

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA
Graduação em Administração – GADM

PLANO DE NEGÓCIO: Parrillero - Hambúrguer Artesanal

RODOLFO LUIS MENDES PEREIRA DOS SANTOS

João Pessoa
Outubro, 2023

RODOLFO LUIS MENDES PEREIRA DOS SANTOS

PLANO DE NEGÓCIO: Parrillero - Hambúrguer Artesanal

Trabalho de Conclusão 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.

Docente Orientador: Rosivaldo de Lima Lucena

João Pessoa
Outubro, 2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

S237p Santos, Rodolfo Luis Mendes Pereira dos.
Plano de negócio: Parrillero - Hambúrguer Artesanal
/ Rodolfo Luis Mendes Pereira dos Santos. - João
Pessoa, 2023.
60 f.

Orientação: Rosivaldo de Lima Lucena.
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de negócio. 2. Empreendedorismo. 3.
Inovação. I. Lucena, Rosivaldo de Lima. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 658

Folha de Aprovação

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

Aluno: Rodolfo Luis Mendes Pereira dos Santos

Trabalho: PLANO DE NEGÓCIO: Parrillero - Hambúrguer Artesanal

Área da pesquisa: Empreendedorismo, Gestão da Inovação, Administração Geral.

Data de aprovação: 27/10/2023

Banca examinadora

Rosivaldo Lucena de Lima (Doutor)

Arturo Rodrigues Felinto (Mestre)

Nadja Valeria Pinheiro (Doutora)

SUMÁRIO EXECUTIVO

Este sumário executivo destaca os principais elementos do plano de negócios para o Parrillero - Hambúrguer Artesanal, fornecendo uma visão concisa das estratégias e decisões gerenciais. O plano foi elaborado com base na sólida metodologia do SEBRAE, que oferece orientações e melhores práticas para empreendedores, garantindo uma abordagem estruturada e eficaz na criação deste empreendimento promissor.

A hamburgueria foi concebida com uma missão clara de oferecer hambúrgueres artesanais de alta qualidade com um ótimo serviço de entrega. A estratégia de negócios envolve a segmentação de mercado, visando clientes que valorizam produtos de qualidade e autenticidade.

As principais estratégias incluem a oferta de hambúrgueres diferenciados, preços competitivos baseados em *markup*, promoção através das redes sociais e mídias digitais e *iFood*, e um foco na expansão sustentável. O empreendimento é conduzido pelo gestor, que desempenha múltiplos papéis, incluindo gerenciamento, produção e atendimento ao cliente. O investimento inicial abrange equipamentos, mobiliário, *marketing* e capital de giro. O plano financeiro inclui projeções detalhadas de faturamento, custos, lucro líquido e indicadores financeiros, como ponto de equilíbrio, lucratividade e rentabilidade.

O Parrillero está bem posicionado para atender às demandas de clientes em busca de hambúrgueres de alta qualidade, e o gestor está comprometido em garantir o sucesso do negócio.

Com base nas projeções financeiras e considerando cenários otimistas, neutros e pessimistas, a conclusão gerencial é de que o empreendimento é viável, desde que haja um foco contínuo na qualidade dos produtos, eficiência operacional e estratégias de *marketing*.

Indicadores de Viabilidade	Valor
Lucratividade	22,55% a.a
Rentabilidade	111,29% a.a
Prazo de Retorno de Investimento	9 meses
Ponto de Equilíbrio	R\$ 3.076,71

FIGURAS

Figura 1 – Análise SWOT do Empreendimento	13
Figura 2 – Logomarca.....	21
Figura 3 - Mapa da Localização do Parrillero - Hambúrguer Artesanal	22
Figura 4 - Mapa de Demonstração da Área de Entrega Grátis do Parrillero	26
Figura 5 - Taxa da Entrega Parceira por Raio em João Pessoa - PB	26
Figura 6 - Arranjo Físico da Hamburgueria Parrillero	32
Figura 7 - Processo de Vendas do Parrillero - Hambúrguer Artesanal.....	33

