments for customers. The importance of detailed coordination of buffet services is highlighted. This involves from the creation of the menu to the selection of suppliers and the organization of the preparation of the dishes. A key element is differentiation, which involves defining a unique value proposition. For this purpose, descriptive research was used in a quantitative approach to analyze the viability of the business, the population is constituted by the residents of the Faustino Muteka centrality. The analysis of results according to the research, evidenced the importance of a company in the Centrality Fernando Faustino Muteka, given the distance with the headquarters city of Caála, since the place does not have a company that provides such services.

Keywords: Buffet, Decoration, Marketing and Investment

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 Ficha Técnica de Projecto	28
Tabela 2 Cálculos de Receitas	30
Tabela 3 Despesas imobilizado	31
Tabela 4 . Mapa de equipamento básico.	31
Tabela 5 Mapa de equipamentos administrativos.....	32
Tabela 6 Mapa de custo o pessoal.....	32

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1 JUSTIFICATIVA	11
1.1.1 Situação Problemática.....	11
1.2 OBJECTIVOS	11
1.2.1 Geral.....	11
1.2.2 Específicos	12
1.3 ESTRUTURA DO TRABALHO	12
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-EMPÍRICA	13
2.1 CONCEITO DE BUFFET E DECORAÇÃO EM EVENTOS.....	13
2.1.1 Tendências atuais no mercado de eventos	13
2.1.2 Estágio I: levantamento de informações	14
2.1.3 Estágio II: planejamento e organização	15
2.2 IMPORTÂNCIA DA QUALIDADE NOS SERVIÇOS DE BUFFET E DECORAÇÃO	16
2.3 ASPECTOS FINANCEIROS E LOGÍSTICOS NA CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS.....	16
2.3.1 Aspectos Financeiros:	17
2.3.2 Aspectos Logísticos:	17
2.4 ANÁLISE DO MERCADO DE EVENTOS E SERVIÇOS DE BUFFET E DECORAÇÃO	18
2.5 PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS PARA A CRIAÇÃO DA EMPRESA.....	18
2.6 GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS E TREINAMENTO.....	19
2.6.1 Seleção e contratação de equipe qualificada	19
2.7 TREINAMENTO EM ATENDIMENTO, GASTRONOMIA E DECORAÇÃO.....	20
2.8 LOGÍSTICA E PRODUÇÃO DE EVENTOS.....	21
2.9 COORDENAÇÃO E EXECUÇÃO DE SERVIÇOS DE BUFFET E DECORAÇÃO	22
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	23
3.1 TIPO DE PESQUISAS	23
3.2 PESQUISA QUANTO AOS OBJECTIVOS	24
3.2.1 Pesquisa Bibliográfica	24
3.2.2 Pesquisa Descritiva.....	24
3.2.3 Quanto à Abordagem do Problema	24
3.2.4 Pesquisa Quanto ao Procedimento	24

3.2.5	Técnicas de colecta de dados	25
3.2.6	Técnicas de análise e tratamento de dados.....	25
3.2.7	População e amostra	26
3.2.8	Horizonte temporal da pesquisa	27
3.3	CARACTERIZAÇÃO DA CENTRALIDADE FERNANDO FAUSTINO MUTEKA	27
4.	DESCRIÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	28
4.1	FICHA TÉCNICA DO PROJECTO	28
4.1.1	Localização do Projecto.....	28
4.2	FORMULAÇÃO DA MISSÃO, VISÃO E VALORES	29
4.2.1	Projectão de atendimento do aluguer do salão	29
4.2.2	Projectão do atendimento da bebida	30
4.2.3	Fornecedores	30
4.2.4	Viabilidade técnica	32
4.2.5	Viabilidade Legal	33
4.2.6	Normas e regulamentos específicos.....	33
5.	CONCLUSÕES	34
6.	RECOMENDAÇÕES.....ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.	
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	35

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho intitulado: criação de uma empresa prestadora de serviços de buffet e decoração na centralidade da caála-huambo, teve como campo de pesquisa a centralidade da Caála.

A indústria de eventos é um cenário dinâmico e emocionante, onde a criatividade encontra a celebração e os momentos especiais ganham vida. Dentro desse contexto, a criação de uma empresa prestadora de serviços de buffet e decoração surge como uma oportunidade única de deixar uma marca marcante nos momentos mais importantes da vida das pessoas, Kotler (2016).

“No entanto, essa jornada não se trata apenas de pratos saborosos e decorações atraentes; é uma fusão de planejamento estratégico, paixão pelo detalhe e busca incessante pela excelência. Kotler e Keller (2012)”.

Ao unir as orientações de autores renomados no campo de empreendedorismo, administração e indústria de eventos, desvendaremos estratégias para diferenciar-se no mercado, alcançar um público-alvo amplo e cativar os clientes com experiências memoráveis. Esses autores compartilham insights valiosos que podem orientar os passos desde o planejamento financeiro até a gestão de operações e a inovação contínua.

Os autores também destacam a necessidade de inovação contínua e de adaptação às tendências do mercado. A indústria de eventos é fluida e em constante evolução. Novas ideias, conceitos e estilos de decoração estão sempre emergindo. Manter-se atualizado e aberto a mudanças é fundamental para permanecer relevante e atraente para os clientes.

Além disso, a importância do atendimento ao cliente não pode ser subestimada. A capacidade de compreender as expectativas dos clientes, lidar com solicitações especiais e proporcionar um serviço excepcional pode fazer a diferença entre um cliente satisfeito e um cliente encantado, que não apenas retorna, mas também recomenda seus serviços.

A criação de uma empresa de buffet e decoração não é apenas sobre oferecer um serviço, mas sobre criar momentos que serão lembrados por toda a vida.

A gastronomia e a decoração são elementos que podem transformar um evento comum em algo extraordinário. No entanto, o sucesso não é apenas medido pela aparência visual e pelo

sabor dos pratos, mas também pela habilidade de orquestrar todos os aspectos do evento de maneira coordenada e perfeita. A sincronização precisa entre a equipe de cozinha, a equipe de decoração e outros fornecedores é o que cria a magia por trás de cada evento bem-sucedido.

1.1 Justificativa

A razão da escolha deste tema, pretende-se com a importância do terceiro sector da economia. O estudo de caso está versado na criação de uma empresa prestadora de serviços e sua relação na criação de emprego: Estudo de caso na Centralidade da Caála. O fundamento da escolha do local prende-se com o facto da escassez se não mesmo inexistência de salão de festas.

