

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA
Curso de Administração – CADM

Plano de Negócio: Pereira Burger

ANDERSON PEREIRA DO NASCIMENTO

João Pessoa
Março de 2020

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA
Curso de Administração – CADM

Plano de Negócio: Pereira Burger

Trabalho de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do Grau de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Professor Orientador: Suelle Cariele de Souza e Silva, Mestra.

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

N244p Nascimento, Anderson Pereira do.
Plano de Negócios: Pereira Burger / Anderson Pereira do
Nascimento. - João Pessoa, 2020.
51 f. : il.

Orientação: Suelle Cariele.
Monografia (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Burger. 2. Plano de Negócio. 3. Hamburgueria. 4.
lanchonete. I. Cariele, Suelle. II. Título.

UFPB/CCSA

Folha de aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão do Curso de Bacharelado em Administração.

Aluno: Anderson Pereira do Nascimento

Trabalho: Plano de Negócio: Pereira Burger

Área da Pesquisa: Empreendedorismo

Data de Aprovação:

Banca Examinadora

Orientadora

Prof^a. Suelle Cariele de Souza e Silva, Mestra

Examinador

Prof. Rosivaldo de Lima Lucena, Doutor

Dedico este trabalho para minha mãe, Audeci Pereira do Nascimento, que tanto me apoia e está sempre persistindo para que eu não desista. É a pessoa que mais me motiva a concluir este curso e com quem posso contar sempre que preciso. Dedico ao meu sobrinho Germanno Pereira de Almeida, de apenas 10 anos, para que ele se inspire a estudar e chegar longe através dos estudos. Dedico também aos meus amigos que tanto me motivaram a terminar o curso e me aconselharam a não desistir.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus por me permitir o dom da vida e saúde para permitir que eu chegasse até aqui. À minha família, pelo incentivo e apoio durante todo o período de graduação, em especial à minha mãe. E agradeço também aos meus amigos por sempre fazer companhia nos momentos de cansaço físico e mental. Em especial a duas pessoas, Thayná Pereira, Luana Fernandes e Vitoria Nunes, que me incentivaram na conclusão deste TCC.

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 – Logo	28
Figura 2 – Arranjo Físico	33
Figura 3 – Estrutura Organizacional	36

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Capital Social.....	12
Quadro 2 – Indicadores Financeiros	13
Quadro 3 - Análise dos Concorrentes.....	15
Quadro 4 - Análise dos Fornecedores.....	17
Quadro 5 – Análise SWOT.....	17
Quadro 6 – Preferências	23
Quadro 7 – Mix de produtos.....	28
Quadro 8 – Produto e Preço.....	30
Quadro 9 – Investimento Fixo Inicial.....	36
Quadro 10 – Investimento em Insumos.....	37
Quadro 11 - Prazo Médio de Recebimento de Vendas.....	38
Quadro 12 - Prazo Médio de Compras	38
Quadro 13 - Necessidade Média de Estoques	39
Quadro 14 – Necessidade Líquida de Capital de Giro (em dias)	39
Quadro 15 - Caixa Mínimo.....	39
Quadro 16 – Capital de Giro.....	39
Quadro 17 – Investimentos Pré-Operacionais	39
Quadro 18 – Investimento Total.....	40
Quadro 19 – Fonte de recursos	40
Quadro 20 - Receita Operacional	40
Quadro 21 – Custo Unitário Produto Cheese Burger	41
Quadro 22 – Custo Unitário Produto Churras de Domingo	41
Quadro 23 – Custo Unitário Produto Churras Bom de Verdade	42
Quadro 24 – Custo Unitário Produto Engana Dieta	42
Quadro 25 – Custo Unitário Produto Agridoce	42
Quadro 26 – Custo Unitário Produto Frango Maromba.....	43
Quadro 27 – Custo Unitário Produto Pereira Smashe	43

Quadro 28 – Custo Unitário Produto Batatas	43
Quadro 29 – Custo Unitário Produto Suco de Laranja	44
Quadro 30 – Custo Unitário Produto Suco Poupá de Fruta.....	44
Quadro 31 – Custos de Comercialização.....	44
Quadro 32 – CMD/CMV	44
Quadro 33 - Despesa com Pessoal.....	45
Quadro 34 - Depreciação	45
Quadro 35 - Despesas Operacionais	46
Quadro 36 - DRE	46
Quadro 37 - Projeção dos resultados operacionais	48

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Frequência em Hamburgueria.....	19
Gráfico 2 – Faixa Etária.....	20
Gráfico 3 – Gênero	20
Gráfico 4 -Renda Familiar.....	21
Gráfico 5 - Escolaridade	21
Gráfico 6 – Costuma frequentar hamburguerias com quem?	22
Gráfico 7 – O que busca em uma hamburgueria?.....	23
Gráfico 8 – Bebidas preferidas para consumir.....	24
Gráfico 9 - Frequência	25
Gráfico 10 - Concorrentes.....	26
Gráfico 11 – Fator de decisão	26
Gráfico 12 – Valor médio a ser pago	27

SUMÁRIO EXECUTIVO

A empresa criada tem como nome empresarial Pereira Burger, se trata de uma hamburgueria moderna, com linguagem jovem para atender a todos os tipos de clientes, procura-se atingir uma qualidade de excelência na alimentação e ao mesmo tempo servindo um lugar aconchegante para os usuários. A empresa estará localizada na Praça Tiradentes, s/n, Torre – João Pessoa, o local foi estrategicamente pensando na comodidade do freguês, já que contamos com uma ampla área de estacionamento e facilidade de acesso, devido à Torre ser um bairro bem central.

Estima-se investir o valor de R\$ 68.498,10 na inauguração do projeto, dos quais 30% referem-se a recursos próprios e 70% de recursos de terceiros. Considerando uma capacidade produtiva de 60%, a receita mensal é de R\$ 94.255,00 de onde se espera um lucro líquido mensal de R\$ 28.904,93. Levando em consideração o total investido e o lucro líquido, almeja-se que o retorno do investimento aconteça em apenas 3 meses. A lucratividade do empreendimento é de 30,67%aa e a rentabilidade é de 506,38%aa.

O empresário Anderson Pereira, único dono da empresa, possui uma certa experiência na área de atuação da empresa, esse conhecimento reflete positivamente para a entidade, pois, o mesmo pode auxiliar no conhecimento sobre as expectativas do cliente, tem amplo conhecimento da concorrência e pode trazer novas abordagens para o mercado.

Nossa missão é proporcionar experiências de sabor e felicidade com rapidez e descontração, através dos nossos produtos e serviços, é fazer com o cliente sinta-se em casa com seus amigos e familiares para uma confraternização.

Empreenderemos no setor de prestação de serviços no ramo alimentício, a entidade se enquadra como microempresa, sendo uma empresa individual com enquadramento tributário no Simples Nacional.

SUMÁRIO

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO	11
1.1 Definição do Negócio	11
1.2 Empreendedor	11
1.3 Síntese das Responsabilidades da Equipe Dirigente.....	11
1.4 Exigências Legais	11
1.5 Área de Atuação.....	12
1.6 Capital Social.....	12
1.7 Dados do Empreendimento/Indicadores Estratégicos da Organização	12
1.7.1 - Missão:.....	12
1.7.2 - Visão:	12
1.7.3 - Valores:.....	13
1.8 Indicadores Financeiros	13
2. ANÁLISE DE MERCADO	13
2.1 Estudo dos Clientes.....	13
2.2 Interesses e Comportamentos dos Clientes.....	14
2.3 Motivação de Compra.....	14
2.4 Identificação de Onde Estão os Clientes.....	14
2.5 Estudo dos Concorrentes	15
2.5.1 Pão Com Gergelim	15
2.5.2 Hambúrguer de Origem.....	16
2.5.3 Hamburguer Insano	16
2.5.4 The Cave	16
2.5.5 Estupendo Hamburgueria	16
2.6 Estudo dos Fornecedores	17
2.7 Análise SWOT	17
2.7.1 Pontos Fortes	18
2.7.2 Pontos Fracos	18
2.7.3 Oportunidades	18
2.7.4 Ameaças	18
3. PESQUISA DE MERCADO	18
3.1 Análise da Satisfação do Cliente	19
3.2 Análise da Concorrência	23
4. PLANO DE <i>MARKETING</i>	27
4.1 Logo	27

4.2 Mix de Produtos	28
4.2.1 Descrição dos Produtos	29
4.3 Preço	30
4.4 Estratégias Promocionais	31
4.5 Estrutura de Comercialização	31
4.6 Localização do Negócio.....	32
5 PLANO OPERACIONAL.....	32
5.1 Arranjo Físico	32
5.2 Capacidade Produtiva	33
5.3 Processos Operacionais.....	33
5.4 Necessidade de Pessoal.....	34
5.5 Estrutura Organizacional	35
6. PLANO FINANCEIRO.....	36
6.1. Investimentos Fixos	36
6.2 Capital de Giro.....	37
6.2.1 Estoque Inicial.....	37
6.2.2 Caixa Mínimo.....	38
6.3 Investimentos Pré-Operacionais	39
6.4 Investimento Total	40
6.5 Receita Operacional	40
6.6 Estimativa do Custo Unitário de Matéria-Prima, Materiais Diretos e Terceirizações....	41
6.7 Custo de Comercialização	44
6.8 Custo dos Materiais Diretos e/ou Mercadorias Vendidas.....	44
6.9 Custos com Mão de Obra.....	45
6.10 Custos com Depreciação.....	45
6.11 Custos Fixos Operacionais Mensais	46
6.12 Demonstrativo dos Resultados.....	46
7 INDICADORES DE VIABILIDADE.....	47
7.1 Ponto de Equilíbrio	47
7.2 Lucratividade	47
7.3 Rentabilidade	48
7.4 Prazo de Retorno do Investimento	48
8 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS	48
9 DECISÃO GERENCIAL	49
APÊNDICE A: Questionário de Pesquisa	50

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

1.1 Definição do Negócio

Nosso negócio é: atender os desejos de nossos clientes e proporcionar experiências incríveis com boa comida e um ambiente aconchegante e moderno que faça com que se sintam à vontade e se divirtam.

1.2 Empreendedor

Anderson Pereira do Nascimento, brasileiro, natural de João Pessoa, solteiro, autônomo, residente da cidade de João Pessoa/PB, localizado na avenida Caetano Filgueiras, número 949, no bairro da Torre. Jovem de 26 anos, Anderson é uma pessoa jovem e bem antenada, gosta de coisas diferentes e inovadoras. A mesmice para ele sempre foi algo não atraente. Com características de líder desde a faculdade em seus trabalhos em grupo, sempre com espírito empreendedor. Adora comer e seus lugares preferidos são hamburguerias, churrascarias e pizzarias.

1.3 Síntese das Responsabilidades da Equipe Dirigente

É de responsabilidade do proprietário e administrador da empresa Pereira Burger oferecer todas as necessidades para que os funcionários possam oferecer um atendimento de qualidade para seus clientes e assim, proporcionar experiências únicas de sabor e vivência no espaço. Para isso, terá que ser investido em maquinário para produção e conserva dos produtos, localização e uma boa equipe com remuneração justa, além das condições de trabalho para que se sintam valorizados e poder passar isso para os clientes.

O administrador terá como função prezar pela boa administração do estabelecimento assumindo responsabilidades de prever inclinação do mercado e das comidas, organizar o funcionamento burocrático e sistêmico do estabelecimento, liderar toda a equipe, e por fim, controlar ou mensurar os resultados da empresa.

1.4 Exigências Legais

A empresa terá como Razão Social Pereira Burger ME e estará legalizado nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial da Paraíba - JUCEP;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria do Estado da Receita para obtenção da Inscrição Estadual;
- CLT – Consolidação das Leis do Trabalho;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal;
- Prefeitura Municipal de João Pessoa para obtenção do Alvará de Funcionamento;
- Caixa Econômica Federal para cadastramento no sistema Conectividade Social – INSS/FGTS;
- Cadastro Municipal na Vigilância Sanitária – CMVS;
- Corpo de Bombeiros Militar.

1.5 Área de Atuação

CNAE: 56.11-2/03 – Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares.

1.6 Capital Social

Será provido de recursos próprios e de terceiro somando um investimento inicial total de 50 mil reais sendo 20.549,43 mil de recursos próprios e os 47.948,67 mil restantes de terceiros através de um empréstimo ao banco.