QUADROS

Quadro 1 - Precificação dos Produtos Segundo a Técnica de <i>Mark-up</i>	25
Quadro 2 - Nova Precificação dos Produtos Segundo a Técnica de <i>Mark-up</i> e a ‘Entrega Grátis’ no Raio de 3 km.....	27
Quadro 3 - Combos e Ofertas Econômicas com Margem de Lucro Menor Segundo a Técnica de <i>Mark-up</i> e Estratégia de ‘Entrega Grátis’ no Raio de 3 km Embutida	29
Quadro 4 - Quadro das Necessidades de Pessoal	33
Quadro 5 - Quadro de Investimento Inicial dos Equipamentos Operacionais do Parrillero - Hambúrguer Artesanal.....	34
Quadro 6 - Quadro de Investimento Inicial dos Equipamentos Mobiliários do Parrillero - Hambúrguer Artesanal.....	35
Quadro 7 - Quadro de Investimento em <i>Marketing</i> e Comunicação do Parrillero no Primeiro Mês.....	36
Quadro 8 - Quadro de Investimentos do Parrillero - Hambúrguer Artesanal com Reformas.....	36
Quadro 9 - Quadro de Investimento em Mercadorias do Parrillero - Hambúrguer Artesanal no Primeiro Mês de Funcionamento	37
Quadro 10 - Quadro das Despesas Mensais Estimadas do Parrillero - Hambúrguer Artesanal	39
Quadro 11 - Quadro das Contas a Receber por Canais de Venda e seus Prazos	40
Quadro 12 - Quadro do Prazo Médio de Compras	40
Quadro 13 - Quadro da Necessidade Média de Estoque em Dias	40
Quadro 14 - Quadro da Construção do Valor Necessário de Capital de Giro em Dias	41
Quadro 15 - Quadro da Formação do Caixa Mínimo	41
Quadro 16 - Quadro do Total de Capital de Giro Necessário para Atender as Demandas de Pagamento e Operações Diárias.....	42
Quadro 17 - Quadro das Categorias de Investimento e o Total Investido Inicialmente pelo Parrillero - Hambúrguer Artesanal.....	42
Quadro 18 - Fonte de Recursos	42
Quadro 19 - Quadro de Faturamento do Primeiro Trimestre do Parrillero	43
Quadro 20 - Quadro de Faturamento do Segundo Trimestre do Parrillero	43
Quadro 21 - Quadro de Projeção de Faturamento dos Trimestres Seguintes do Parrillero ...	44
Quadro 22 - Quadro da Média de Custos com a Comercialização.....	44
Quadro 23 - Despesa com Mão de Obra.....	44
Quadro 24 - Quadro de Custos com Depreciação dos Bens.....	45
Quadro 25 - Quadro de Custo de Mercadoria Vendida do Quarto Mês de Operação do Parrillero	45
Quadro 26 - Quadro de Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)	46
Quadro 27 - Projeção de Cenário Otimista do Parrillero.....	49
Quadro 28 - Projeção de Cenário Otimista do Parrillero para o Terceiro Trimestre	49
Quadro 29 - Projeção de Cenário Otimista do Parrillero para o Quarto Trimestre	50
Quadro 30 - Projeção de Cenário Realista do Parrillero	51
Quadro 31 - Projeção de Cenário Realista do Parrillero para o Terceiro Trimestre.....	51

Quadro 32 - Projeção de Cenário Realista do Parrillero para o Quarto Trimestre	51
Quadro 33 - Projeção de Cenário Pessimista do Parrillero	52
Quadro 34 - Projeção de Cenário Pessimista do Parrillero para o Terceiro Trimestre.....	52
Quadro 35 - Projeção de Cenário Pessimista do Parrillero para o Quarto Trimestre	53

GRÁFICOS

Gráfico 1 - Histograma da Frequência do Consumo de Hambúrgueres	16
Gráfico 2 - Gráfico de Setores do Tipo de Estabelecimento de Consumo de Hambúrgueres.....	17
Gráfico 3 - Gráfico de Setores do Tipo de Hambúrguer Preferido pelos Respondentes	18
Gráfico 4 - Gráfico de Setores dos Principais Atributos ao Escolher um Hambúrguer.....	18
Gráfico 5 - Gráfico de Setores do Valor Médio do Consumo de Hambúrgueres Mensal.....	19
Gráfico 6 - Histograma da Frequência da Utilização dos Serviços de <i>Delivery</i> de Hambúrgueres	19
Gráfico 7 - Gráfico de Setores da Principal Expectativa do Consumidor em Relação a um Serviço de <i>Delivery</i> de Hambúrgueres.....	20

SUMÁRIO

1 DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO	11
1.1 Apresentação da Empresa e do seu Foco de Atuação	11
1.2 Missão, Visão e Valores	11
1.3 <i>Mix</i> de Produtos	11
1.4 Localização do Empreendimento.....	11
1.5 Funcionários e Estrutura Organizacional.....	11
1.6 Nome do Proprietário e Síntese das Responsabilidades	12
1.7 Plano de Operações.....	12
1.8 Parcerias.....	12
2 ANÁLISE DE MERCADO	13
2.1 O Setor de Alimentação	13
2.2 Estratégia (Análise SWOT)	13
2.2.1 Pontos Fortes.....	14
2.2.2 Pontos Fracos	14
2.2.3 Oportunidades.....	14
2.2.4 Ameaças.....	14
2.3 O Mercado de <i>Delivery</i> de Hambúrgueres.....	14
2.4 A Clientela	15
2.5 Estudo dos Clientes.....	16
3 PLANO DE <i>MARKETING</i>.....	21
3.1 Logomarca	21
3.2 Definições Estratégicas	21
3.2.1 Segmentação de Mercado	22
3.2.2 <i>Target</i> (Público-Alvo).....	23
3.2.3 Posicionamento	23
3.3 Estratégia de Produto	23
3.4 Estratégia de Preço: Técnica de <i>Mark-Up</i>	24
3.5 Estratégia de Distribuição	25
3.6 Estratégia de Descontos	28
3.7 Estratégias de Promoção e Comunicação	30
3.7.1 No Âmbito do <i>iFood</i>	30
3.7.2 <i>Marketing</i> de Baixo Custo	31
4 PLANO OPERACIONAL.....	32