1.1.1 Situação Problemática

A crise financeira que se tem vivido nos últimos anos, tem afectado vários sectores da economia, deste modo a taxa de desemprego no país é elevada, há uma franja da sociedade de idade activa que está desempregada. Para a economia taxa de desemprego elevada representa desperdício de recursos, e uma análise do terceiro sector é de extrema importância, porque é um sector que cria sinergias a outros sectores, e por sua vez muitos postos de trabalho podem ser gerados por via do programa da diversificação da economia.

Os constantes despedimentos, a elevada taxa de desemprego consequência da crise económica, despertou nos pequenos e médios empresários a necessidade de criar novos negócios. Existe um défice de serviços de restauração neste localidade, o que obriga os consumidores a percorrerem grandes distâncias. Diante do exposto acima formulou-se a seguinte pergunta de investigação:

Como garantir oferta de serviços de Buffet aos moradores da Centralidade da Caála?

Para dar resposta a pergunta de pesquisa formulou-se os seguintes objectivos:

1.2 Objectivos

1.2.1 Geral

Criar uma empresa prestadora de serviços de Buffet na Centralidade da Caála

1.2.2 Específicos

1. Fundamentar teoricamente o tema a luz da literatura;
2. Elaborar um Plano de negócio da Empresa (MIA);
3. Fazer o estudo de viabilidade económica e financeira do projecto.

1.3 Estrutura do trabalho

O presente trabalho está constituído por três capítulos além desta breve introdução sendo: o primeiro capítulo composto por toda literatura consultada no âmbito desta pesquisa, o segundo capítulo pela metodologia aplicada e no terceiro capítulo consta a apresentação dos dados, análise e discussão de resultados bem como a breve conclusão.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-EMPÍRICA

2.1 Conceito de buffet e decoração em eventos

Buffet é um estrangeirismo (oriundo da língua francesa) embora usado nos países lusófonos. Pode ser uma modalidade de servir as refeições. Num buffet, o comensal encontra a comida pronta a ser consumida numa mesa de grandes dimensões. Posto isto, cada pessoa pode servir-se daquilo que deseja e na quantidade que quiser.

A decoração em eventos desempenha um papel crucial na criação da atmosfera desejada, na definição do tema e no estabelecimento de um ambiente acolhedor e visualmente atraente.

Decoração é um conceito que diz respeito ao processo ou aos elementos usados para enfeitar um local. Pode ser uma área externa ou interna, residencial ou comercial. Os itens precisam estar dispostos de uma maneira harmônica e bela.

A decoração é um trabalho para “alimentar os sentidos”. Conforme a sua criação, ela irá transmitir diferentes sensações a quem está no ambiente. A decoração pode transmitir, por exemplo, sensações como aconchego, convivência, produtividade, lazer etc.

2.1.1 Tendências atuais no mercado de eventos

Um evento é qualquer acontecimento o qual reúna pessoas com o mesmo objetivo, e onde possam discutir sobre os mesmos interesses. É um tipo de comunicação aproximativa. Além disso, no contexto das relações públicas, é uma atividade planejada, coordenada e organizada, que visa atingir objetivos preestabelecidos e definidos.

O evento é um acontecimento que possui relações econômicas e sociais, tem sua origem com a civilização e a cada período histórico veio se desenvolvendo nos seus mais variados tipos e objetivos, a fim de estabelecer contato aproximativo entre pessoas. Apesar do surgimento da tecnologia, que já aproxima as pessoas sem necessariamente estarem fisicamente juntas, os eventos tiveram um rápido crescimento no mercado e uma importância na promoção da imagem das empresas e principalmente para estreitar o relacionamento com seus públicos de interesse (BARROS, 2016, p.7).

Evento é componente do mix da comunicação, que tem por objetivo minimizar esforços, fazendo uso da capacidade sinérgica da qual dispõe o poder expressivo no intuito de engajar pessoas numa ideia ou ação (MATIAS, 2003).

Dentre diversos eventos realizados, ainda persistem as memórias desagradáveis de promoções mal organizadas ou despreparadas em diversos

aspectos. Muitas organizações promovem tais eventos, mas não estabelecem seus propósitos de maneira clara, dificultando seu relacionamento com o público e o alcance de seus objetivos. Para alguns autores, isso ocorre devido à falta de um profissional adequado para gerir tais situações.

Eventos têm propósitos bem definidos e a sua aplicação de forma equivocada pode causar prejuízos, indo contra os objetivos recém citados. Como lembra Fortes (2011, p. 36),

“[...] atribuir incumbências a pessoas sem preparo específico – podem comprometer não apenas o evento em si, mas também a imagem e o conceito associados à organização e aos seus produtos e serviços”.

Giacaglia (2011) monta um perfil de gestor de eventos, listando e descrevendo suas características primordiais. Para a autora, nessa área, o profissional que tem visão estratégica se eleva a outro nível, deixando de ser operacional e aumentando suas chances de crescer profissionalmente. Mais que somente organizar o evento, a visão estratégica consiste em entendê-lo, saber por que acontece, como pode atingir os objetivos da melhor forma, e como se alia à visão da empresa e cria oportunidades.

Kunsch (2009, p. 198-199), também ressalta a importância que esse profissional agrega à missão de sua empresa, afirmando que nos dias de hoje nenhuma empresa sobrevive apenas de lucro financeiro.

Fortes (2011) divide a organização dos eventos em 4 etapas, descritas nos tópicos a seguir:

2.1.2 Estágio I: levantamento de informações

Consiste em um estudo para viabilidade econômica. É elaborado um plano inicial, traçando as linhas gerais do evento, que funciona como um esboço a ser apresentado ao promotor/contratante ou organizador. Também engloba: natureza do evento, estudo da viabilidade e decisão de prosseguir.

Natureza do Evento

É o primeiro passo para a análise do evento, definir qual sua natureza, ou seja, qual tipo de evento que atenderá aos objetivos claros, precisos, amplos e específicos. Também serão essenciais para definir a justificativa para a realização do evento, resultados a serem alcançados e as expectativas.

Também devem ser analisadas as estratégias iniciais, ou seja, as possibilidades para a realização de um evento, envolvendo levantamento de recursos disponíveis, infraestrutura,

serviços, possíveis locais, quantidade de pessoas e outros componentes para a macro visão do evento.