Quadro 1 – Capital Social

Sócios	Valor (R\$)	Participação (%)
Capital Próprio	20.549,43	30
Terceiros (banco)	47.948,67	70
Total	68.498,10	100

Fonte: Elaboração Própria (2020)

1.7 Dados do Empreendimento/Indicadores Estratégicos da Organização

1.7.1 - Missão:

Proporcionar experiências de sabor e felicidade com rapidez e descontração, através dos nossos produtos e serviços.

1.7.2 - Visão:

Até 2024, ser a referência na cidade de João Pessoa quando se tratar de hambúrguer. Proporcionar experiências únicas de sabor, estilo e convivência.

1.7.3 - Valores:

- Ética: devemos honrar aquilo que prometemos, e por isso, oferecer o melhor atendimento e melhor qualidade de produto e serviço condizente com o valor cobrado.
- Qualidade: acreditamos que para chegar aonde queremos, devemos oferecer um produto/serviço de ótima qualidade. Nada menos que ótimo.
- Satisfação dos clientes: a satisfação dos nossos clientes é o que nos estimula para oferecer o que tem de melhor. A satisfação dos nossos clientes também é a nossa.
- Lugar aconchegante: ideal para sair com amigos e família.
- Preço justo: para conquistar o que almejamos, acreditamos que devemos cobrar um preço justo de acordo com os serviços oferecidos.

1.8 Indicadores Financeiros

Quadro 2 – Indicadores Financeiros

Ponto de Equilíbrio	R\$ 495.974,14
Lucratividade	30,67 %
Rentabilidade	506,38 % aa
Prazo de Retorno do Investimento	03 meses

Fonte: Elaboração Própria (2020)

2. ANÁLISE DE MERCADO

2.1 Estudo dos Clientes

Um dos motivos para se comer fora de casa ocorre devido à falta de tempo para o preparo da comida em casa e o crescimento da participação da mulher no mercado de trabalho. Só em João Pessoa já são mais de 15 hamburguerias artesanais conhecidas pelos pessoenses. Através de uma pesquisa *online* feita com 165 respondentes, obteve-se as seguintes informações relacionada à análise de mercado de hamburguerias na cidade de João Pessoa durante o período de 2019. A pesquisa foi feita através da ferramenta do Google totalmente *online* e pessoas aleatórias de todas as idades que já frequentaram alguma hamburgueria pelo menos uma vez na vida. Na conclusão dos dados tivemos as seguintes informações:

- Características gerais dos clientes

Homens e mulheres entre jovens até adultos com idade de 48 anos com renda familiar variada de dois até vinte salários mínimos. Pessoas de classe social A, B e C que já concluíram algum curso superior compõem nossa pesquisa de mercado. Não detectamos

classe social D e E na pesquisa. Hamburguerias se tornou artigo de luxo, apenas um público específico estão dispostos a pagar por um lanche mais bem preparado, esses são os da classe social A, B e C.

Portanto, entendemos que nosso produto e serviço devem ser de alta qualidade para que supra todas as expectativas dos nossos possíveis clientes e fidelizar.

2.2 Interesses e Comportamentos dos Clientes

Através de dados de pesquisa de mercado realizada para a construção deste Plano de Negócios, podemos identificar que os respondentes costumam consumir este produto de uma a três vezes ao mês, poucos consomem mais de três vezes. As hamburguerias mais citadas foram HDO, Insano e Pão com Gergelim sendo assim os nossos maiores concorrentes. Para comer um hambúrguer grande e suculento estão dispostos a pagar em média de R\$ 15,00 a R\$ 30,00 no produto.

2.3 Motivação de Compra

Por meio da pesquisa pode-se afirmar que a principal característica que pesa na decisão dos clientes é a qualidade. Dos respondentes, 117 de 165 pessoas escolheram a opção qualidade quando perguntados no que busca em uma hamburgueria. Pode-se perceber que essas pessoas que buscam qualidade se referem aos *fast foods* tradicionais como o McDonalds, Bob's e Burger King com espessuras de carne inferior a 100 gramas, pouca salada e quase nenhum molho. A vantagem do hambúrguer artesanal é a qualidade do preparo, o sabor, atendimento personalizado e ambiente aconchegante. Características que nenhuma empresa de *fast food* tradicional oferece. O nosso perfil de cliente são pessoas com um nível de exigência maior, que procura um local para interagir com seus colegas e se sentir à vontade e boa comida. São pessoas que estão cansada do dia a dia de trabalho e estudos e preferem um lugar para comer fora de casa.

2.4 Identificação de Onde Estão os Clientes

A Pereiras Burger irá atuar principalmente na zona norte da cidade de João Pessoa onde fica localizado uma grande praça com grande movimentação de pessoas. Pessoas de classe social A, B e C que já concluiu algum curso superior e que estão dispostos a pagar bem por um produto de qualidade. Na zona norte se encontra bairros como Centro, Torre, Bairro dos Estados e Jaguaribe. Alguns dos que foram citados na pesquisa feita com a finalidade da construção deste plano de negócios.

2.5 Estudo dos Concorrentes

Para conhecer os concorrentes, o proprietário da Pereira Burger frequentou os estabelecimentos comerciais das principais hamburguerias de João Pessoa. Os principais concorrentes são:

Quadro 3 - Análise dos Concorrentes

Empresas	Serviços	Qualidade	Pagamento	Localização	Atendimento	Infraestrutura
Pão com Gergelim	Excelente cardápio, as vezes música ao vivo, atendimento personalizado.	Boa.	À vista e no cartão. Não parcela.	Ruim	Bom	Excelente
Hamburguer de Origem	Excelente cardápio, não tem atendimento personalizado, nem música ao vivo	Excelente	À vista e no cartão. Não parcela.	Boa	Bom	Bom
Insano	Bom cardápio, rodízio e atendimento personalizado. Não tem música ao vivo	Boa	À vista e no cartão. Não parcela.	Excelente	Bom	Excelente
The Caver	Bom cardápio, rodízio e atendimento personalizado. Não tem música ao vivo	Razoável	À vista e no cartão. Não parcela.	Boa	Bom	Bom

Fonte: Elaboração Própria (2020)

2.5.1 Pão Com Gergelim

Qualidade: A Pão com Gergelim oferece boa qualidade no produto de modo geral. Molhos feitos diariamente e saborosos, pães do dia, mas com algumas reclamações quando não acerta o ponto da carne ou quando algum funcionário que cobre a folga de outro faz um pouco diferente e os clientes notam a diferença.

Preço: O preço pago pelo hambúrguer é considerado justo em comparação com as principais hamburguerias de João Pessoa.

Condições de Pagamento: Pagamento em dinheiro e cartões de crédito ou débito

Localização: A localização não é considerada tão boa, pois é localizado em uma rua residencial com poucos estabelecimentos. Não possui garagem e a iluminação da rua não é tão boa.

Atendimento: Atendimento bom e elogiado na ferramenta de negócios do Google, mas sem cordialidade e padronização, deixando a desejar em muitos aspectos.

Serviços aos Clientes: A casa oferece uma boa variedade de *Meats* e *Burger*, além de acompanhamentos. Grande variedades de bebidas como suco, refrigerantes e cervejas, mas apenas uma marca como opção de cerveja especial.

2.5.2 Hambúrguer de Origem

Qualidade: Produto bom e fresco. Consegue identificar bem o sabor dos alimentos.

Preço: Preço compatível com as outras hamburguerias, um pouco mais caro que os da Pão com Gergelim, mas na média com valores a baixo de 30,00 reais.

Condições de pagamento: Além de dinheiro, aceitam cartões de crédito e débito.

Localização: Bem localizado numa principal no bairro de Manaíra perto de residência e espaços comerciais e com duas vagas de garagem, mas chega a ser esquisito a noite no horário de funcionamento.

Atendimento: bom atendimento, mas não excelente. Diferente das outras hamburguerias, o cliente tem que enfrentar fila pra fazer pedido e pagar na hora, caso queira pedir algo a mais terá que ir ao caixa novamente fazer um novo pedido.

Serviços aos clientes: Boa variedade de hambúrguer e bebidas.

2.5.3 Hamburger Insano

Qualidade: Hamburger bom, mas com pouco saboroso.

Preço: Preço na média das demais

Condições de pagamento: Além de dinheiro, aceitam cartões de crédito e débito.

Localização: O novo ambiente do Insano fica localizado numas das principais mais movimentadas de João Pessoa, a poucos metros da orla de Cabo Branco. Por ser tão bem localizado, não é tão fácil de estacionar e não possui estacionamento próprio.

Atendimento: Tem um bom atendimento e os funcionários são atenciosos.

Serviços aos clientes: Ótimas variedades de hambúrguer e bebidas.

2.5.4 The Cave

Qualidade: Hambúrguer bom e saboroso, consegue sentir bem o sabor da comida.

Preço: O preço dos hambúrgueres é competitivo com as demais hamburguerias de João Pessoa.

Condições de pagamento: Além de dinheiro, aceitam cartões de crédito e débito.

Localização: localizado no Cabo Branco, um bairro nobre de João Pessoa uma rua antes da praia e o espaço com vagas de garagem para os clientes.

Atendimento: atendimento bom, me senti à vontade.

2.5.5 Estupendo Hamburgueria

Qualidade: Produto consideravelmente saboroso e tempero na medida certa. Oferece outras opções de entradas que não seja apenas as batatas fritas.

Preço: Os preços das entradas são um pouco mais caros para uma hamburgueria que apesar de ser produto de qualidade, não é considerando um restaurante, e sim, uma lanchonete. Mas oferece boas entradas. Já os hambúrgueres clássicos tem um preço competitivo como as demais hamburguerias da cidade. Quando se fala dos especiais, (que para mim a ideia de artesanal é ser especial e diferente com boa qualidade e saboroso) tem um valor um pouco acima da média do mercado chegando a quase 30,00 reais um hambúrguer.

Condições de pagamento: Além de dinheiro, aceitam cartões de crédito e débito.

Localização: Fica muito bem localizado numa principal no bairro do Manaíra com 2 vagas de garagem, mais 1 vaga para de garagem preferencial.

Atendimento: Atendimento considerado bom, mas não algo que chame atenção e se destaque das demais.

2.6 Estudo dos Fornecedores

Os principais fornecedores do negócio são distribuidores de alimentos.

Quadro 4 - Análise dos Fornecedores

Nº	Itens	Fornecedor	Preço	Pagamento	Prazo de entrega	Localização
1	Pão	Bonfin	Bom	A prazo/30 dias	Diário	João Pessoa
2	Carne	Masterboi	Ótimo	A prazo/30 dias	Semanalmente	João Pessoa
3	Verduras, legumes e frutas	Ceasa	Ótimo	A vista	Imediato	João Pessoa
4	Frios	Assaí	Bom	A prazo/30 dias	Imediato	João Pessoa
5	Sobremesas	Assaí	Bom	A prazo/30 dias	Imediato	João Pessoa
6	Polpa	Assaí	Bom	A prazo/30 dias	Imediato	João Pessoa

Fonte: Elaboração Própria (2020)

2.7 Análise SWOT

Quadro 5 – Análise SWOT

Fatores	Internos	Forças	Fraquezas
		- Qualidade do produto - Originalidade - Ambiente	- Marca - Necessidade de adaptar-se ao mercado
Fatores	Externos	Oportunidades	
		- Segmento em expansão - Parcerias	Concorrência

Fonte: Elaboração Própria (2020)

2.7.1 Pontos Fortes

- **Originalidade de produto no mercado:** a Pereira Burger irá se diferenciar por ser o mais original buscando referências de grandes hamburguerias consideradas as melhores em setor nacional.
- **Qualidade do produto:** nosso objetivo é se destacar pelo serviço de qualidade. Para isso iremos criar um manual de procedimentos para ser executados pelos nossos colaboradores para manter um padrão de qualidade desde o atendimento até a entrega do produto final.
- **Ambiente:** ambiente inovador, descontraído e aconchegante para que nossos clientes se sintam à vontade e felizes consumindo nossos produtos.

2.7.2 Pontos Fracos

- **Marca:** por ser uma marca original e recém-criada, ainda não tem força de mercado igual teria uma empresa já estabelecida.
- **Adaptar-se ao mercado:** no começo sabemos que existe falhas e que os funcionários irão aprender a trabalhar em equipe com as experiências.