4.1 Arranjo Físico	SUMÁRIO	32
4.2 Capacidade Comercial		32
4.3 Processos Operacionais.....		32
4.4 Necessidade de Pessoal.....		33
5 PLANO FINANCEIRO		34
5.1 Investimento Inicial		34
5.2 Capital de Giro		37
5.2.1 Estoque Inicial		37
5.2.2 Despesas Mensais		39
5.2.3 Prazo Médio de Recebimento de Vendas		39
5.2.4 Prazo Médio de Compras.....		40
5.2.5 Necessidade Média de Estoque.....		40
5.2.6 Necessidade Líquida de Capital de Giro.....		41
5.2.7 Caixa Mínimo		41
5.2.8 Resultado do Capital de Giro		41
5.3 Investimento Total		42
5.4 Estimativa de Faturamento Trimestral.....		43
5.5 Custo Médio de Comercialização		44
5.6 Custos com Mão de Obra.....		44
5.7 Custos com Depreciação.....		44
5.8 Custo de Mercadoria Vendida		45
5.9 Demonstrativo de Resultados do Exercício		46
6 INDICADORES DE VIABILIDADE		47
6.1 Ponto de Equilíbrio		47
6.2 Lucratividade		47
6.3 Rentabilidade		48
6.4 Prazo de Retorno do Investimento		48
7 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS		49
7.1 Cenário Otimista		49
7.2 Cenário Realista		50
7.3 Cenário Pessimista.....		52
8 DECISÃO GERENCIAL		55
REFERÊNCIAS		57
APÊNDICE A: QUESTIONÁRIO DE PESQUISA		59

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

1.1 Apresentação da Empresa e do Seu Foco de Atuação

O microempreendimento individual (MEI) que opera sob o nome fantasia Parrillero - Hambúrguer Artesanal JP, tem sua razão social como 48.775.908 RODOLFO LUIS MENDES PEREIRA DOS SANTOS.

A área de atuação do Parrillero é o mercado de *delivery* de alimentos, mais especificamente o segmento de hambúrgueres artesanais na cidade de João Pessoa - PB.

1.2 Missão, Visão e Valores

A missão do empreendimento é criar e entregar hambúrgueres artesanais que elevem a experiência gastronômica dos clientes, com ingredientes frescos, saborosos e de qualidade e um serviço de entrega rápido e confiável, tudo isso com o objetivo de proporcionar momentos únicos de prazer e satisfação.

Sua visão é ser referência em hambúrgueres artesanais de qualidade, inovação e sabor na região, expandindo suas operações para novos mercados e consolidando sua presença como uma marca confiável, inovadora e que sempre surpreende e encanta seus clientes.

O Parrillero destaca os seguintes valores: Excelência - buscando sempre a perfeição em receitas e processos, entregando hambúrgueres que superem as expectativas dos clientes; Responsabilidade - comprometidos em oferecer ingredientes frescos e saudáveis, além de adotar práticas sustentáveis nas operações; Compromisso - mantendo um atendimento ágil, cordial e personalizado para garantir a satisfação total dos clientes; Inovação - sempre em busca de novas receitas e soluções criativas para surpreender e fidelizar seus clientes.

1.3 Mix de Produtos

O *mix* de produtos oferecido pela hamburgueria é composto por hambúrgueres artesanais, acompanhamentos, bebidas e sobremesas, proporcionando aos clientes uma experiência completa e satisfatória de lanche.

1.4 Localização do Empreendimento

O Parrillero - Hambúrguer Artesanal está localizado na Rua Professora Maria Lianza, de nº 96, no bairro Jardim Cidade Universitária, na cidade de João Pessoa - PB, Brasil.

1.5 Funcionários e Estrutura Organizacional

O empreendimento conta com um funcionário contratado apenas. A empresa é gerenciada pelo proprietário, que também auxilia na cozinha, além de ser responsável pela gestão geral do negócio. O funcionário contratado é responsável pelas atividades de cozinha e produção de alimentos. Dessa forma, a estrutura organizacional do negócio é composta por um proprietário e um funcionário operacional.

1.6 Nome do Proprietário e Síntese das Responsabilidades

O proprietário da hamburgueria, assim como consta na razão social, se chama Rodolfo Luis Mendes Pereira dos Santos. Nascido em 04 de maio do ano de 1996, é natural da cidade de Timbaúba - PE e reside na cidade de João Pessoa - PB desde 2015.

Como proprietário e gestor da hamburgueria, suas principais responsabilidades incluem:

- Planejar e gerenciar as atividades da hamburgueria;
- Criar e atualizar o cardápio de hambúrgueres artesanais e outros produtos oferecidos pela hamburgueria;
- Realizar compras de ingredientes e suprimentos necessários para a produção dos produtos;
- Monitorar a qualidade dos produtos e serviços oferecidos pela hamburgueria;
- Garantir que a cozinha esteja devidamente higienizada e organizada;
- Gerenciar o caixa e as finanças da hamburgueria;
- Desenvolver estratégias de *marketing* e vendas para promover a hamburgueria e atrair mais clientes;
- Atender e interagir com os clientes, garantindo que eles estejam satisfeitos com a experiência oferecida pela hamburgueria.