A segunda etapa consiste: definir o público de interesse. Essa definição é essencial para que se possam desenvolver as demais etapas do planejamento.

O passo seguinte é definir o temário do evento, que determinará todas as decisões com respeito à realização e à organização. Deve ser objetivo, impactante, atual, e sintetizar todas as metas esperadas com o evento.

Nessa fase, deve-se fazer uma análise situacional, uma análise dos ambientes interno e externo, para detectar as ameaças, oportunidades e fatores condicionantes ligados à realização do evento.

Estudo da viabilidade

É preciso definir de onde virão os recursos e como serão aplicados, além de identificar alguns aspectos essenciais ao orçamento, como: disponibilidade de suporte financeiro do setor público/privado; nível de apoio político; recursos do local em que o evento será realizado; possíveis patrocinadores e formas de captação de recursos. O mais importante neste estudo é pensar de modo inteligente e profissional, elaborando diferentes formas para obter equilíbrio entre receitas e despesas.

Após a análise de custos, elabora-se o orçamento geral, incluindo todos os itens materiais e humanos para a alocação de verbas. O processo orçamental inclui a fixação dos custos e a determinação da receita e alocação de recursos financeiros.

Decisão de prosseguir

Após uma análise criteriosa dos recursos disponíveis, é que se decide pela realização ou não do evento. Em seguida, elabora-se um cronograma geral, contemplando prazos para sua implementação.

O plano do evento pode ser então submetido à aprovação do contratante, do promotor e do organizador. Caso optem por implementar, a coordenação geral elaborará um organograma, com a descrição das comissões e subcomissões.

2.1.3 Estágio II: planejamento e organização

Propõe as fases para o planejamento, com o objetivo de produzir o evento no tempo previsto e de forma que atenda as metas predeterminadas no primeiro

estágio. As elaborações de estratégias para execução e avaliação fazem parte desta fase.

No mercado de eventos, incluindo o segmento de empresas de decoração e buffet, as tendências estão sempre evoluindo para acompanhar as mudanças nas preferências dos clientes e as inovações no setor. Aqui estão algumas tendências atuais que você pode considerar:

2.2 Importância da qualidade nos serviços de buffet e decoração

A importância da qualidade nos serviços de buffet e decoração é amplamente reconhecida por diversos autores e profissionais da área de eventos e hospitalidade. A entrega de experiências memoráveis em eventos, como casamentos, festas corporativas e celebrações especiais, depende não apenas de uma boa comida e decoração visualmente agradável, mas também de um alto padrão de qualidade que vai além do superficial.

Segundo Kotler (2000), enfatiza que a qualidade dos serviços é crucial para a satisfação do cliente e para a construção de relacionamentos duradouros. No contexto de buffets e decorações de eventos, isso se traduz na excelência dos alimentos, na apresentação impecável dos pratos e na harmonia estética da decoração.

Hess e Garvin (2019), discutem a busca pela excelência na prestação de serviços. Eles argumentam que a excelência é alcançada através da combinação de eficiência operacional e qualidade superior. No contexto de buffets e decorações, isso se traduz em garantir que a produção de alimentos seja eficiente, sem comprometer a qualidade dos ingredientes ou a apresentação dos pratos. A decoração também deve ser planejada e executada com cuidado, de modo a refletir a estética desejada pelo cliente.

A qualidade não se limita apenas à aparência dos pratos e da decoração, mas também engloba elementos como confiabilidade, responsividade, segurança, empatia e tangibilidade. Para alcançar o sucesso nessa área, é essencial adotar abordagens que visem à excelência, desde a seleção de ingredientes até a execução impecável do evento. Portanto, os profissionais que buscam se destacar nesse mercado devem entender e aplicar os princípios da qualidade em todos os aspectos de seus serviços de buffet e decoração.

2.3 Aspectos financeiros e logísticos na criação de uma empresa prestadora de serviços.

A criação de uma empresa no ramo de Prestação de Serviços envolve diversos aspectos financeiros e logísticos, que são cruciais para o sucesso e a sustentabilidade do negócio.

2.3.1 Aspectos Financeiros:

Plano de Negócios: Timmons e Spinelli (2007), enfatizam a importância do plano de negócios como um guia essencial para empreendedores. O plano deve abordar detalhadamente a proposta de valor, o mercado-alvo, a estratégia de marketing, a estrutura de custos e a projeção de receitas.

Capital Inicial: Timmons e Spinelli, (2007), também destacam a necessidade de determinar o capital inicial necessário para lançar a empresa e mantê-la operacional até que comece a gerar receita positiva. Isso inclui custos como aluguel, equipamentos, marketing, salários e outros gastos iniciais.

Fluxo de Caixa: Tempilar (2012), ressalta a importância do gerenciamento de fluxo de caixa. É fundamental entender a relação entre entradas e saídas de dinheiro para garantir que a empresa possa cumprir seus compromissos financeiros e investir em seu crescimento.

Precificação: Porter (2018) em sua obra "Estratégia Competitiva", discute a importância da precificação estratégica. Precificar adequadamente os serviços é essencial para cobrir os custos, alcançar margens de lucro satisfatórias e permanecer competitivo no mercado.

2.3.2 Aspectos Logísticos:

Localização: Escolha uma localização estratégica que seja conveniente para clientes e funcionários, e que ofereça a infraestrutura necessária para as operações, Bodie, Kane, Marcus (2004).

Recursos Humanos: Contrate e treine uma equipe qualificada para executar os serviços com eficiência e qualidade. A gestão de recursos humanos também envolve aspectos como escalas de trabalho, benefícios e motivação dos funcionários, Ballou (2006).

Fornecedores: Estabeleça relações sólidas com fornecedores confiáveis para obter os materiais e recursos necessários para a prestação dos serviços.

Logística de Serviços: Planeje como os serviços serão entregues aos clientes. Isso pode envolver desde a gestão de agendamentos até a coordenação de equipes e equipamentos para garantir que as operações ocorram sem problemas.

Gestão de Qualidade: Estabeleça processos de controle de qualidade para garantir que os serviços atendam às expectativas dos clientes e mantenham um padrão elevado.

Marketing e Vendas: Planeje estratégias de marketing para atrair clientes e promover seus serviços. Isso envolve desde a criação de uma identidade visual até a divulgação online e offline.