2.7.3 Oportunidades

- **Segmento em expansão:** na cidade de João Pessoa a cultura de hamburgueiros ainda é recente. Mas pode-se notar a procura por aprender e degustar sabores diferentes de hambúrguer.
- **Parcerias:** para construir a marca e se posicionar no mercado, parcerias serão uma boa tática para fortalecer a marca. Participar de festivais de música, campeonatos de *crossfit* ou criar campanhas com outras empresas para ajudar outras pessoas.

2.7.4 Ameaças

- **Concorrência:** apesar da originalidade, sabemos que tem outros fatores que influenciam. É uma empresa nova e que não tem uma marca forte no começo.

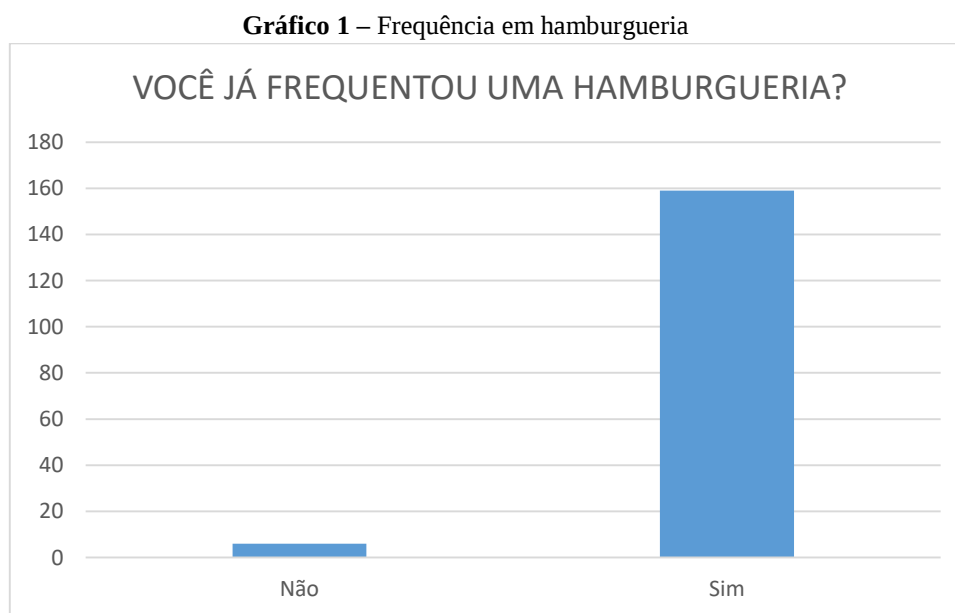
3. PESQUISA DE MERCADO

Com o intuito de uma melhor construção e legitimação do Plano de Negócio foi realizada uma pesquisa quantitativa, onde foram coletados dados sobre perfil e expectativas do público-alvo. O questionário aplicado via internet foi respondido por pessoas residentes em João Pessoa-PB, e que já frequentaram pelo menos uma vez alguma hamburgueria.

Através dos resultados obtidos na pesquisa sobre o que os possíveis clientes desejam, iniciaremos a construção da empresa e de estratégias baseadas nesta estimativa de preferência das pessoas que frequentam estabelecimentos do mesmo segmento.

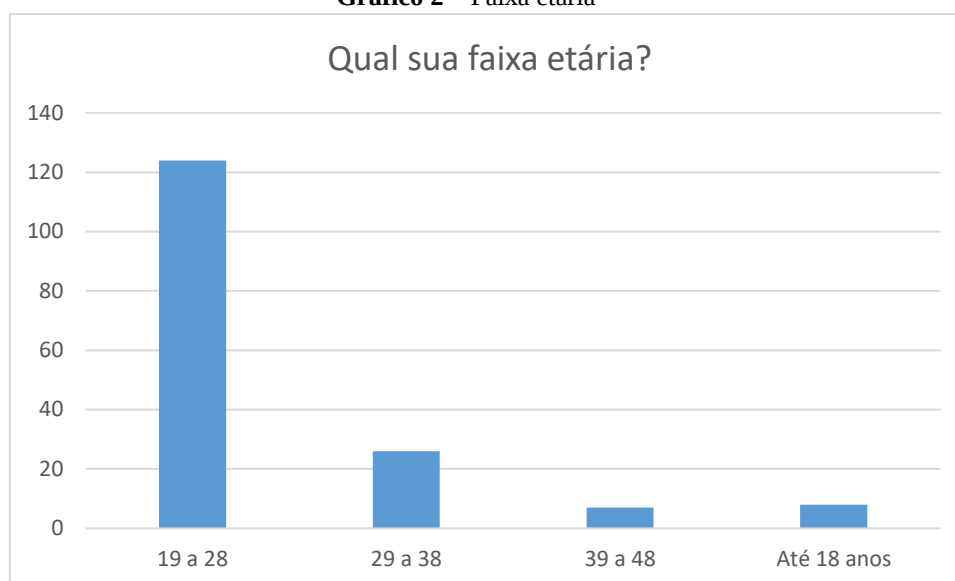
3.1 Análise do Perfil do Cliente

A pesquisa evidenciou que o perfil do cliente de hamburguerias preza muito pela qualidade do produto, até mesmo pagando mais caro. Porém, além disso, para eles também é importante o ambiente e o tempo de espera. A partir dos resultados coletados podemos observar que o segmento de hamburguerias vem se expandindo, e se tornando uma opção bastante procurada pelo público. Das 165 pessoas entrevistadas, 159 já frequentaram pelo menos uma vez alguma hamburgueria, e apenas 6 pessoas nunca frequentaram (Gráfico 1).



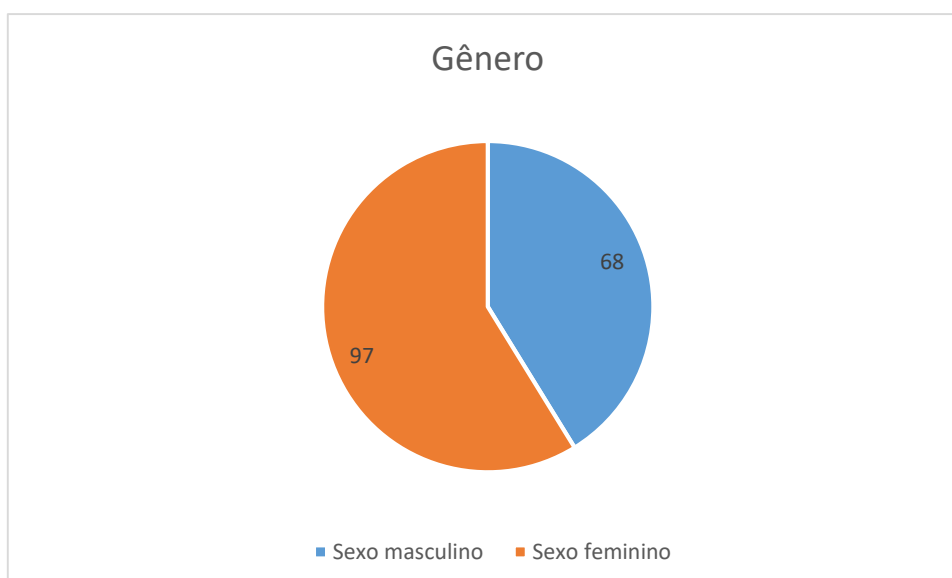
Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Podemos observar que 77,59% dos respondentes/possíveis clientes são de uma faixa etária mais jovem, entre 19 e 28 anos (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Faixa etária

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Em relação ao gênero, notou-se que 59% dos entrevistados (97 respondentes) que já frequentaram alguma hamburgueria são mulheres, e 41% são homens (68 respondentes). A amostra dessa pesquisa constituída por um número maior de mulheres ocasionou tal resultado, mas é importante observar que há uma proximidade em relação às porcentagens, e que o público masculino também mostra interesse nesse segmento.

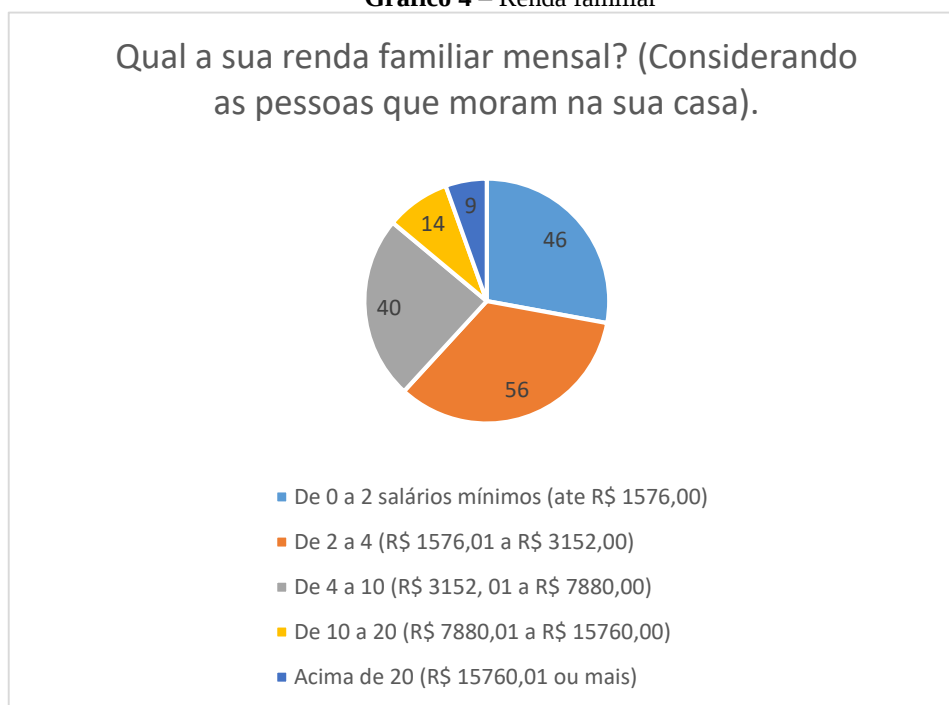
Gráfico 3 - Gênero

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Procuramos saber qual a renda dos nossos possíveis clientes para criar uma proposta condizente com o que desejam. Notou-se, Gráfico 4, que 34% da amostra (56 pessoas) responderam que sua renda familiar mensal é entre 2 e 4 salários mínimos, enquanto 28% (46

peças) têm renda de 0 a 2 salários mínimos. Os entrevistados que somam 24% (40 pessoas) têm de 4 a 10 salários mínimos, e os que formam 8% (14 pessoas) têm de 10 a 20 salários mínimos, e 5% (9 pessoas) têm acima de 20 salários mínimos. Chegamos a conclusão que o público-alvo é de classe D para A.

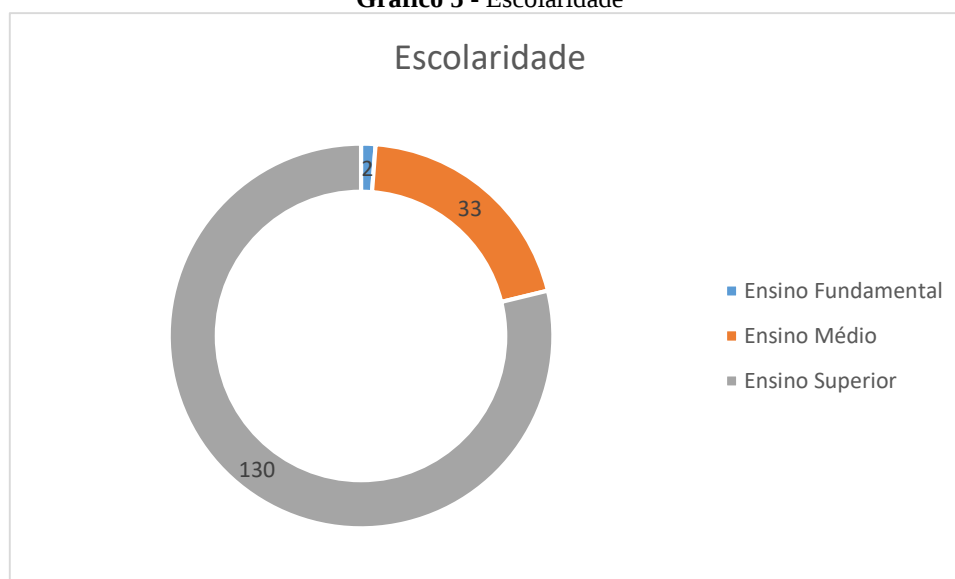
Gráfico 4 – Renda familiar



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

A respeito da escolaridade, concluímos que 20% dos respondentes (33 pessoas) estão cursando ou já concluíram o ensino médio, enquanto 79% (130 pessoas) já concluiu ou está cursando o ensino superior.