1.7 Plano de Operações

O plano de operações do empreendimento inclui aquisição e verificação de ingredientes, preparação adequada, definição de receitas, embalagens selecionadas, controle de qualidade da entrega, gestão de estoque, *marketing* e finanças sustentáveis e eficientes.

1.8 Parcerias

No âmbito das parcerias, destaca-se a colaboração com o *iFood*, empresa líder em *delivery* de alimentos, que oferece vantagens em promoções de produtos e na entrega dos pedidos da hamburgueria, utilizando sua plataforma e logística de entrega. Essa parceria permite uma maior visibilidade da marca no mercado de *delivery*, além de oferecer aos clientes uma experiência mais ágil e eficiente na entrega dos pedidos.

2. ANÁLISE DE MERCADO

2.1 O Setor de Alimentação

O setor de alimentação tem se mostrado extremamente dinâmico e promissor nos últimos anos, com uma demanda crescente por refeições práticas e de qualidade. No contexto específico do mercado de *delivery* de hambúrgueres artesanais observa-se um interesse cada vez maior dos consumidores em sabores diferenciados, ingredientes frescos e entregas rápidas.

2.2 Estratégia (Análise SWOT)

A análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) do mercado revela um conjunto de fatores relevantes para o sucesso da hamburgueria. Os autores Ferrel e Hartline (2009) afirmam que é essencial analisar minuciosamente as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças em relação às demandas do mercado e à concorrência. Essa análise desempenha um papel fundamental ao auxiliar a empresa a identificar suas áreas de excelência e possíveis áreas de aprimoramento.

Figura 1 – Análise SWOT do Empreendimento



Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

- Pontos Fortes

No que diz respeito aos pontos fortes, a hamburgueria apresenta uma série de características positivas. Destaca-se a qualidade dos hambúrgueres artesanais, que são preparados com ingredientes frescos e selecionados, proporcionando uma experiência gastronômica diferenciada aos clientes. Além disso, a equipe conta com conhecimento em gestão financeira, o que contribui para uma administração eficiente dos recursos disponíveis.

- Pontos Fracos

Quanto às fraquezas, é importante ressaltar que a hamburgueria opera exclusivamente com entregas, não dispondo de espaço físico para consumo no local. Embora isso represente uma economia em termos de estrutura, pode limitar a capacidade de atendimento em determinados momentos de alta demanda. Ademais, a necessidade de ampliar o espaço físico e a disponibilidade de recursos para investimentos em *marketing* e publicidade também são consideradas fraquezas a serem superadas.

- Oportunidades

No que se refere às oportunidades, o mercado de *delivery* de alimentos apresenta um crescimento expressivo nos últimos anos, sendo uma tendência que se mantém atualmente. Isso indica um grande potencial de expansão e fidelização de clientes nesse segmento. Além disso, a região em que a hamburgueria está localizada possui uma demanda significativa por hambúrgueres artesanais de qualidade, o que representa uma oportunidade para conquistar uma fatia desse mercado.

- Ameaças

Por fim, é importante considerar as ameaças externas que podem impactar o negócio. A concorrência acirrada no mercado de alimentação é uma realidade, com a presença de outras hamburguerias e estabelecimentos que oferecem opções similares. Além disso, as dificuldades financeiras iniciais podem representar um desafio para o crescimento e a estabilidade do negócio.

Diante dessa análise SWOT, é possível perceber que a hamburgueria possui pontos fortes a serem valorizados, oportunidades a serem exploradas e fraquezas a serem superadas. Com base nesses *insights*, o plano de negócios foi desenvolvido para alavancar os pontos fortes, aproveitar as oportunidades do mercado, mitigar as fraquezas e enfrentar as ameaças de forma estratégica e assertiva.

2.3 O Mercado de *Delivery* de Hambúrgueres

Durante o contexto da pandemia da Covid-19, a adoção do serviço de entrega (*delivery*) teve um aumento significativo devido ao fechamento de vários estabelecimentos, incluindo restaurantes, como medida preventiva para conter a propagação do vírus. Nesse

sentido, o ambiente digital tornou-se a principal plataforma utilizada para as vendas de alimentos (Santana *et al.*, 2021).

Nesse contexto, muitas empresas do setor puderam se beneficiar dessa crescente demanda. Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA, 2021), a indústria alimentícia brasileira registrou um crescimento de 12,8% em seu faturamento no ano de 2020.

Ao analisar o mercado de *delivery* de hambúrgueres artesanais, observa-se um cenário promissor e em constante crescimento. A demanda por alimentos de qualidade e sabor diferenciado tem impulsionado o setor, oferecendo oportunidades para empreendimentos que buscam se destacar. A preferência dos consumidores por hambúrgueres artesanais tem se consolidado, o que reflete uma mudança nos hábitos de consumo e uma valorização da experiência gastronômica.