2.4 Análise do Mercado de Eventos e Serviços de Buffet e Decoração

Analisar o mercado de eventos e serviços de buffet e decoração envolve entender as tendências, oportunidades, desafios e fatores que afetam esse setor. Identificação das tendências emergentes em eventos corporativos, sociais, casamentos, etc, Getz (2016).

A influência da tecnologia nas experiências dos participantes e na gestão de eventos.

A segmentação do mercado visa a identificação dos diferentes segmentos de clientes e suas preferências, compreensão das necessidades específicas de diferentes tipos de eventos.

Competição e Posicionamento para analisar a concorrência no mercado de eventos e serviços de buffet e decoração, bem como as estratégias de diferenciação e posicionamento para se destacar da concorrência, Porter (2008).

Marketing e Promoção: Estratégias de marketing eficazes para atrair clientes e promover serviços, o uso de mídias sociais, marketing digital e outras táticas de promoção, Kotler, Keller(2016).

2.5 Planejamento e Estratégias para a Criação da Empresa

O planejamento e as estratégias para a criação de uma empresa de buffet e decoração são fundamentais para o sucesso do empreendimento.

Planejamento: O planejamento abrangente é a base sólida sobre a qual a empresa de buffet e decoração será construída. Autores como Drucker (2014), destaca a importância de um plano de negócios detalhado. Um plano de negócios deve incluir uma análise de mercado abrangente, identificando segmentos de clientes, concorrentes e tendências do setor. Essa análise é essencial para adaptar os serviços da empresa às necessidades específicas dos clientes.

Estratégias: A empresa deve desenvolver uma proposta de valor única que a destaque no mercado. No caso de serviços de buffet e decoração, isso pode envolver a criação de experiências personalizadas e criativas que atendam às preferências específicas dos clientes.

Marketing e Promoção: autores como Kotler(2016), enfatizam a importância do marketing eficaz. A estratégia de marketing deve envolver a criação de uma forte presença online, incluindo site, mídias sociais e marketing de conteúdo. A criação de um portfólio visualmente atraente de trabalhos anteriores pode ajudar a demonstrar a qualidade e a variedade dos serviços oferecidos.

Rede de Relacionamentos: Carnegie (2009), destaca a importância das relações interpessoais para os negócios. Construir uma rede sólida de contatos na indústria de eventos, incluindo fornecedores, clientes e outros profissionais, pode abrir oportunidades de colaboração e referências.

Gestão de Operações e Qualidade: Garvin (2018) enfatiza a importância da qualidade na entrega de serviços. Estabelecer processos eficientes para a preparação de alimentos, coordenação logística de eventos e manutenção de padrões de qualidade é crucial para ganhar a confiança dos clientes e manter a reputação da empresa.

Gestão Financeira: A empresa deve estabelecer um sistema de orçamento, precificação adequada dos serviços e controle rigoroso de custos para garantir a sustentabilidade financeira, Gitman(2016).

2.6 Gestão de Recursos Humanos e Treinamento

2.6.1 Seleção e contratação de equipe qualificada

A seleção e contratação de uma equipe qualificada desempenha um papel crucial no sucesso de uma empresa de buffet e decoração. Para realizar esse processo de maneira eficaz, é necessário seguir algumas etapas estratégicas.

Primeiramente, é importante definir com clareza os perfis de cargos necessários, como chefe de cozinha, decorador, coordenador de eventos e atendentes. Com base nesses perfis, criar descrições detalhadas das funções, responsabilidades e qualificações exigidas para cada cargo.

Ao tomar decisões de contratação, leve em consideração não apenas as habilidades técnicas, mas também a cultura organizacional da empresa. Uma equipe que compartilha os valores da empresa e trabalha bem em conjunto é essencial para oferecer um serviço coeso e de alta qualidade aos clientes.

Uma vez que a equipe seja selecionada, ofereça um programa de integração abrangente para que os novos membros compreendam a missão da empresa, suas práticas operacionais e padrões de qualidade. O treinamento contínuo também é vital para manter a equipe atualizada com as últimas tendências e práticas na indústria de eventos.

2.7 Treinamento em atendimento, gastronomia e decoração

O treinamento em atendimento, gastronomia e decoração é fundamental para garantir que a equipe da empresa de buffet e decoração ofereça serviços de alta qualidade e crie experiências memoráveis para os clientes.

O atendimento ao cliente desempenha um papel crucial no sucesso da empresa. Treinamentos em atendimento devem abordar habilidades de comunicação eficaz, empatia, resolução de problemas e cortesia. A equipe deve ser instruída a compreender as necessidades e preferências dos clientes, antecipar suas expectativas e lidar com reclamações de maneira profissional e construtiva.

A equipe responsável pela preparação dos alimentos deve ser treinada nas mais recentes técnicas culinárias, higiene alimentar e apresentação visual de pratos. Treinamentos em gastronomia podem abranger desde o manuseio seguro dos ingredientes até a criação de cardápios variados e a combinação harmoniosa de sabores. A equipe deve ser capaz de atender a diferentes requisitos dietéticos e criar pratos que se destaquem pela qualidade e originalidade.

A equipe de decoração desempenha um papel crucial na criação de ambientes que se alinhem com a visão dos clientes. Treinamentos em decoração podem abranger a seleção de temas, cores, arranjos florais, iluminação e detalhes visuais que transformem espaços comuns em cenários excepcionais. Além disso, a equipe deve estar atualizada sobre as tendências de decoração de eventos para oferecer opções contemporâneas e criativas.

Uma abordagem prática e hands-on é fundamental para esses treinamentos. Workshops, simulações e atividades práticas permitem que a equipe desenvolva suas habilidades de forma concreta e aplique o conhecimento adquirido em situações reais. Além disso, permitir que a equipe participe da criação de pratos e decorações, incentivando a criatividade e o aprendizado contínuo.

2.8 Logística e Produção de Eventos

A logística e produção de eventos desempenham um papel crucial na entrega de experiências excepcionais aos clientes em uma empresa de buffet e decoração. Garantir que todos os detalhes sejam cuidadosamente planejados e executados é essencial para o sucesso de cada evento.

Planejamento Logístico: O planejamento logístico envolve a organização de todos os elementos necessários para o evento, desde a seleção e transporte dos ingredientes para o buffet até a montagem e desmontagem da decoração. Isso requer uma coordenação precisa para garantir que tudo esteja no lugar certo, na hora certa. A equipe de logística deve trabalhar em estreita colaboração com a equipe de produção para garantir a harmonia entre os diferentes elementos do evento.