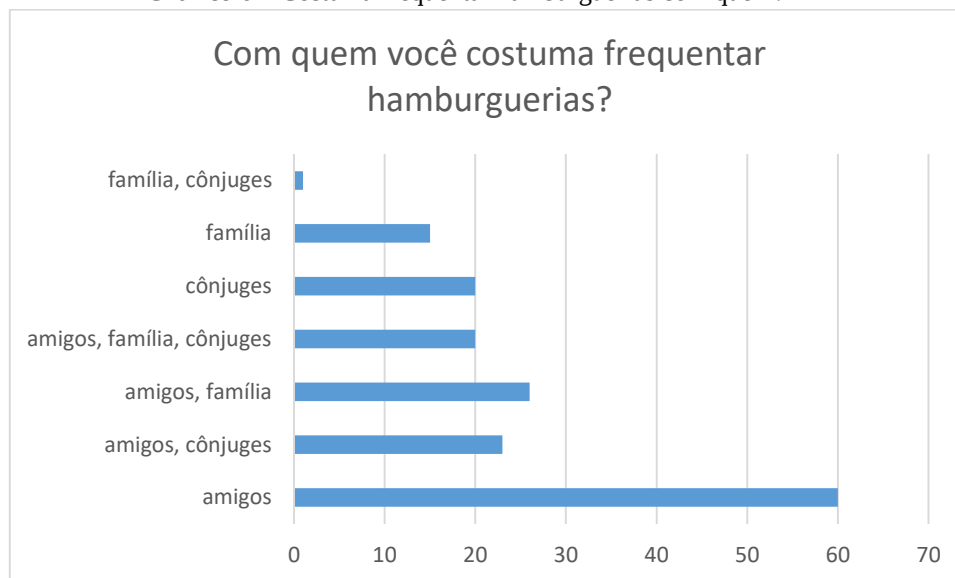
Gráfico 5 - Escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

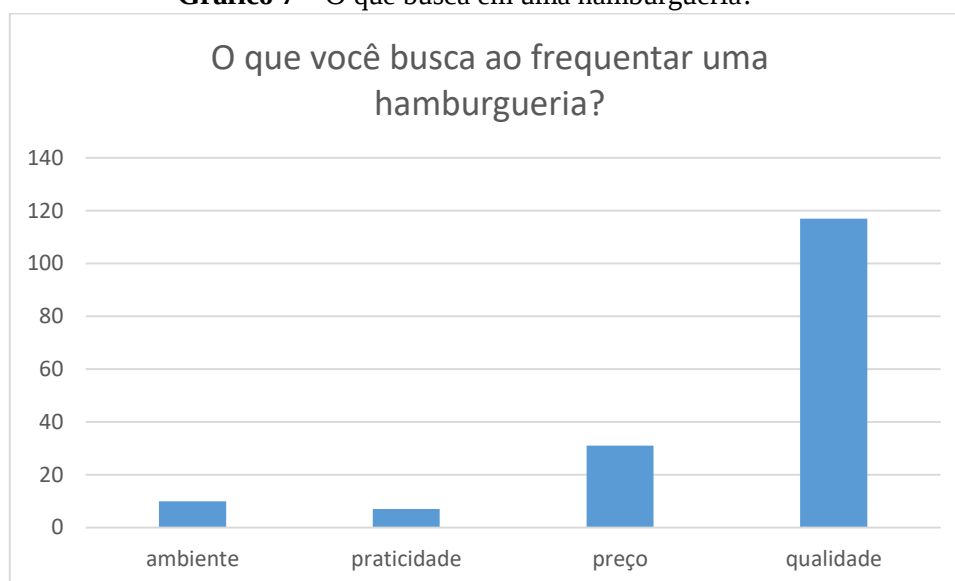
Os entrevistados foram questionados sobre com quem frequentam as hamburguerias (Gráfico 6). Nesta questão, o entrevistado poderia optar por mais de uma resposta. Observamos que dos 159 respondentes, 60 costumam frequentar hamburguerias apenas com seus amigos, enquanto os demais respondentes optam por irem acompanhados de cônjuges e família, além de amigos.

Gráfico 6 – Costuma frequentar hamburguerias com quem?



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Os entrevistados foram questionados sobre o que busca ao frequentar uma hamburgueria (Gráfico 7). Nesta pergunta poderia ser assinalada mais de uma resposta. O perfil dos possíveis clientes de hamburgueria preza principalmente pela qualidade, mesmo que precise pagar um pouco mais caro. Além disso, o ambiente e a praticidade também importam para eles.

Gráfico 7 – O que busca em uma hamburgueria?

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

3.2 Análise da Satisfação do Cliente

Os entrevistados foram questionados sobre os aspectos do preço, qualidade, ambiente, tempo de espera e localização. No Quadro 4 são apresentados os resultados da opinião dos entrevistados, em que 1 significa discordo totalmente, 2 significa discordo parcialmente, 3 nem concordo e nem discordo, 4 concordo parcialmente e 5 concordo totalmente.

Quadro 6 – Preferências

Afirmações	1	2	3	4	5
Para mim o preço de uma hamburgueria é importante	1 (1%)	8(5%)	48(29%)	50(30%)	58(35%)
Para mim a qualidade de uma hamburgueria é importante	0(0%)	2(1%)	8(5%)	35(21%)	120(73%)
Para mim o ambiente de uma hamburgueria é importante	1(1%)	7(4%)	43(26%)	61(37%)	53(32%)
Para mim o tempo de espera de uma hamburgueria é importante	1(1%)	11(7%)	37(22%)	46(28%)	70(42%)
Para mim a localização de uma hamburgueria é importante	4(2%)	12(7%)	51(31%)	56(34%)	42(25%)

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Em relação ao preço, percebe-se que 6% dos entrevistados discordam que o preço seja um fator importante e 65% concordam que o preço seja um fator importante. Logo, chega-se à conclusão que o preço é um fator importante, mas não determinante na hora da compra. Quanto à qualidade, observou-se que 94% das pessoas concordam que a qualidade é um fator importante em uma hamburgueria. Observamos anteriormente que o preço é um fator bastante

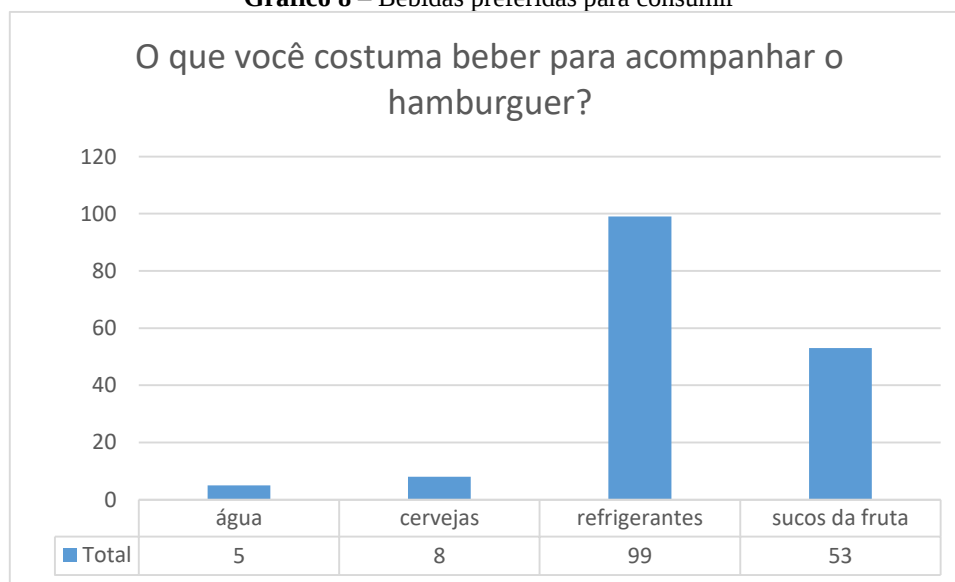
relevante na decisão de compra, porém podemos considerar que a qualidade é um fator determinante, visto que 73% dos entrevistados escolheram a opção 5.

Quando perguntados sobre se o ambiente de uma hamburgueria é importante, 69% dos entrevistados concordam com a afirmação. Pode-se concluir então que os possíveis clientes buscam em uma hamburgueria mais do que o produto, mas um lugar em que possam confraternizar com seus amigos, familiares e cônjuges.

O tempo de espera na hamburgueria é outro um fator importante. Seja do produto ou de modo geral, que incluindo atendimento. Quando questionados sobre “para mim o tempo de espera de uma hamburgueria é importante”, 70% dos respondentes concordaram com a afirmação. Por fim, quanto à localização, também foi considerado como um fator importante. Sabe-se que a localização de uma empresa faz toda diferença. Por isso escolhemos estrategicamente o nosso ponto de comercialização.

A Gráfico 8 mostra que mais da metade das pessoas responderam que preferem beber algum refrigerante para acompanhar o hambúrguer (99 pessoas). O segundo ponto relevante são os sucos com 53 pessoas. Poucas pessoas optaram por cerveja ou água para acompanhar a comida.

Gráfico 8 – Bebidas preferidas para consumir

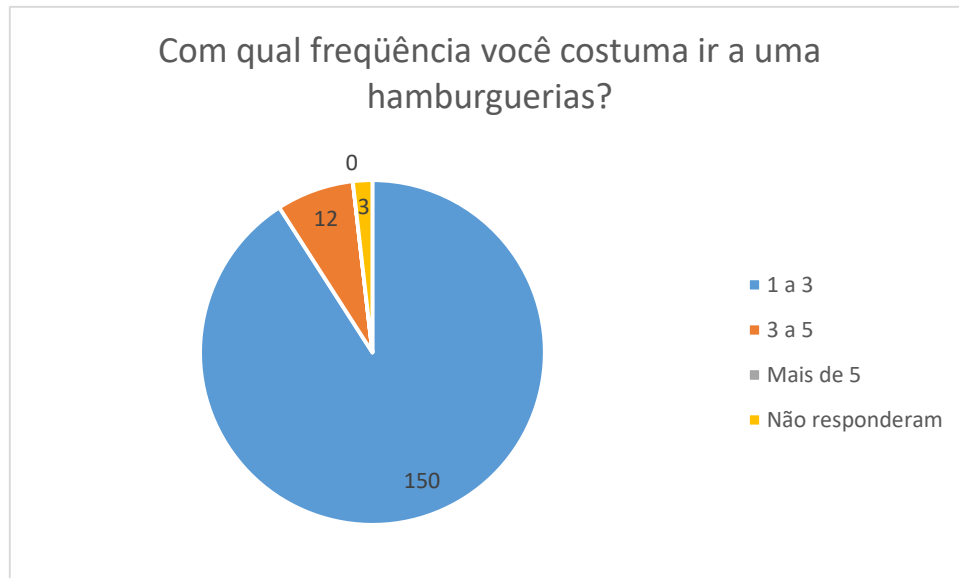


Fonte: Dados da pesquisa (2020)

A Gráfico 9 mostra que a maioria das pessoas costuma ir a uma hamburgueria de 1 a 3 vez no mês. Assim, podemos dizer que mesmo sendo crescente o número de pessoas comendo fora de casa, ainda não é algo tão frequente ou pelo fato de gostarem de visitar outros tipos de estabelecimentos com comidas diferentes para variar o paladar. Sendo assim, devemos ficar

atentos as estratégias de fidelização e pós venda, e atrações que façam com que nossos clientes estejam sempre visitando e saboreando nossos hambúrguer.