O tamanho do mercado de hambúrgueres artesanais apresenta uma amplitude considerável, com potencial de crescimento. As tendências indicam uma demanda crescente, tanto em relação ao consumo individual quanto a eventos corporativos, festas e celebrações. Além disso, a possibilidade de expansão por meio de parcerias com aplicativos de entrega e a busca por novos nichos de mercado podem impulsionar ainda mais o crescimento da hamburgueria.

2.4 A Clientela

No que diz respeito à clientela, é fundamental compreender suas características e preferências. Conforme informações fornecidas pelo Portal de Notícias do *iFood* (2021), o hambúrguer despontou como o alimento preferido dos brasileiros na plataforma, registrando mais de 100 milhões de pedidos de janeiro a novembro do ano em questão. Esses números impressionantes representam uma média de 4 hambúrgueres solicitados a cada segundo no País.

A hamburgueria direciona seus esforços para atender às necessidades desse público, identificando faixas etárias, localizações geográficas, renda média e demais elementos relevantes. Essa análise aprofundada permitirá direcionar as estratégias de *marketing* e oferecer produtos e serviços alinhados com as expectativas dos consumidores.

Ao proporcionar uma proposta de valor diferenciada, com produtos de qualidade e um serviço de entrega eficiente, a hamburgueria busca estabelecer uma vantagem competitiva no mercado. Com foco em atender às demandas dos consumidores e oferecer uma experiência gastronômica memorável, a empresa busca se destacar e conquistar a preferência dos clientes. Essa abordagem personalizada, aliada à qualidade dos produtos e a entrega eficiente e eficaz, permite posicionar o Parrillero de forma única e atrativa em um mercado altamente competitivo.

2.5 Estudo dos Clientes

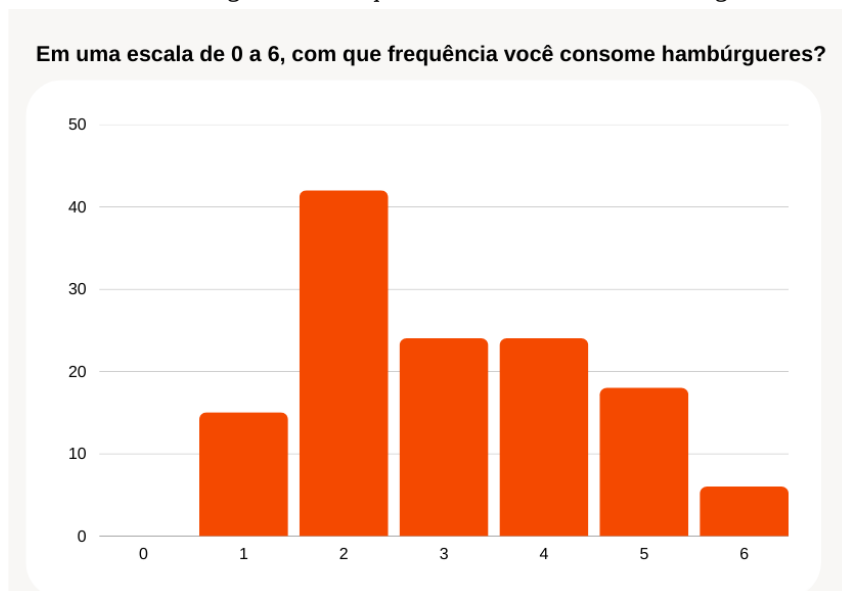
A pesquisa de mercado desempenha um papel fundamental no processo de desenvolvimento de um plano de negócios sólido e eficaz. Neste contexto, o presente estudo busca analisar o mercado de hamburguerias na cidade de João Pessoa - PB, com o objetivo de identificar oportunidades de expansão do *delivery* de hambúrguer artesanal e aumentar as vendas do Parrillero - Hambúrguer Artesanal.

Nesse estudo, a pesquisa foi realizada no início do segundo trimestre de 2023, com a participação de 129 respondentes, fornecendo informações importantes sobre as preferências e comportamentos dos clientes, essenciais para decisões estratégicas da hamburgueria. A seguir, serão apresentados os resultados obtidos e as análises que embasaram as estratégias de negócio a serem implementadas.

A análise de mercado revelou que o consumo do mercado de *delivery* de hambúrgueres abrange um amplo espectro de consumidores, independentemente de idade, gênero, ocupação ou renda. Essa constatação só mostra a convicção de que o Parrillero - Hambúrguer Artesanal tem uma excelente oportunidade de aproveitar uma parcela desse grande mercado.

Com base nos dados coletados na pesquisa, foram identificados vários pontos de destaque que são fundamentais para orientar as decisões estratégicas. Nesse sentido, é importante ressaltar os elementos-chave que influenciam diretamente as ações e garantem o possível sucesso do empreendimento.