Coordenação de Fornecedores: Uma parte essencial da logística é coordenar com fornecedores externos, como floristas, aluguel de equipamentos, empresas de transporte, entre outros. A equipe de logística deve garantir que esses fornecedores cumpram seus compromissos e entreguem seus serviços de acordo com o planejado.

Gestão de Tempo: A produção de eventos abrange a implementação de todas as atividades planejadas para o dia do evento. Isso inclui supervisionar a equipe de cozinha para garantir que os pratos sejam preparados com eficiência e qualidade, bem como a montagem da decoração de acordo com o projeto concebido.

Gestão de Equipes: Durante a produção de eventos, a gestão de equipes é fundamental. Os líderes de equipe devem coordenar as atividades, garantir que todos compreendam suas funções e resolver quaisquer problemas que surjam de forma rápida e eficaz.

Controle de Qualidade: Tanto na logística quanto na produção, o controle de qualidade é essencial. Isso envolve verificar a aparência dos pratos, a apresentação da decoração e a experiência geral do cliente. Qualquer problema deve ser identificado e corrigido antes que o evento comece.

2.9 Coordenação e execução de serviços de buffet e decoração

A coordenação e execução de serviços de buffet e decoração requerem um planejamento meticuloso e uma execução precisa para garantir que cada evento seja um sucesso.

Allen, Harris, O'Toole e McDonnell, (2013), destacam a importância da coordenação detalhada dos serviços de buffet. Isso envolve planejar o cardápio, estimar quantidades de alimentos, selecionar fornecedores de ingredientes de qualidade e organizar a preparação dos pratos de acordo com o cronograma do evento.

A execução dos serviços de buffet requer uma equipe qualificada e treinada. Slack, Brandon-Jones e Johnston, (2019), enfatizam a importância da gestão de operações para garantir que os processos de produção sejam eficientes e que os pratos sejam preparados de acordo com os padrões de qualidade.

Kotler e Keller (2016), destacam a importância da apresentação visual dos pratos. A disposição dos alimentos no buffet, a escolha de utensílios e a decoração das estações de comida contribuem para a experiência dos convidados.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo são apresentados os procedimentos metodológicos, que deram suporte a investigação, permitindo deste modo o alcance dos propósitos da investigação. Destacam-se neste capítulo o tipo de pesquisa, os métodos, as técnicas de recolha e tratamento dos dados.

O que distingue a investigação científica de outras formas de indagação acerca do nosso mundo é que esta tem subjacente um método específico. Há um modo de fazer as coisas, de colocarmos as questões e de formular as respostas, que é característico da ciência, que permite ao investigador desenvolver o seu trabalho de um modo sistemático (Lima & Miotto, 2017)

Para abordar adequadamente o estudo da metodologia científica é necessário situarmos, previamente, no contexto em que esta adquire sentido. A palavra Metodologia vem do grego; meta que significa para além de; *odos*, caminho; logos, discurso ou estudo. Consiste em estudar e avaliar os vários caminhos disponíveis e as suas utilizações. Corresponde a um conjunto de procedimentos que contribuem para a obtenção do conhecimento. (Lima & Miotto, 2017)

3.1 Tipo de Pesquisas

O presente trabalho adoptou-se a pesquisa Descritiva utilizando uma abordagem qualitativa-quantitativa na medida em que apenas fez-se recurso a estatística descritiva para o cálculo das frequências.

Para Gil (2008), pesquisa descritiva têm como objectivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenómeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma das suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de colecta de dados

Pesquisas são um processo de investigação que se interessa em descobrir as relações existentes entre os aspectos que envolvem os factos, fenómenos, situações ou coisas. Para Marconi Lactatos (2006), é um “procedimento reflexivo sistemático, controlado e crítico, que permite descobrir novos factos ou dados, relações ou leis, em qualquer campo do conhecimento.

3.2 Pesquisa quanto aos Objectivos

Quanto aos objectivos a pesquisa é bibliográfica e descritiva. A pesquisa é bibliográfica uma vez que recorreu-se a revisão da literatura para fundamentar o objecto e o campo de estudo da pesquisa.

3.2.1 Pesquisa Bibliográfica

Segundo (Cervo, Bervian, & Silva, 2007), a pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em artigos, livros, dissertações e teses. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental.

3.2.2 Pesquisa Descritiva

A pesquisa descritiva observa, regista, analisa e correlaciona factos ou fenómenos sem manipula-las. Procura descobrir, com a maior precisão possível, a frequência com que um fenómeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e características(Cervo, Bervian, & Silva, 2007)

Segundo (Tamo, 2012). A investigação descritiva procura descrever as características observadas de uma população, de um grupo e de um fenómeno no intuito de as classificar ou conceptualizar.

3.2.3 Quanto à Abordagem do Problema

Quanto a abordagem, a pesquisa é qualitativa na medida em que apenas fez-se recurso a estatística descritiva para o cálculo das frequências. A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social de uma organização.

3.2.4 Pesquisa Quanto ao Procedimento

Quanto aos procedimentos utilizados para obtenção dos resultados preconizados, é um estudo de caso, é uma pesquisa bibliográfica.

3.2.5 Técnicas de colecta de dados

Segundo (Cervo, Bervian, & Silva, 2007), a colecta de dados, tarefa importante na pesquisa, envolve diversos passos, como a determinação da população a ser estudada, a elaboração do instrumento de colecta de dados, a programação da colecta e também o tipo de dados.

Para (Tamo, 2012) as técnicas de colheita de dados são procedimentos operatórios rigorosos, bem definidos, transmissíveis, susceptíveis de serem repetidos nas mesmas condições, adaptados ao tipo de problemas e de fenómenos em causa, a técnica é uma prática indicando assim o como fazer

Os instrumentos de colecta de dados, de largo uso, são a entrevista, o questionário e o formulário (Cervo, Bervian, & Silva, 2007).

A estatística foi de grande valia, no presente trabalho, porque permitiu processar os dados recolhidos que nos conduziu aos resultados alcançados. Na fase inicial da investigação, efectuou-se a busca e recompilação das fontes de informação, utilizando fontes bibliográficas actualizadas, tantos textos como de Internet, considerando que o estudo bibliográfico serve para obtenção do conhecimento de obras e contribuições científicas existentes.