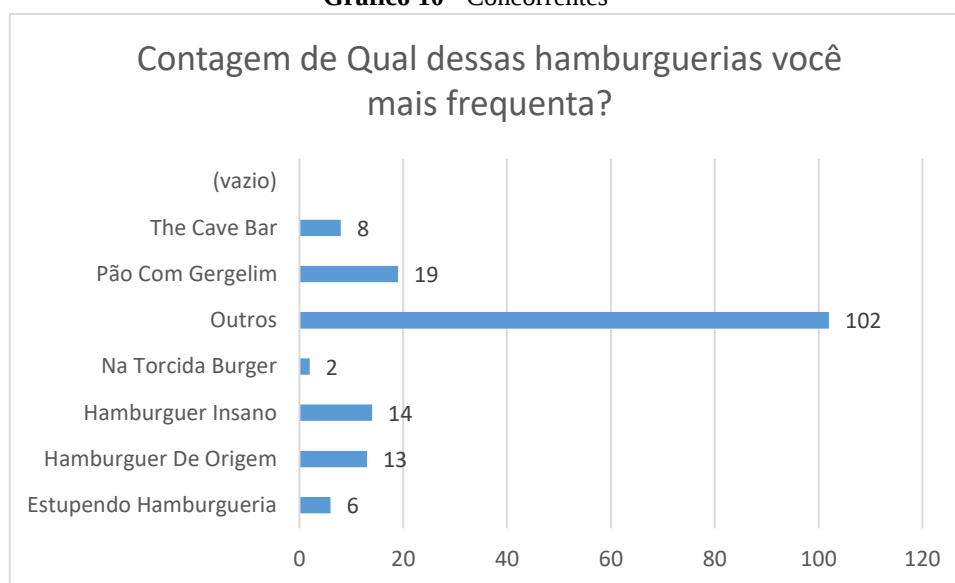
Gráfico 9 - Frequência



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

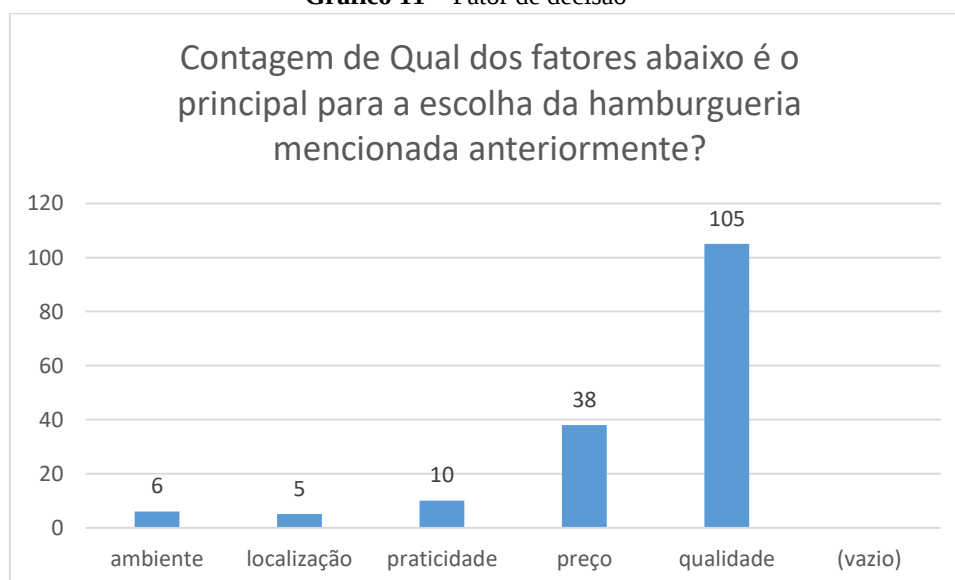
3.2 Análise da Concorrência

Os entrevistados foram questionados sobre quais hamburguerias que costumam frequentar (Gráfico 10). Apesar da grande maioria dos respondentes escolherem a opção outros, podemos atentar para três grande hamburguerias com maior números de pessoas respondentes, que são: Pão com Gergelim, Hamburgueria Insano e Hamburguer de Origem. Podemos atentar para essas três como as principais concorrentes. O lado vantajoso é que todas as três estão localizadas na zona leste da cidade, enquanto a Pereira Burger estará localizado na zona norte da cidade.

Gráfico 10 - Concorrentes

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Questionou-se também sobre o motivo de se escolher tal hamburgueria (Gráfico 11). Mais uma vez podemos destacar o fator qualidade como o mais importante na opinião dos respondentes do questionário. As pessoas estão cada vez mais exigente e com o número de hamburguerias crescendo, elas tem o poder de escolha. Escolher a que mais lhe agrada. Por isso é fundamental uma inspeção de qualidade para servir com excelência os clientes.

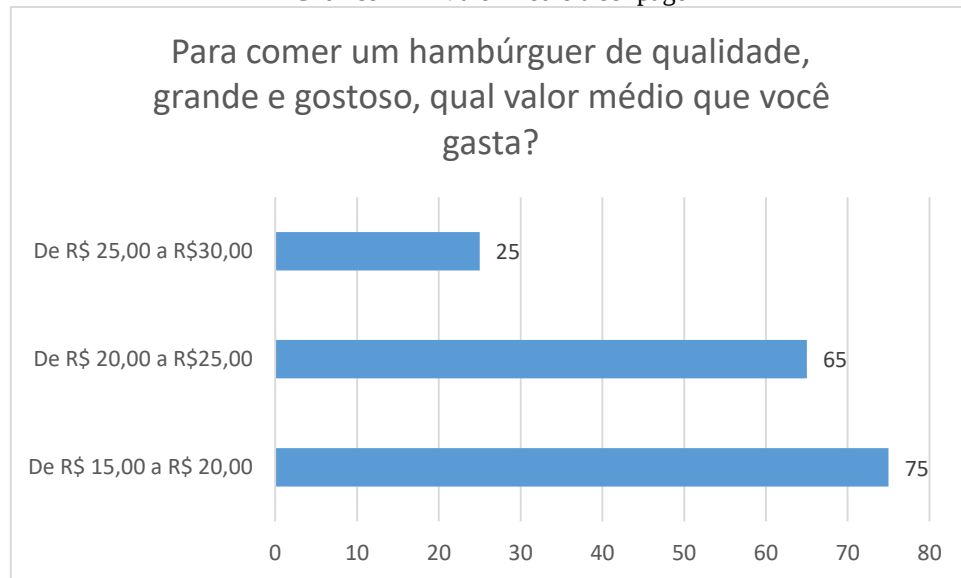
Gráfico 11 – Fator de decisão

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Por fim, foi pedido aos respondentes que escolhessem quanto ele paga (em outras hamburguerias) por um hambúrguer de qualidade, grande e saboroso. Podemos observar que a

grande maioria optaram por R\$ 15,00 a R\$ 20,00 e de R\$ 20,00 a R\$ 25,00. Sendo assim, diante deste questionário como referência e outros fatores como custos fixos e variáveis, construiremos nosso cardápio com valores justos e estão dispostos a pagar.

Gráfico 12 – Valor médio a ser pago



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

4. PLANO DE MARKETING

4.1 Logo

A logo da empresa foi criada depois de muito pensar e decidir como deseja ser vista e lembrada por seus clientes e pela comunidade em geral da cidade de João Pessoa, mas também de maneira geral com uma visão a longo prazo do crescimento da empresa. A psicologia das cores fez parte do processo, pensando nisso, usamos a cor laranja, uma cor quente e que é associada a amigável, alegria, sociável e recreação. Características essas que desejamos ser visto por nossos clientes. A logo é classificada como imagoto, combinação de imagem com texto, mas que pode funcionar usando separadamente.

Figura 1 - Logo



Fonte: Elaboração Própria (2020)

4.2 Mix de Produtos

Ter o *mix* de produtos é essencial para uma empresa. O *mix* de produto é o que segura e chama o cliente para o seu estabelecimento. É através da sua variedade de produtos que a empresa pode atingir diversos segmentos de cliente e posteriormente liderar o mercado. Porém, definir o *mix* de produtos da empresa não é uma tarefa tão fácil.

Na Pereira Burger pretendemos usar o método da tentativa e erro, bem como buscar a participação do cliente por meio de seus *feedbacks*. Pretendemos fazer alguns testes na cozinha e logo após a criação de novos sabores de hambúrguer, as quais serão colocados para comercialização por um mês. O que será chamado de hambúrguer do mês, após uma temporada tendo todo mês um hambúrguer diferente, procura no sistema os hambúrgueres que tiveram maior saída e maior aceitação pelos clientes para entrar definitivamente no cardápio.

A seguir, no Quadro 5, os produtos que trabalharemos inicialmente são:

Quadro 7 – Mix de produtos

Batata frita
Hambúrguer
Sobremesas
Bebidas

Fonte: Elaboração Própria (2020)

4.2.1 Descrição dos Produtos

O nosso cardápio consiste em uma alta variedade de carnes e hambúrgueres que é o nosso foco e outros componentes para entradas e sobremesas que deixam o nosso *mix* de produtos mais robusto. Além da comida, temos uma ótima variedades de bebidas, como refrigerantes, água e sucos da fruta e polpa de frutas.

- a) Entradas: responsável pela primeira impressão do cliente, optamos por oferecer dois tipos de batatas fritas: Fritas Palito (com sal de alecrim) e Fritas Rústicas Canoa (com sal de alecrim, cebolinha e queijo parmesão ralado).
- b) Prato principal: é o protagonista da hamburgueria. Será composto pelos seguintes hambúrgueres:

- **Chesse Burger:** Burger de 180g do nosso blend de fraldinha, queijo e maionese de ervas, no pão com brioche. Hambúrguer simples e muito saboroso.
- **Churras de Domingo:** Burger de 180g do nosso blend de fraldinha, queijo, maionese de alho, barbecue, farofa de bacon e cebola na chapa, no pão brioche com gergelim escuro. O Churras de Domingo tem um sabor característico de churrasco através de seus elementos que o compõe, o molho *barbecue* junto com a carne deixa esse sabor característico, além da farofa e cebola.
- **Churras Bom de Verdade:** Burger de 180g da mais pura costela de boi, vinagrete, barbecue, queijo e farofa de bacon, no pão brioche com gergelim. Mais um hambúrguer para os amantes de churrasco. Este burger de costela com molho barbecue é sem dúvida uma experiência rica em sabor.
- **Engana Dieta:** Burger de 180g do nosso blend de fraldinha, queijo, alface americana, tomate, cebola roxa, pickles e maionese de ervas finas, no pão brioche. Esse hambúrguer é para os amantes de legumes e verduras, mas sem deixar de apreciar uma boa carne e uma maionese deliciosa. O hambúrguer tem características de hambúrguer molhado para quem gosta, mas sem exageros.
- **Agridoce:** Burger de 180g do nosso blend de fraldinha, queijo, farofa de bacon, cebola caramelizada. O nosso Burger para os amantes de sabores agridoce para aquele cliente que gosta de misturar o doce e o salgado. Acredite, o sabor e a sensação que este hambúrguer transmite é sensacional.

- **Frango Maromba:** Burger de 200g de empanado de frango com queijo e *coleslaw* (salada de repolho com maionese tipicamente americana). Uma ótima opção para os nossos clientes que não comem carne vermelha ou preferem um bom hambúrguer de frango.
- **Pereira Smashe:** Smashe Burger de 100g, queijo cheddar e molho a sua escolha (maionese de alho, *barbecue* ou cebola caramelizada), no pão brioche com gergelim. Especialmente para os amantes da modalidade *smash* característico pela crosta queimada na carne por fora e suculento por dentro.

c) Sobremesas: para fechar com ‘chave de ouro’ a experiência, será oferecido sorvete de creme com brownie ou pudim de leite na lata.

d) Bebidas: as bebidas escolhidas são compostas pelos principais refrigerantes de cola, guaraná e laranja, bem como as principais cervejas no mercado como (Heineken e Budweiser). Ademais, para quem prefere suco, teremos a opção de suco de laranja e abacaxi da fruta, bem como sucos da poupa (manga, cajá e uva).

4.3 Preço

A estratégia de precificação foi pensada de modo a adequar a rentabilidade do negócio ao que o mercado está disposto a pagar pelo produto. Foram considerados, também, todos os custos (fixos e variáveis).