Gráfico 1 - Histograma da Frequência do Consumo de Hambúrgueres



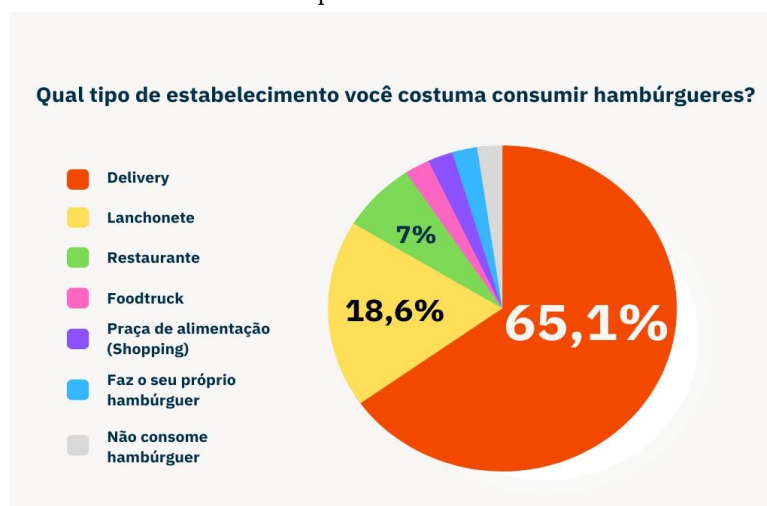
Fonte: Pesquisa de Mercado (2023).

Ao analisar o histograma, observa-se que todos os respondentes consomem hambúrgueres, independentemente da frequência. Destaca-se a categoria ‘escala 2’, que representa o ‘consumo baixo de hambúrgueres’, com 32,6% dos respondentes. Porém, as

categorias 4, 5 e 6, que correspondem ao consumo em níveis ‘alto, muito alto e extremamente alto’ de hambúrgueres, totalizam 37,3% dos participantes. Isso indica que uma grande parte dos entrevistados consome hambúrgueres com uma frequência média a alta.

Com a boa parcela dos entrevistados demonstrando um consumo médio a alto desse produto, surge uma oportunidade clara para a empresa expandir seu *menu*, introduzindo variedade e inovação para atender às diversas preferências dos clientes.

Gráfico 2 - Gráfico de Setores do Tipo de Estabelecimento de Consumo de Hambúrgueres



Fonte: Pesquisa de Mercado (2023).

No gráfico de setores, é possível observar com clareza que o tipo de estabelecimento mais frequente entre os respondentes para o consumo de hambúrguer é o serviço de *delivery*, com 65,1% das respostas, seguido por lanchonetes, com 18,6%.

Com 65,1% dos consumidores optando por serviço de *delivery*, a empresa deve priorizar e aprimorar suas operações de entrega. Isso inclui a eficiência na entrega, embalagens adequadas para manter a qualidade dos produtos e uma equipe de entregadores confiável.

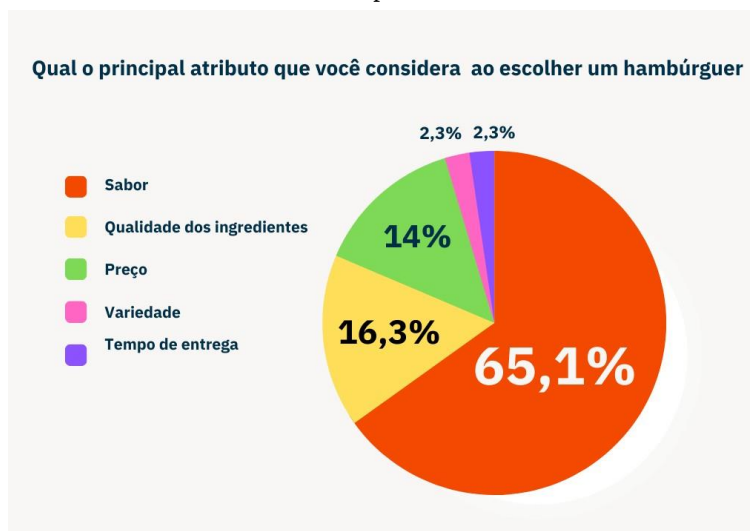
Considerando que o Parrillero opera exclusivamente por meio do serviço de entrega, e com base nas respostas obtidas nesta questão, fica evidente que o estabelecimento possui uma significativa fatia do mercado consumidor de hambúrguer, apresentando um potencial promissor para conquistar ainda mais clientes.

Gráfico 3 - Gráfico de Setores do Tipo de Hambúrguer Preferido pelos Respondentes

Fonte: Pesquisa de Mercado (2023).

No gráfico de setores, é evidente que a opção preferida dos entrevistados para desfrutar de hambúrgueres é do tipo artesanal, representando 79,1% das respostas. Em segundo lugar, temos os industriais, com 11,6% das preferências.

Com uma esmagadora preferência por hambúrgueres artesanais, a empresa pode destacar a origem artesanal de seus produtos em sua estratégia de *marketing*. Isso inclui contar a história por trás de cada hambúrguer, enfatizando a autenticidade e o cuidado envolvido em sua produção.