Nesta pesquisa foi utilizado o questionário como instrumento de colecta de dados. O questionário foi dirigido aos pais, jovens da Centralidade da Caála O questionário foi elaborado na base dicotómica (respostas de sim ou não).

3.2.6 Técnicas de análise e tratamento de dados

Nesta pesquisa utilizou-se a análise de conteúdos, que segundo (Bardin 2009 *apud* Tamo, 2012). A é uma das técnicas específicas de análise qualitativa.

Utilizou-se a estatística descritiva para a determinação das frequências relativas. Frequência Relativa é fracção de vezes que um valor é observado na amostra. (Figueiredo, Figueiredo, Ramos, & Teles, 2009). Ainda determinou-se a moda para identificar os elementos que mais se repetem dentro das variáveis estudadas

3.2.7 População e amostra

A população ou universo é o conjunto de todos os elementos, indivíduos ou objectos, que possuem determinada característica em comum. Uma pequena parte, isto é, um subgrupo não vazio dessa, constitui uma amostra procurando a sua representatividade com vista à extrapolação (Tamo, 2012).

Para (Figueiredo, Figueiredo, Ramos, & Teles, 2009), a população é um conjunto de elementos com uma ou mais características objecto de estudo.

Segundo (Murteira, Ribeirio, Siva, & Pimenta, 2010) designa-se por população o conjunto dos elementos cujos atributos são objectivos de um determinado estudo. A forma de selecção de uma amostra a partir da população, designa-se por processo de amostragem (Murteira, Ribeirio, Siva, & Pimenta, 2010).

Quando a dimensão da amostra é pequena, a análise descritiva dos dados pode ser facilitada recorrendo a métodos semigráficos, nomeadamente os gráficos caule-e-folhas e outros (Murteira, Ribeirio, Siva, & Pimenta, 2010). Ainda este autor acrescenta que, a construção destes, apesar de imediata, permite que o observador, sem perda de informação, se torne mais sensível aos aspectos global dos dados e comece a explorar a existência de padrões.

Na amostragem aleatória os elementos podem ser seleccionados acidentalmente e, pode der (Tamo, 2012):

1. Por conveniência quando a amostra é seleccionada por simpatia, proximidade, afinidade familiar, etc. Tendo como vantagem a facilidade de selecção da amostra;
2. Por Quotas selecção de indivíduos em cada uma de pertenças: operários, técnicos, mulheres, homens, etc.

Segundo (Figueiredo, Figueiredo, Ramos, & Teles, 2009) amostra é um subconjunto finito da população.

Os atributos observados podem ser quantitativos ou qualitativos. Quando se trata de atributos qualitativos este também pode ser representado numericamente, bastando para tal estabelecer uma correspondência qualquer entre várias modalidades e os números inteiros (Murteira, Ribeirio, Siva, & Pimenta, 2010)

A população desta pesquisa são os moradores da Centralidade da Caála composta por mais de 25 mil famílias.

Já a amostra foram as pessoas selecionadas para responder ao inquérito da pesquisa em estudo.

3.2.8 Horizonte temporal da pesquisa

8 meses (de Janeiro à Agosto)

3.3 Caracterização da Centralidade Fernando Faustino Muteka

A Centralidade da Caála ocupa uma área reservada de 150 hectares, possui 4001 residências de tipo T3 e 240 espaços comerciais. Foram construídos 13 edifícios para instalações sociais, nomeadamente 3 centros infantis, 2 jardins de infância, 3 escolas primárias, 2 escolas secundárias, 1 instituto técnico-profissional, 1 centro de saúde, 1 esquadra de polícia, para além de campos polidesportivos.

4. DESCRIÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O projecto prevê uma linha de salão de festas, serviços de Buffet, decoração, atendendo os padrões de qualidade exigidos quer no cumprimento da conformidade e na satisfação dos consumidores e clientes, numa perspectiva ética e socialmente responsável.

4.1 Ficha Técnica do Projecto

Tabela 1 Ficha Técnica de Projecto

Ficha Técnica de Projecto	
Nome do Projecto	Salão de Festas, Serviço de Buffet e decoração
Promotor de Projecto	Empresa Ombembua Lda
Sector de Actividade	Prestação de Serviço
Produto	Serviços
Localização	Centralidade da Caála
Forma de Financiamento	Capital Próprio e Crédito
Tipo de necessidade	Bancária
Arranque do Projecto	Primária
Início de Exploração	2023/2024

Fonte : (Autor, 2023)

4.1.1 Localização do Projecto

O projecto de Salão de Festas, serviço de Buffet e decoração Ombembua, esta localizado na Província do Huambo, no Município da Caála e Comuna Sede na Centralidade da Caála com uma população aproximada de mais 25.000 habitantes, sendo na sua maioria trabalhadores por conta própria com um rendimento capaz de aderir os nossos serviços. Na localidade existe vias de acesso aceitáveis, iluminação pública o que garante segurança na nossa localidade, temos posto ou esquadra policial.

A mão de obra local tem capacidade e potencial para o projecto em causa. Pelo facto de haverem alguns problemas de fornecimento de água, o projecto prevê um furo de água, um gerador para colmatar os possíveis cortes de energia da rede publica, a projecto prevê ainda duas motas de três rodas e uma viatura para apoiar na compra e na transportaçã dos material.

4.2 Formulação da Missão, Visão e Valores

Missão:

Para o cliente através da qualidade e custos dos nossos serviços através da maximização de lucros e do valor da empresa; para a comunidade, através da prestação de serviço a ética e socialmente responsável, bem como a criação de valores para todos outros intervenientes no projecto.

Visão:

Ser uma referencia na localidade conquistando 90% da quota de mercado, através de politicas de negociação flexíveis, com os clientes e o público em geral, em curto, médio e longo prazo.

Valores:

1. Projecto ecologicamente correcto, através da ética
2. Socialmente aceitável;
3. Integridade;
4. Responsabilidade;
5. Respeito pelas diferenças ideológicas, raça e género.