Quadro 8 – Produto e Preço

Produtos	Preço
Fritas Palito	R\$ 9,00
Fritas Palito com Cheddar	R\$ 16,00
Chesse Burger	R\$ 13,00
Churras de Domingo	R\$ 24,00
Churras Bom de Verdade	R\$ 26,00
Agridoce	R\$ 19,00
Frango Maromba	R\$ 22,00
Engana Dieta	R\$ 22,00
Pereira Smashe	R\$ 17,00
Carne Extra Smashe 100g	R\$ 8,00
Carne Extra 180g	R\$ 10,00
Refrigerante Lata	R\$ 5,00
Água 500 ml	R\$ 4,00
Suco da Polpa 500 ml	R\$ 8,00
Suco da Fruta 500 ml	R\$ 9,00
Cerveja Long Neck	R\$ 8,00

Fonte: Elaboração Própria (2020)

4.4 Estratégias Promocionais

A promoção será feita através do *marketing online* e *off-line*. No *marketing online* iremos trabalhar com ferramentas de mídias digitais (Instagram, Facebook, Google meu negócio), parcerias com *influencies* e app's de comidas. No *marketing off-line*, os meios de comunicação serão *outdoors* e placas de sinalização. Entendemos que para construir uma marca do zero exige grande dedicação, pois, diferente das franquias em que já vem tudo montado e possivelmente consolidado no mercado a mais tempo, e das marcas que não são franquias, mas estão consolidadas no mercado por existir á bastante tempo.

Diante disso, o empenho e dedicação com o plano de *marketing* é fundamental para consolidar a marca e despertar curiosidade do nosso público-alvo. No começo o investimento nessa área será fundamental para atrair clientes, diante disso resolvemos trabalhar com o *marketing online*, pois exige um menor investimento financeiro. Um comercial na TV aberta sairá muito mais caro que as redes sociais e sites de compra. Por ser uma empresa local, com um público-alvo de uma determinada área da cidade, TV e Rádio não seriam mídias viáveis no momento de abertura.

Nas mídias digitais pretendemos trabalhar com uma agência digital especializada nesse serviço para administrar as redes e prestar os serviços de Identidade Visual, Marca e *Branding*. Os *influencies* também serão um ótimo serviço. Antigamente, apenas um número pequeno ditava moda, eram eles atores e atrizes, músicos, apresentadores de programa televisivo, jornalistas, etc. Hoje percebe-se que a realidade é completamente diferente e o número de artistas nas redes sociais só cresce. Além de pessoas famosas na internet, perfis de comida também são uma ótima opção de parcerias para divulgação. Mas, é claro, sempre atento às métricas dos perfis e que sejam local com real poder de influência.

No *marketing off-line*, a opção por *outdoors* e placas de sinalização têm a vantagem de primeiro sinalizar e orientar como chegar até nosso estabelecimento, bem como é um tipo de mídia que traz resultado na campanha publicitária fortalecendo a marca na cidade. Essa mídia tem uma grande visualização no trânsito de João Pessoa, e quem ver alguma vez irá despertar curiosidade e lembrar. Mas, sabemos que quem passa por uma mídia dessas, geralmente passa rápido, então a mensagem deve que ser o mais objetivo possível.

4.5 Estrutura de Comercialização

Para proporcionar experiências agradáveis e únicas, disponibilizamos de um espaço amplo para que nossos clientes se sintam à vontade no ambiente bem descolado fazendo com que o cliente tenha o desejo de voltar e compartilhar com outras pessoas uma boa experiência.

A estrutura contará com mesas de madeiras, um sofá de uma ponta a outra encostada na parede e luzes que deixarão o ambiente mais escuro fazendo com que nossos clientes fiquem à vontade. Outros atrativos para deixar o ambiente legal serão os quadros com artistas famosos e fazer com que despertem a curiosidade das pessoas.

Trabalharemos na modalidade de venda direta, sem a necessidade de terceirizar serviço de produção.

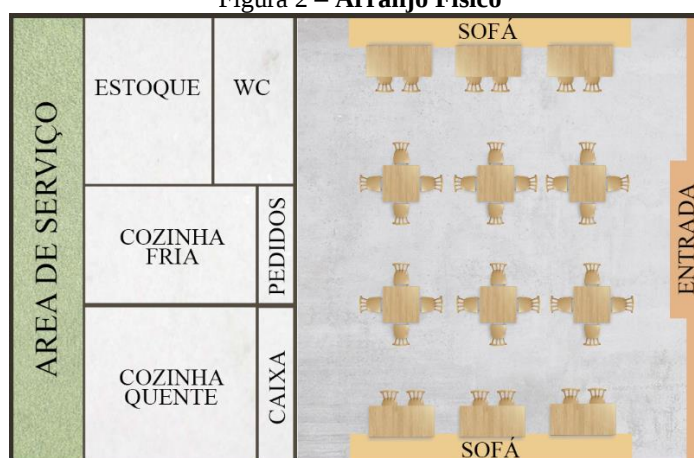
4.6 Localização do Negócio

A hamburgueria irá funcionar próximo à Praça São Gonçalo localizada no bairro da Torre na cidade de João Pessoa, em uma casa recém-reformada, vizinha a um restaurante de comida Uruguaia. O local foi escolhido por vários fatores positivos que foram possíveis de se-observado; a área é composta por prédios familiares, uma Igreja que celebra missa de domingo a domingo, além de contar com cursos diários na área de saúde, isso sinaliza um satisfatório fluxo de pessoas no local. Foi analisado que a maioria das hamburguerias em João Pessoa se concentram na área litoral da cidade, que tem um custo de vida mais elevado do que os outros bairros. Na Torre conseguimos ter uma redução nos gastos com o aluguel e embolsamos um estacionamento de longa escala, já que é permitido estacionar ao redor da praça e nas ruas paralelas, porém, o maior impulso para a escolha do local foi a escassez de lanchonetes na região, lanchonetes com variedades e qualidade no alimento.

5 PLANO OPERACIONAL

5.1 Arranjo Físico

Figura 2 – Arranjo Físico



Fonte: Elaboração Própria (2020)

5.2 Capacidade Produtiva

O local comporta dez mesas com capacidade de atender a quarenta clientes ao mesmo tempo. Levando em consideração a quantidade de funcionários e a qualidade da chapa utilizada será possível produzir por hora trinta hambúrgueres, ou seja, tendo em mente a hora de funcionamento, o estabelecimento terá potencial de fabricar cento e cinquenta hambúrgueres ao dia. Vale salientar que a área de alimentação é sempre bem vista no mercado, já que a busca por alimentação rápida e fácil é cada vez maior, porém, acreditamos que a maior procura ocorrerá aos finais de semana, já que as pessoas estão mais propícias a saírem para passear, além de que há sempre movimento jovem nas igrejas ao redor, atraindo cada vez mais clientes.

5.3 Processos Operacionais

O estabelecimento funciona com 8 funcionários. Dos quais, um funcionário trabalha pela manhã para a produção de carnes e os outros sete funcionários trabalharão no funcionamento normal da casa, das 16:00 horas às 24:00 horas. O atendimento ao cliente é bem tranquilo e pouco formal, já que é uma hamburgueria com tema *rock'n roll*. Os clientes chegam e sentam, quando passa próximo de algum funcionário é cumprimentado e quando não, senta no lugar que escolhem ou que já estão acostumados. Os funcionários ficam observando e dando espaço para os clientes ficarem à vontade. O funcionário vai até a mesa quando é chamado. Após ser chamado, o funcionário toma a liberdade de cumprimentar e sugerir algum hambúrguer quando o cliente não sabe bem o que pedir e fica na dúvida. Todos os funcionários devem conhecer o cardápio completo e como funciona a casa. Após fazer o pedido, o garçom envia para cozinha através do aplicativo no celular da empresa e é impresso na cozinha. Desta maneira, os funcionários da cozinha ficam sabendo do pedido que foi feito pelo cliente. Cada pedido tem um tempo médio a ser despachado. Depende muito do que é pedido, o suco tem um tempo médio, a batata frita tem outro tempo e as carnes dos hambúrgueres tem seu tempo médio dependendo do ponto que o cliente escolhe, se é mal passado, ao ponto ou bem passado.

1. O cliente é cumprimentado com um 'Boa Noite' pelo recepcionista e fica a critério do cliente onde vai sentar.

2. Após olhar o cardápio o cliente solicita atendimento. O garçom atende o cliente, anota o pedido no aplicativo do celular da empresa. Envia pedido para a cozinha (quando é hambúrguer, batata frita, suco ou sobremesa).
3. A cozinha prepara o alimento e deixa no balcão e avisa o garçom apertando o sino.
4. Garçom serve alimento para o cliente
5. Se o cliente desejar mais alguma coisa, solicita o garçom (retorna passo 2 se for feito na cozinha). Se forem bebidas que ficam no salão (refrigerante, água e cerveja), o garçom atende apenas lançando o pedido na mesa/comanda.
6. Se o cliente não desejar mais nada, solicita a conta ao garçom
7. Garçom solicita o fechamento da conta pelo aplicativo e pega no caixa.
8. Garçom apresenta a conta ao cliente e faz o recebimento
9. O caixa dá baixa na mesa pelo sistema e libera a mesa para outro cliente que vier sentar à mesma mesa.

5.4 Necessidade de Pessoal

Nossa equipe contará com 8 funcionários fixos, 1 terceirizado (*motoboy*) e dois extras no final de semana.

- Gerente/Caixa: responsável pelo caixa e algumas funções administrativas. Qualificação necessária: necessário ensino superior completo e experiência na função de no mínimo 6 meses comprovado em carteira. Quantidade: 01
- Garçons: responsáveis por atender os clientes, manter o salão limpo, avisar quando algum material que trabalha está acabando. Nos finais de semana é necessário 1 garçom extra para atender à demanda de clientes. Qualificação necessária: necessário ensino médio completo e experiência na função de no mínimo 6 meses comprovado em carteira. Quantidade: 02 fixos e 01 diarista aos finais de semana
- Cozinheiro e Ajudante: Uma montadora que fica responsável por montar os hambúrgueres e fazer os molhos, uma auxiliar para fazer alguns molhos, fritar as batatas e fazer os sucos. Um chapeiro para assar as carnes e um auxiliar para fazer as carnes que trabalha durante o dia. Os quatro que trabalham na cozinha são responsáveis por informar o que precisa na cozinha para produzir e responsáveis por limpar e manter as duas cozinhas limpas. Nos fins de semana é necessário um extra para ajudar a montar e lavar a louça. Qualificação necessária: necessário ensino médio

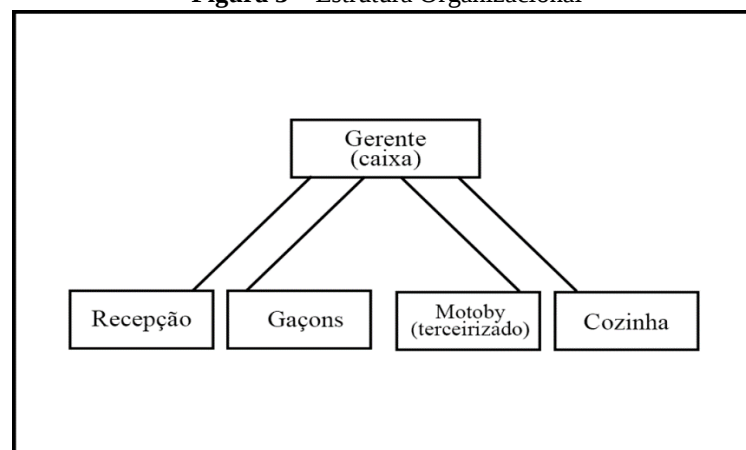
completo e experiência na função de no mínimo 6 meses comprovado em carteira. Quantidade: 04 fixos

- Recepcionista: fica na frente recebendo os clientes desejando boa noite e transmitindo uma segurança aos clientes. Também é responsável por colocar o lixo fora e manter a parte da frente limpa e cuidar do jardim. Qualificação necessária: necessário ensino médio completo e experiência na função de no mínimo 6 meses comprovado em carteira. Quantidade: 01

5.5 Estrutura Organizacional

Foi feito o organograma da empresa com a finalidade de ser reconhecido entre os funcionários e, assim, ficar claro quando precisarem se reportar para dúvidas referente ao funcionamento da empresa.