Gráfico 4 - Gráfico de Setores dos Principais Atributos ao Escolher um Hambúrguer

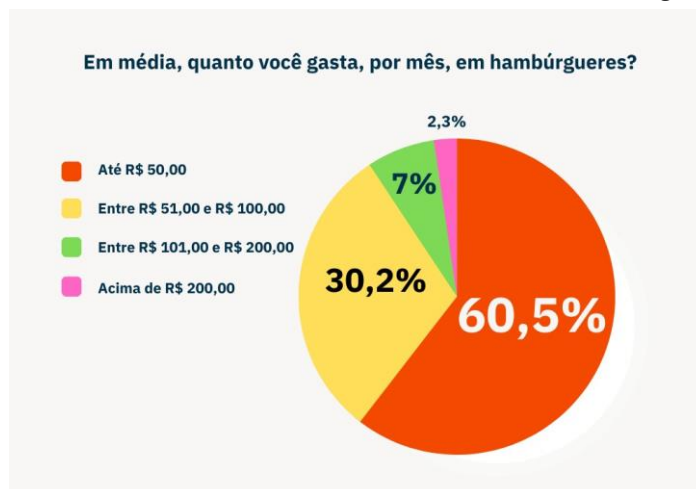
Fonte: Pesquisa de Mercado (2023).

No que diz respeito ao principal atributo considerado pelos respondentes ao escolher um hambúrguer, o sabor se destaca como o mais valorizado, representando 65,1% das respostas. Em seguida, a qualidade dos ingredientes e o preço foram citados como fatores determinantes na escolha, mostrando a importância desses aspectos para os consumidores.

Esses resultados evidenciam a relevância do sabor como um diferencial competitivo no mercado de hambúrgueres, acompanhado pela preocupação com a qualidade dos

ingredientes e a relação custo-benefício. A empresa deve focar em proporcionar uma experiência gastronômica memorável, destacando o sabor como um diferencial competitivo.

Gráfico 5 - Gráfico de Setores do Valor Médio do Consumo de Hambúrgueres Mensal.



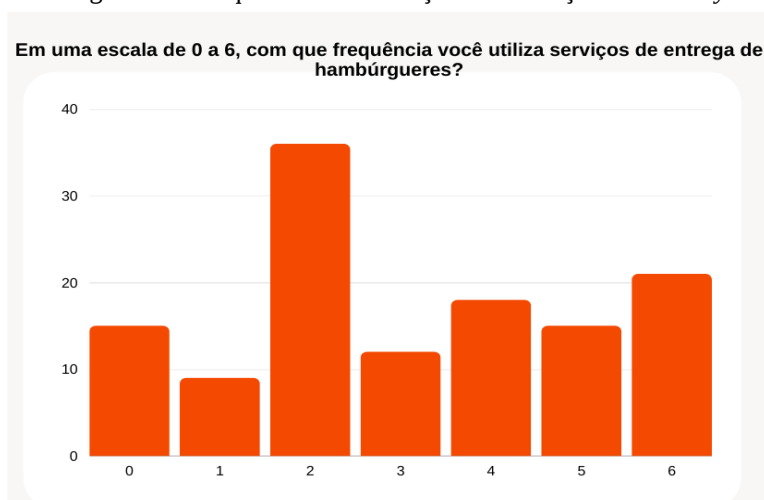
Fonte: Pesquisa de Mercado (2023).

Quando questionados sobre o valor médio mensal gasto em hambúrgueres, os resultados revelaram que a maioria dos respondentes, com 60,5% das respostas, gasta até R\$50,00. Em seguida, 30,2% dos participantes indicaram que despendem entre R\$51,00 e R\$100,00, enquanto 7% relataram gastar entre R\$101,00 e R\$200,00.

Esses números apontam para uma tendência de consumo que se concentra em faixas de preço mais acessíveis, o que demonstra a importância de oferecer opções de hambúrgueres que atendam a diferentes segmentos de custo, possibilitando uma ampla base de clientes.

A empresa pode direcionar suas campanhas de *marketing* e promoções para atrair consumidores em diferentes faixas de gastos. Por exemplo, promoções especiais para clientes dispostos a gastar mais e ofertas econômicas para aqueles com orçamentos menores.

Gráfico 6 - Histograma da Frequência da Utilização dos Serviços de *Delivery* de Hambúrgueres



Fonte: Pesquisa de Mercado (2023).

Ao serem questionados sobre a frequência de utilização de serviços de entrega de hambúrgueres em uma escala de 0 a 6, os participantes apresentaram os seguintes resultados: 11,9% escolheram o nível 0, indicando que nunca utilizam ou não utilizam mais esse tipo de serviço; 7,1% selecionaram o nível 1; 28,6% optaram pelo nível 2; 9,5% indicaram o nível 3; 14,3% escolheram o nível 4; 11,9% selecionaram o nível 5; e 16,7% dos respondentes indicaram o nível 6, representando a frequência mais alta de utilização de serviços de entrega de hambúrgueres.

A análise desses dados revela que, com a maior parte dos respondentes indicando níveis de utilização moderados a altos (escalas 4 a 6), isso sugere uma demanda principal por esse tipo de serviço e alimento. Essa percepção permite que a empresa ajuste suas estratégias, como melhorar a eficiência operacional e investir em promoções direcionadas a esse público engajado, a fim de melhor atender às necessidades e preferências dos clientes.

Gráfico 7 - Gráfico de Setores da Principal Expectativa do Consumidor em Relação a um Serviço de *Delivery* de Hambúrgueres



Fonte: Pesquisa de Mercado (2023).