4.2.1 Projecção de atendimento do aluguer do salão

1. Mesas, cadeiras, pratos, talheres;
2. Cubas, Formas, Botija de gás;
3. Fogão, Fogareiros e Salão e Decoração.

Orçamento

700.000kz x 4 dias da semana = 2.800.000kz

2.800.000 x 4 semanas = 11.200.000kz

11.200.000 x 12 meses = 134.400.000.00kz

Projecção de atendimento de decoração

Decoração de Salão de festa de casamento

Esta orçado para 100.000,00kz

100.000,00 x 4 dias da semana = 400.000.00kz

400.000.00 x 4 semana ou mês = 1.600.000,00

1.600.000,00 x 12 meses = 19.200.000,00 por ano.

Projeção do atendimento do serviço de buffet

Quando ao Buffet esta orçado por 600.000,00 por cada serviço.

600.000,00 x 4 dias da semana = 2.400.000,00

2.400.000,00 x 4 semanas ou mês = 9.600.000,00

9.600.000,00 x 12 meses = 115.200.000 por ano.

4.2.2 Projeção do atendimento da bebida

Quanto as bebidas:

Vinho, Champanhe, Gasosa, Água, Compal, Sumos naturais.

Está orçado para 400.000kz por serviço. Esta previsto para os casamento 4 vezes por semana que será os seguintes dias: Quinta – Feira; Sexta – Feira; Sábado e Domingo.

400.000kz x 4 dias por semana 1.600.000

1.600.000 x 4 semanas ou mês será = 6.400.000

6. 400.000 x 12 messe será = 76.800.000 por ano.

Total Anual: 345.600.000 kz.

4.2.3 Fornecedores

Mobília - Cidade da China Luanda

Loja Internacional – República da Namíbia

Serralharia Mestre Jó Casseque I defronte ao Ex-Posto Médico.

Tabela 2 Cálculos de Receitas

CÁLCULO DAS RECEITAS			
PRODUTOS/SERVIÇOS	QTD	PREÇO	VALOR
DECORACAO	16	100 000,00	1 600 000,00
BUFFET	16	600 000,00	9 600 000,00
BEBIDAS	16	400 000,00	6 400 000,00
ALUGUER DO SALAO	16	700 000,00	11 200 000,00
TOTAL DE RECEITAS			28 800 000,00

Fonte : (Autor, 2023)

A tabela demonstra a composição das receitas individual por serviço prestado com um peso bruto de 28.800.000,00, com maior destaque para a ocupação do espaço.

Tabela 3 Despesas imobilizado

DESPESAS IMOBILIZADO			
DESPESAS	QTD	PREÇO	VALOR
MESAS	30	10 000,00	300 000,00
CADEIRAS	360	9 000,00	3 240 000,00
PRATOS	800	700,00	560 000,00
CUBAS	30	7 000,00	210 000,00
FOGAO	2	200 000,00	400 000,00
FOGARREIRO	6	15 000,00	90 000,00
B DE GASOTIJA	2	80 000,00	160 000,00
TALHERES	1000	100,00	100 000,00
PANOS DE DECORACAO	300	400,00	120 000,00
GERADOR	1	3 000 000,00	3 000 000,00
TOTAL DE DESPESAS			8 180 000,00

Fonte : (Autor, 2023)

As despesas com o material para a efetivação dos serviços prestados de acordo aos preços do mercado e tendo em conta a realidade é de 8.100.000,00, onde se pode registar a aquisição de pratos, fogão, e gerador, como os produtos com maior preço do mercado, dada a quantidade e a utilidade do mesmo produto.

Tabela 4 . Mapa de equipamento básico.

MAPA DE EQUIPAMENTO BÁSICO			
MARCA	QUANTIDADE	PREÇO UNITÁRIO	VALOR
Canter	1	35 000 000,00 Kz	35 000 000,00 Kz
Motorizada de 3 rodas	2	700 000,00 Kz	1 400 000,00 Kz
Total Geral	3	35 700 000,00 Kz	36 400 000,00 Kz

Fonte : (Autor, 2023)

Este mapa apresenta os equipamentos básicos por preço para facilitar a mobilidade dos serviços a serem prestados na Empresa.

Tabela 5 Mapa de equipamentos administrativos

MAPA DE EQUIPAMENTOS ADMINISTRATIVOS			
DESIGNAÇÃO	QUANTIDADE	PREÇO UNITÁRIO	VALOR
Computadores	3	300 000,00 Kz	900 000,00 Kz
Secretarias	3	65 000,00 Kz	195 000,00 Kz
Cadeiras giratórias	4	85 000,00 Kz	340 000,00 Kz
Impressoras	2	125 000,00 Kz	250 000,00 Kz
TOTAL GERAL	12	575 000,00 Kz	1 685 000,00 Kz

Fonte : (Autor, 2023)

De acordo ao estudo do mercado, a tabela acima apresenta os dados relativos ao preço por produto dos equipamentos de escritório.

Tabela 6 Mapa de custo o pessoal

MAPA DE CUSTO COM O PESSOAL								
DESCRIÇÃO	Nº DE EMPREGADOS	SALÁRIO	MESES	2024	2025	2026 + 2%	2027 + 3%	2028 + 5%
Director Geral	1	150 000,00 Kz	14	0	2 100 000,00 Kz	2 142 000,00 Kz	2 206 260,00 Kz	2 316 573,00 Kz
Director Financeiro	1	85 000,00 Kz	14	0	1 190 000,00 Kz	1 213 800,00 Kz	1 249 390,00 Kz	1 311 859,50 Kz
Director de Recursos Humanos	1	90 000,00 Kz	14	0	1 260 000,00 Kz	1 285 000,00 Kz	1 323 550,00 Kz	1 389 727,50 Kz
Contabilista	1	100 000,00 Kz	14	0	1 400 000,00 Kz	1 428 000,00 Kz	1 470 840,00 Kz	1 544 382,00 Kz
Rececionista	1	20 000,00 Kz	14	0	280 000,00 Kz	285 600,00 Kz	294 168,00 Kz	308 876,40 Kz
Auxiliar Administrativo	1	24 000,00 Kz	14	0	336 000,00 Kz	342 720,00 Kz	353 001,00 Kz	370 651,05 Kz
Chefe de Cozinha	1	35 000,00 Kz	14	0	490 000,00 Kz	499 800,00 Kz	514 794,00 Kz	540 533,70 Kz
Pessoal de Limpeza	3	20 000,00 Kz	14	0	280 000,00 Kz	285 600,00 Kz	294 168,00 Kz	308 876,40 Kz
Cozinheiros	5	20 000,00 Kz	14	0	280 000,00 Kz	285 600,00 Kz	294 168,00 Kz	308 876,40 Kz
Pessoal da segurança	2	25 000,00 Kz	14	0	350 000,00 Kz	357 000,00 Kz	367 710,00 Kz	386 095,00 Kz
Staff da Decoração	4	40 000,00 Kz	14	0	560 000,00 Kz	571 200,00 Kz	588 336,00 Kz	617 752,80 Kz
TOTAL	21	609 000,00 Kz			8 526 000,00 Kz	8 696 320,00 Kz	8 956 385,00 Kz	9 404 203,75 Kz
TOTAL EM SALÁRIOS NESTE QUADRIÉNIO								35 582 908,75 Kz