Figura 3 – Estrutura Organizacional



Fonte: Elaboração Própria (2020)

6. PLANO FINANCEIRO

6.1. Investimentos Fixos

Quadro 9 – Investimento Fixo Inicial

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
A - MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS				
1	Frizer	2	2.145,00	4.290,00
2	Fritadeira	1	300,00	300,00
3	Geladeira	2	1.400,00	2.800,00
4	Moedor de carne	2	237,00	474,00
5	Chapa	1	830,00	830,00
6	Fatiador	1	469,00	469,00
Total				R\$9.163,00
B - MÓVEIS E UTENSÍLIOS				
1	Conjunto de mesa com quatro cadeiras	10	234,00	2.340,00
2	Balcão caixa	1	799,00	799,00
3	Liquidificador	1	308,00	308,00
4	Processador	1	324,00	324,00
5	Armário salão	1	699,00	699,00
6	Copo	60	5,00	300,00
7	Prato	50	25,00	1.250,00
8	Talher	50	2,50	125,00
9	Bandeja	3	20,00	60,00
10	Boll	15	18,90	283,00
11	Espátula	2	20,00	40,00
12	Abafador	5	8,00	40,00
13	Prensador	2	21,00	42,00
14	Mesa bancada de aço inox	2	799,00	1.598,00
Total				R\$ 8.208,00
C – COMPUTADORES				
1	Computador	1	2.924,10	2.924,10
Total				2.924,10

Fonte: Elaboração Própria (2019)

6.2 Capital de Giro

6.2.1 Estoque Inicial

Quadro 10 – Investimento em Insumos

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1	Pão	2.160 un	1,40	3.024,00
2	Carne	311 kg	19,90	6.188,90
3	Peito de Frango	86 kg	10,00	860,00
4	Alface	15 um	2,00	30,00

5	Cebola	200 un	0,80	160,00
6	Tomate	20 kg	3,00	60,00
7	Batata	44 sc	18,45	811,80
8	Maionese	6 um	32,40	194,40
9	Óleo	2 cx	35,00	70,00
10	Ovo	5 cx	10,00	50,00
11	Ketchup	1 cx	35,00	35,00
12	Mostarda	1 cx	34,80	34,80
13	Açúcar	10 kg	3,00	30,00
14	Laranja	8 sc	30,00	240,00
15	Poupas de Fruta	864 un	2,50	2.160
16	Sal	4 un	2,45	9,80
17	Cacau em pó	6 un	10,00	60,00
18	Farinha de trigo	2 kg	4,40	8,80
19	Crema de Leite	1 cx	49,90	49,90
20	Leite Condensado	5 cx	6,00	30,00
21	Margarina	4 un	5,98	23,92
22	Leite	6 un	3,00	18,00
23	Gordura Vegetal	2 un	254,32	508,64
24	Queijo	4 kg	45,00	180,00
25	Cerveja	648	5,00	3.240,00
26	Farinha de rosca	2 kg	6,10	12,20
27	Bacon	2 kg	31,99	63,98
28	Vinagre	2 lt	2,50	5,00
29	Coentro	8 mç	0,50	4,00
30	Repolho	3 kg	5,00	15,00
31	Azeite	2 um	18,00	36,00
32	Refrigerante	648 um	3,00	1.944,00
33	Embalagens	900 um	0,29	261,00
Total				20.419,14

Fonte: Elaboração Própria (2020)

6.2.2 Caixa Mínimo

Contas a receber – cálculo do prazo médio de recebimento das vendas.

Quadro 11 - Prazo Médio de Recebimento de Vendas

Prazo	(%)	Nº de dias	Média em dias
À vista	30	1	0,30
A prazo (1)	70	30	21
Prazo Médio Total			22 dias

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Fornecedores – cálculo do prazo médio de compras

Quadro 12 - Prazo Médio de Compras

Prazo	(%)	Nº de dias	Média em dias
À vista	25	1	0,25
A prazo (1)	25	15	3,75
A prazo (2)	50	30	15
Prazo Médio Total			19 dias

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Estoques – cálculo da necessidade média de estoque

	Número de dias
Necessidade média de estoques	7

Quadro 13 - Necessidade Média de Estoques

Fonte: Elaboração própria (2020)

Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Quadro 14 – Necessidade Líquida de Capital de Giro (em dias)

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a receber - prazo médio de vendas	22
2. Estoques - necessidade média de estoques	7
Subtotal 1 (item 1 + item 2)	29
Recursos de terceiros no caixa da empresa	Número de dias
3. Fornecedores - prazo médio de compras	19
Subtotal 2 (item 3)	19
Necessidade líquida de capital de giro (Subtotal 1 – Subtotal 2)	10

Fonte: Elaboração Própria (2020)

O caixa mínimo representa a reserva financeira destinada ao financiamento dos custos operacionais nos meses iniciais de atividade da organização. Diante de tudo o que foi exposto ao longo do subtítulo 6.2, segue uma projeção:

Quadro 15 - Caixa Mínimo

1. Custo Fixo Mensal (Quadro 35)	R\$ 22.573,48
2. Custo Variável Mensal (Subtotal 2 do Quadro 36)	R\$ 42.776,59

3. Custo Total da Empresa (item 1 + 2)	R\$ 65.350,07
4. Custo Total diário (item 3 ÷ 30)	R\$ 2178,34
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro (dias) – (Quadro 14)	10
Caixa Mínimo (item 4 × item 5)	R\$ 21.783,36

Fonte: Elaboração Própria (2020)

O capital de giro é o total de recursos necessário para que não haja necessidade de financiamento de recursos para tornar possível o funcionamento normal da empresa, compreende a compra de matérias-primas ou mercadorias, o financiamento das vendas e o pagamento das despesas. Sendo assim, temos abaixo a projeção do resumo do capital de giro inicial do empreendimento:

Quadro 16 – Capital de Giro

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial (Quadro 10)	20.419,14
B – Caixa Mínimo (Quadro 15)	21.783,36
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	42.202,50

Fonte: Elaboração Própria (2020)

6.3 Investimentos Pré-Operacionais

Neste tópico, serão listados os investimentos necessários para que o empreendimento fique em condições de abrir suas portas e começar a funcionar.

Quadro 17 – Investimentos Pré-Operacionais

Descrição	Valor (R\$)
Despesas de legalização	1.300,00
Reforma do prédio	3.500,00
Divulgação	700,00
Cursos e treinamentos	500,00
Total	6.000,00

Fonte: Elaboração Própria (2020)

6.4 Investimento Total

O investimento total provém das estimativas de valores necessários para os investimentos fixos, financeiros e pré-operacionais. A soma destes valores representa o total a ser investido no negócio.

Quadro 18 – Investimento Total

Descrição	Valor (R\$)	%
Estimativa dos investimentos fixos (Quadro 9)	20.295,60	29,63
Estimativa do capital de giro (Quadro 16)	42.202,50	61,61
Estimativa dos investimentos pré-operacionais (Quadro 13)	6.000,00	8,76
Total	68.498,10	100

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Quadro 19 – Fonte de recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Recursos próprios	20.549,43	30
Recursos de Terceiros	47.948,67	70
Total	68.498,10	100

Fonte: Elaboração Própria (2020)

6.5 Receita Operacional

O Quadro 18 apresenta uma projeção das receitas quando o negócio opera com 60% da capacidade.

Quadro 20 - Receita Operacional

Serviço(Produto)	Preço (R\$)	Qtd / mês	Faturamento/mês	Faturamento/ano
Fritas Palito	9,00	825	7.425,00	89.100,00
Fritas Palito com Cheddar	16,00	825	13.200,00	158.400,00
Chesse Burguer	13,00	360	4.680,00	56.160,00
Churras de Domingo	24,00	360	8.640,00	103.680,00
Churras bom de verdade	26,00	360	9.360,00	112.320,00
Agridoce	19,00	360	6.840,00	82.080,00
Frango Maromba	22,00	360	7.920,00	95.040,00
Engana Dieta	22,00	360	7.920,00	95.040,00
Pereira Smashe	17,00	360	6.120,00	73.440,00
Carne extra Smashe 100g	8,00	300	2.400,00	28.800,00
Carne Extra 180g	10,00	480	4.800,00	57.600,00
Refrigerante Lata	5,00	600	3.000,00	36.000,00
Suco de polpa 500 ml	8,00	530	4.240,00	50.880,00
Suco da fruta 500 ml	9,00	590	5.310,00	63.720,00
Cerveja long neek	8,00	300	2.400,00	28.800,00
TOTAL			94.255,00	R\$ 1.131.060,00

Fonte: Elaboração Própria (2020)

6.6 Estimativa do Custo Unitário de Matéria-Prima, Materiais Diretos e Terceirizações

Do quadro 19 ao 28 verificasse uma projeção do que será gasto com cada produto calculando o custo com materiais (matéria-prima + embalagem) para cada unidade fabricada.

Quadro 21 – Custo Unitário Produto Cheese Burger

Material/Insumos Usados	Qtd	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Blende 180g	1	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Queijo	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Maionese	1	R\$ 0,54	R\$ 0,54
Pão	1	R\$ 1,20	R\$ 1,20
Sal	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Azeite	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Embalagem	1	R\$ 0,29	R\$ 0,29
TOTAL			R\$ 5,28

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Quadro 22 – Custo Unitário Produto Churras de Domingo

Material/Insumos Usados	Qtd	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Blende 180g	1	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Queijo	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Maionese	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Barbecue	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Farofa de bacon	1	R\$ 0,21	R\$ 0,21
Cebola	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Pão	1	R\$ 1,20	R\$ 1,20
Sal	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Azeite	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Embalagem	1	R\$ 0,29	R\$ 0,29
TOTAL			R\$ 6,50

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Quadro 23 – Custo Unitário Produto Churras Bom de Verdade

Material/Insumos Usados	Qtd	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Blend 180g	1	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Vinagrete	1	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Barbecue	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50

Queijo	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Farofa de bacon	1	R\$ 0,21	R\$ 0,21
Pão	1	R\$ 1,20	R\$ 1,20
Sal	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Azeite	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Embalagem	1	R\$ 0,29	R\$ 0,29
TOTAL			R\$ 6,45

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Quadro 24 – Custo Unitário Produto Engana Dieta

Material/Insumos Usados	Qtd	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Blend 180g	1	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Alface	1	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Tomate	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Cebola Roxa	1	R\$ 0,45	R\$ 0,45
Picles	2	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Maionese	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Queijo	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Pão	1	R\$ 1,20	R\$ 1,20
Sal	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Azeite	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Embalagem	1	R\$ 0,29	R\$ 0,29
TOTAL			R\$ 7,69

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Quadro 25 – Custo Unitário Produto Agridoce

Material/Insumos Usados	Qtd	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Blend 180g	1	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Cebola Caramelizada	1	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Queijo	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Farofa de bacon	1	R\$ 0,21	R\$ 0,21
Pão	1	R\$ 1,20	R\$ 1,20
Sal	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Azeite	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Embalagem	1	R\$ 0,29	R\$ 0,29
TOTAL			R\$ 5,95

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Quadro 26 – Custo Unitário Produto Frango Maromba

Material/Insumos Usados	Qtd	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Blend 200g	1	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Coleslaw	1	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Queijo	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Pão	1	R\$ 1,20	R\$ 1,20
Sal	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Azeite	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Embalagem	1	R\$ 0,29	R\$ 0,29
TOTAL			R\$ 5,74

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Quadro 27 – Custo Unitário Produto Pereira Smashe

Material/Insumos Usados	Qtd	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Blend 100g	1	R\$ 2,00	R\$ 2,00
Molho	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Queijo	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
Pão	1	R\$ 1,20	R\$ 1,20
Sal	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Azeite	1	R\$ 0,15	R\$ 0,15
Embalagem	1	R\$ 0,29	R\$ 0,29
TOTAL			R\$ 4,74

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Quadro 28 – Custo Unitário Produto Batatas

Material/Insumos Usados	Qtd	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Batata	1	R\$ 0,63	R\$ 0,63
Gordura Vegetal	1	R\$ 0,39	R\$ 0,39
Sal	1	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Embalagem	1	R\$ 0,44	R\$ 0,44
TOTAL			R\$ 1,56

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Quadro 29 – Custo Unitário Produto Suco de Laranja

Material/Insumos Usados	Qtd	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Laranja	1	R\$ 0,40	R\$ 0,40
Açúcar	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50

TOTAL	R\$ 0,90
--------------	-----------------

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Quadro 30 – Custo Unitário Produto Suco Poupa de Fruta

Material/Insumos Usados	Qtd	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Poupa de Fruta	1	R\$ 3,33	R\$ 3,33
Açúcar	1	R\$ 0,50	R\$ 0,50
TOTAL			R\$ 3,83

Fonte: Elaboração Própria (2020)

6.7 Custo de Comercialização

Esse tipo de despesa incide diretamente sobre as vendas e representa os gastos com impostos e demais custos que viabilizam a comercialização do serviço/produto.