Fonte : (Autor, 2023)

4.2.4 Viabilidade técnica

Do ponto de vista técnico o projecto é viável uma vez que a infraestrutura será arrendada, o processo de produção e entrega ao cliente não é complexo e não exige uma mão de obra muito especializada, que nos obrigue a grandes custos com o pessoal

4.2.5 Viabilidade Legal

A tipologia de negócio é legalmente viável, porém é crucial que se respeitem as diversas legislações :

Legislação pertinente ao Negócio

1. Legislação laboral
2. Legislação Fiscal
3. Legislação Comercial

4.2.6 Normas e regulamentos específicos

Viabilidade do Financiamento

Do ponto de vista do financiamento o projecto prevê ser financiado por capitais próprios e capitais alheios, cujo montante do projecto não é muito significativo, o que demonstra-se possível o seu financiamento.

Viabilidade comercial/social

Do ponto de vista comercial o projecto é viável, uma vez que garante lucros, as receitas são superiores aos custos operacionais.

5. CONCLUSÕES

A criação de uma empresa prestadora de serviços de buffet e decoração é um empreendimento emocionante e recompensador, mas também demanda um planejamento sólido e uma execução cuidadosa. Ao longo da pesquisa, exploramos os diversos aspectos envolvidos, desde o planejamento financeiro até a coordenação de eventos e a busca pela excelência em atendimento.

A partir das orientações de autores e especialistas, de acordo a pesquisa bibliográfica, compreendeu-se que a diferenciação é a chave para destacar-se no mercado. A construção de uma equipe qualificada, investindo em treinamentos e desenvolvimento, é fundamental para oferecer serviços de alta qualidade e construir relacionamentos duradouros com os clientes. Além disso, a ênfase na criação de uma proposta de valor única e em estratégias de marketing eficazes ajuda a atrair e conquistar um público fiel.

O sucesso na indústria de eventos não se limita à preparação de pratos saborosos ou à disposição estética de decorações. Envolve uma abordagem holística que inclui compreender profundamente as necessidades dos clientes, gerenciar a logística com precisão, executar eventos de maneira impecável e buscar constantemente a melhoria.

É crucial lembrar que o caminho para o sucesso empresarial não é linear e pode apresentar desafios ao longo do percurso. A capacidade de adaptar-se a mudanças no mercado, manter-se atualizado com as tendências e ouvir os feedbacks dos clientes é o que permitirá que a empresa cresça e prospere.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2013). **Festival and Special Event Management**. Wiley.

Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2013). **Festival and Special Event Management**. Wiley.

Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2013). *Festival and Special Event Management*. Wiley.

Ballou, R. H. (2006). **Logística Empresarial: Transportes, Administração de Materiais e Distribuição Física**. Atlas.

Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. (2014). **Investments**. McGraw-Hill.

Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2007). **Supply chain logistics management**. McGraw-Hill.

Carnegie, D. (2009). **Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas**. Editora Nacional.

Cervo, A. L., Bervian, P. A., & Silva, R. D. (2007). *Metodologia científica (6ª Edição ed.)*. São Paulo: Person.

Christopher, M. (2011). **Logistics & Supply Chain Management**. Pearson Education Limited.

Collier, P. M., & Evans, J. R. (2013). **Operations Management: Goods, Services and Value Chains**. Cengage Learning.

Crosby, P. B. (1979). **Quality is free: The art of making quality certain**. McGraw-Hill.

Drucker, P. F. (2014). **Inovação e Espírito Empreendedor: Práticas e Princípios**. Editora Pioneira Thomson Learning.

Figueiredo, F., Figueiredo, A., Ramos, A., & Teles, P. (2009). **Estatística Descritiva e Probabilidades. Problemas Resolvidos e Propostas com aplicação R (2ª Edição ed.)**. Lisboa: Escolar Editora.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias**. 2ª edição. São Paulo: Summus, 2011.

Garvin, D. A. (1988). **Administração: Uma Abordagem Contingencial**. Editora Atlas.

Getz, D. (2016). **Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events**. Routledge.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Gestão Estratégica de Eventos: teoria, prática, casos e atividades**. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2011.

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2016). **Princípios de Administração Financeira**. Pearson Brasil.

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2016). **Princípios de Administração Financeira**. Pearson Brasil.

- Heizer, J., & Render, B. (2017). **Operations Management**. Pearson Education.
- Jobber, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). **Principles and Practice of Marketing**. McGraw-Hill Education.
- Juran, J. M. (1988). **Juran on Planning for Quality**. Free Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Administração de Marketing**. Pearson Brasil.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Administração de Marketing**. Pearson Brasil.
- Lima, T. C., & Miotto, R. C. (2017). **Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica**. Santa Catarina.
- Murteira, B., Ribeiro, C. S., Siva, J. A., & Pimenta, c. (2010). **Introdução à Estatística**. Lisboa: Escolar Editora.
- Porter, M. E. (2004). **Vantagem Competitiva: Criando e Sustentando um Desempenho Superior**. Editora Campus.
- Porter, M. E. (2008). **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. Simon and Schuster.
- Porter, M. E. (2018). **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. Free Press.
- Ries, E. (2011). **A Startup Enxuta: Como os Empreendedores Atuais Utilizam a Inovação Contínua para Criar Empresas Extremamente Bem-Sucedidas**. Editora Leya.
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2019). **Administração da Produção. Atlas**.
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2019). **Administração da Produção. Atlas**.
- Tamo, K. (2012). **Metodologia de Investigação em Ciências sociais. como elaborar um Trabalho de Fim de Curso em Gestão**. Luanda: Capatê.
- Templar, R. (2012). **The Rules of Money: How to Make It and How to Hold on to It**. FT Press.
- Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2007). **New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century**. McGraw-Hill Education.