Quadro 31 – Custos de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
1. Impostos			
SIMPLES	10,7	94.255,00	10.085,29
Subtotal 1	10,7	94.255,00	10.085,29
2. Gastos com vendas			
Publicidade/Propaganda	5%	94.255,00	4.712,75
Taxa de administração do cartão de crédito	3%	94.255,00	2.827,65
Subtotal 2			7.540,40
TOTAL			17.625,69

Fonte: Elaboração Própria (2020)

6.8 Custo dos Materiais Diretos e/ou Mercadorias Vendidas

Quadro 32 – CMD/CMV

Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais/Aquisição (R\$)	CMD/CMV (R\$)
Cheese Burger	360	R\$ 5,28	R\$ 1.900,80
Churras de Domingo	360	R\$ 6,50	R\$ 2.340,00
Churras Bom de Verdade	360	R\$ 6,45	R\$ 2.322,00
Engana Dieta	360	R\$ 7,69	R\$ 2.768,40
Agridoce	360	R\$ 5,95	R\$ 2.142,00

Frango Maromba	360	R\$ 5,74	R\$ 2.066,40
Pereira Smash	360	R\$ 4,74	R\$ 1.706,40
Batata Cheddar	825	R\$ 1,56	R\$ 1.287,00
Batata Palito	825	R\$ 1,56	R\$ 1.287,00
Suco de Laranja	590	R\$ 0,90	R\$ 531,00
Suco da Polpa	530	R\$ 3,83	R\$ 2.029,90
Cerveja	300	R\$ 4,50	R\$ 1.350,00
Carne Extra 180g	480	R\$ 2,50	R\$ 1.200,00
Carne Extra Smashe 100g	300	R\$ 2,00	R\$ 600,00
TOTAL	4465		R\$ 25.150,90

Fonte: Elaboração Própria (2020)

6.9 Custos com Mão de Obra

Quadro 33 - Despesa com Pessoal

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Encargos (%)	Salário Total
Caixa	1	R\$ 1.235,03	8	R\$1.333,80
Garçom	2	R\$ 1.039,00	8	R\$2.244,24
Cozinheiro	1	R\$ 1.235,03	8	R\$1.333,80
Ajudante de cozinha	3	R\$ 1.039,00	8	R\$3.366,36
Recepcionista	1	R\$ 1.039,00	8	R\$1122,12
TOTAL				R\$ 9.400,38

Fonte: Elaboração Própria (2020)

6.10 Custos com Depreciação

Quadro 34 - Depreciação

Descrição	Valor	Vida Útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$9.163,00	10 anos	R\$ 916,30	R\$ 76,36
Móveis e Utensílios	R\$ 8.208,50	10 anos	R\$ 820,85	R\$ 68,40
Computadores	R\$ 2.924,10	5 anos	R\$ 584,82	R\$ 48,74
TOTAL				193,50

Fonte: Elaboração Própria (2020)

6.11 Custos Fixos Operacionais Mensais

Quadro 35 - Despesas Operacionais

Item	Descrição	Valor
01	Aluguel	R\$ 3.000,00
02	IPTU	R\$ 37,00
03	Água	R\$ 500,00
04	Energia Elétrica	R\$ 450,00
05	Telefone + Internet	R\$ 150,00
06	Honorários do Contador	R\$ 954,00
07	Pró-Labore	R\$ 3.500,00
08	Manutenção dos Equipamentos	R\$ 1.000,00
09	Salários + Encargos	R\$ 9.400,38
10	Material de Limpeza	R\$ 400,00
11	Material de Escritório	R\$ 80,00
12	Serviço de Terceiros	R\$ 998,00
13	Depreciação	R\$ 193,50
14	Transporte	1.510,60
15	Alimentação	R\$ 400,00
TOTAL		R\$ 22.573,48

Fonte: Elaboração Própria (2020)

6.12 Demonstrativo dos Resultados

Este tópico apresentará os resultados do negócio, verificando, a partir das estimativas realizadas, se a empresa possivelmente operará com lucro ou prejuízo.

Quadro 36 - DRE

Descrição	Valores Mensais em R\$	Valor Anual em R\$
1. RECEITA TOTAL (=)	94.255,00	1.131.060,00
2. CUSTO VARIÁVEL TOTAL	42.776,59	513.319,08
(-) CMD/CMV	25.150,90	301.810,80
(-) Impostos sobre as vendas	10.085,29	121.023,48
(-) Gastos com vendas	7.540,40	90.484,80
3. Margem De Contribuição (1-2)	51.478,41	617.740,92
4. Custos Fixos Totais	22.573,48	270.881,76
5. Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo) (3-4)	28.904,93	346.859,16

Fonte: Elaboração Própria (2020)

7 INDICADORES DE VIABILIDADE

7.1 Ponto de Equilíbrio

A partir deste indicador, podemos estimar o faturamento necessário para cobrir os custos operacionais do empreendimento.

Para efetuar o cálculo do Ponto de Equilíbrio (PE) é preciso encontrar o valor do Índice da Margem de Contribuição (IMC) através da fórmula abaixo, onde 'RT' é a Receita Total anual e 'CVT' o Custo Variável Total anual:

$$\text{IMC} = \frac{\text{RT} - \text{CVT}}{\text{RT}} \quad \text{IMC} = \frac{1.131.060,00 - 513.319,08}{1.131.060,00} = \mathbf{0,546161052}$$

Com o valor do Índice da Margem de Contribuição (IMC) calculado, encontraremos o Ponto de Equilíbrio (PE) através da fórmula abaixo, onde 'CFT' é o Custo Fixo Total anual:

$$\text{PE} = \frac{\text{CFT}}{\text{IMC}} \quad \text{PE} = \frac{270.881,76}{0,5461611} = \mathbf{495.974,14}$$

Conclui-se, então, que a empresa deve contar com uma receita mínima de R\$ 495.974,14 para que não funcione no prejuízo.

7.2 Lucratividade

A partir deste indicador, importante por estar diretamente ligado à competitividade do negócio, estimaremos o percentual de lucratividade.

$$\text{Lucratividade: } \frac{\text{Lucro Líquido} * 100}{\text{Receita Total}} = \mathbf{30,67 \%}$$

É possível concluir que, após a gestão do empreendimento arcar com todas as suas obrigações financeiras, 'sobra' R\$ 346.859,16 na forma de lucro, o que indica uma lucratividade de 30,67% ao ano.

7.3 Rentabilidade

A partir deste indicador de atratividade, é possível mensurar o retorno do capital investido.

$$\text{Rentabilidade: } \frac{\text{Lucro Líquido} * 100}{\text{Investimento Total}} = 506,38\%$$

Constata-se que o negócio é rentável, pois, a cada ano, o empreendedor pode recuperar 506,38% do total investido.

7.4 Prazo de Retorno do Investimento

Este indicador estima o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu no seu negócio. Assim como a rentabilidade, também é um indicador de atratividade.

$$\text{PRI: } \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}} = 3 \text{ meses}$$

O resultado indica que, após em aproximadamente 3 meses da inauguração do negócio, é possível recuperar, na forma de lucro, tudo o que foi investido na construção do empreendimento.

8 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS

É apresentado os resultados considerando um cenário pessimista (receita menor em 20% comparado ao cenário provável) e um cenário otimista (receita maior em 20% comparado ao cenário provável).

Quadro 37 - Projeção dos resultados operacionais

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	94.255,00	100	75.404,00	100	113.106,00	100
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	25.150,90	26,68	20.120,72	26,68	30.181,08	26,68
2.2 (-) Impostos sobre vendas	10.085,29	10,70	8.068,23	10,70	12.102,35	10,70
2.3 (-) Gastos com vendas	7.540,40	8	6.032,32	8	9.048,48	8

Total de Custos Variáveis	42.776,59	45,38	34.221,27	45,38	51.331,91	45,38
3. Margem de contribuição	51.478,41	54,62	41.182,73	54,62	61.774,09	54,62
Resultado Operacional	28.904,93	30,67	18.609,25	24,68	39.200,61	34,66

Fonte: Elaboração própria (2020)

9 DECISÃO GERENCIAL

O ramo das hamburguerias vem crescendo gradativamente em toda grande João Pessoa nos últimos anos. Já que o ramo alimentício é algo que sempre houve procura por parte da população, especialmente a área de lanches, este foi um dos fatores que influenciaram diretamente na escolha do ramo que deveria ser seguido e deu a maior probabilidade que seria um empreendimento rentável.

Diante do que foi exposto no plano financeiro e considerando todos os indicadores de viabilidade expostos acima, podemos observar a efetividade do negócio. Conclui-se que em todos os índices, a entidade terá um retorno positivo e consequentemente trará bons frutos para empreendedor.

Levando em consideração a escassez de lanchonetes de qualidade no bairro escolhido e a facilidade de acesso ao local podemos ter uma margem bastante positiva de lucratividade. Temos a expectativa que haverá sempre clientes interessados no consumo, já que a instalação escolhida é numa áreas comercial e consequentemente de grande fluxo de pessoas, o que facilita a nossa divulgação de trabalho.

Por fim, com os resultados proveitosos que obteremos, espera-se que a negociação possa ser dada início brevemente. Optamos por agilizar os processos para colocar o negócio em funcionamento o quanto antes, levando em consideração a necessidade dos fregueses abordados.

APÊNDICE A: Questionário de Pesquisa

Pesquisa de Mercado Possível abertura de uma hamburgueria na cidade de João Pessoa

Prezado(a) respondente,

Este questionário de pesquisa tem como objetivo coletar dados com a finalidade de verificar a viabilidade da abertura de uma **Hamburgueria na cidade de João Pessoa**, mais especificamente no bairro da Torre. O mesmo tem tempo de resposta estimado em apenas 5 minutos. É importante que as respostas estejam de acordo com a sua realidade o mais próximo possível. Desde já, agradeço sua colaboração!

VOCÊ JÁ FREQUENTOU UMA HAMBURGUERIA?

Sim: () Não: ()

QUEM É VOCÊ?

Qual sua faixa etária? (De 5 em 5)

() Até 18 anos () 19 a 28 () 29 a 38
() 39 a 48 () 49 a 58 () Mais de 59

Gênero:

() Feminino () Masculino

Qual a sua renda familiar mensal? (Considerando as pessoas que moram na sua casa)

() De 0 a 2 salários mínimos (até 1576,00) () De 2 a 4 (1576,01 a 3152,00)
() De 4 a 10 (3152, 01 a 7880,00) () De 10 a 20 (7880,01 a 15760,00)
() Acima de 20 (15760,01 ou mais)

Escolaridade:

Ensino Fundamental () Ensino Médio () Ensino Superior ()

Com quem você costuma frequentar hamburguerias?

() Amigos () famílias () cônjuge

O que você busca ao frequentar uma hamburgueria? Apenas uma opção

() Preço () Qualidade () Ambiente () Praticidade

Para mim o preço em uma hamburgueria é importante em nível de?

Considerando que 1 muito baixo e 5 muito alto

1 2 3 4 5

Para mim a qualidade em uma hamburgueria é importante em nível de?

Considerando que 1 muito baixo e 5 muito alto

1 2 3 4 5

Para mim o ambiente em uma hamburgueria é importante em nível de?

Considerando que 1 muito baixo e 5 muito alto

1 2 3 4 5

Para mim o tempo de espera em uma hamburgueria é importante em nível de?

Considerando que 1 muito baixo e 5 muito alto

1 2 3 4 5

Para mim a localização de uma hamburgueria é importante em nível de?

Considerando que 1 muito baixo e 5 muito alto

1 2 3 4 5

O que você costuma beber para acompanhar o hambúrguer?

() Sucos da fruta () Refrigerantes () Água () Cervejas

Com qual frequência você costuma frequentar hamburguerias?

1 a 3 vezes no mês (). 3 a 4 vezes no mês (). Mais de 5 vezes mês ().

Qual dessas hamburguerias você mais frequenta?

Hamburguer Insano () Hamburguer De Origem () Pão Com Gergelim ()

Estupendo Hamburgueria () Na Torcida Burger () The Cave Bar ()

Outros: ()

Qual dos fatores abaixo é o principal para a escolha da hamburgueria mencionada anteriormente?

Preço () Qualidade () Ambiente () Praticidade () Localização ()

Para comer um hambúrguer de qualidade, grande e gostoso, qual valor médio que você gasta?

() De R\$ 15,00 a 20,00 () De R\$ 20,00 a 25,00 () De R\$ 25,00 a 30,00