Ao serem questionados sobre sua principal expectativa em relação a um serviço de entrega de hambúrgueres, os participantes forneceram as seguintes respostas: 42,9% destacaram o tempo de entrega como sua principal expectativa; 4,8% mencionaram a embalagem como fator importante; 45,2% consideraram a qualidade do alimento como sua principal expectativa; 4,8% dos respondentes afirmaram não utilizar serviços de entrega de hambúrgueres; e 2,4% indicaram outras expectativas relacionadas a custo-benefício, valor e qualidade da entrega.

Esses resultados destacam a importância do tempo de entrega e da qualidade do alimento como principais atributos. Essas duas expectativas se destacam como os principais fatores determinantes na experiência do cliente. Portanto, a empresa deve focar seus esforços em garantir entregas rápidas e eficientes, além de manter um alto padrão de qualidade dos produtos oferecidos. Isso pode ser uma estratégia eficaz para conquistar e fidelizar clientes, visto que atender a essas expectativas fundamentais pode resultar em uma vantagem competitiva significativa no mercado de *delivery* de hambúrgueres.

3. PLANO DE MARKETING

3.1 Logomarca

A logomarca da hamburgueria foi construída com a ideia de representar a preparação dos hambúrgueres na brasa. Nesse sentido, a logomarca retrata um hambúrguer em chamas, situado sobre uma grelha, especificamente, a churrasqueira denominada *parrilla*, comumente usada por nossos vizinhos uruguaios e argentinos. A escolha do nome do estabelecimento, ‘Parrillero’, foi inspirada no tipo de churrasqueira utilizada. Também apresenta o nome ‘Hambúrguer Artesanal’ em branco, posicionado logo abaixo do nome principal, destacando que os hambúrgueres são feitos artesanalmente. Além disso, a logomarca exibe o nome da hamburgueria em amarelo e vermelho, que se mesclam em um tom alaranjado.

De acordo com as observações de Goethe (1810), as cores têm o potencial de evocar emoções e sentimentos naqueles que as percebem. O escritor conduziu um estudo envolvendo triângulos, com o objetivo central de compreender as reações humanas às diversas cores. Goethe (1810) concluiu que a cor vermelha está associada à sensação de intensidade e impulsividade, enquanto o amarelo evoca alegria e otimismo, e o laranja transmite sentimentos de felicidade e diversão. Sendo assim, essas cores, quando combinadas, têm o poder de estimular a sensação de fome.

Figura 2 – Logomarca



Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

3.2 Definições Estratégicas

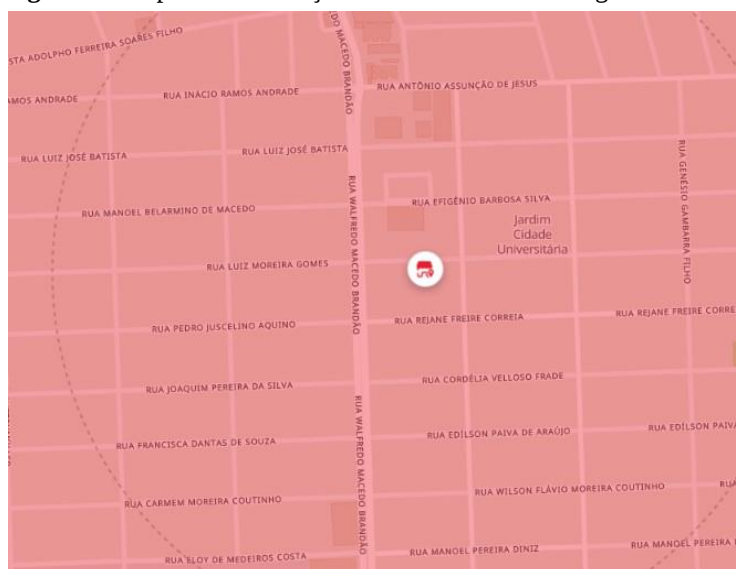
As definições estratégicas são fundamentais para orientar as ações de *marketing*, comunicação e operacionais da hamburgueria, ajudando-a a atrair e atender eficazmente seu público-alvo e se destacar no mercado de hambúrgueres artesanais em João Pessoa - PB.

- Segmentação de Mercado

I) Localização

A primeira dimensão da segmentação considera a localização da hamburgueria, que está situada na rua Professora Maria Lianza, no bairro Jardim Cidade Universitária, em João Pessoa, Paraíba. Essa escolha geográfica direciona a estratégia do empreendimento para atender às preferências e demandas dos moradores deste bairro e dos bairros vizinhos.

Figura 3 - Mapa da Localização do Parrillero - Hambúrguer Artesanal



Fonte: Portal *iFood* (2023).

II) Segmentação Demográfica

Da segmentação demográfica, a hamburgueria não se limita a atender a um único grupo demográfico. Seu público-alvo abrange uma ampla faixa etária, com foco especial em jovens e adultos. Isso significa que a hamburgueria oferece produtos e serviços que podem ser apreciados tanto por jovens em busca de uma refeição atraente e saborosa quanto por adultos que desejam uma experiência tanto atraente e saborosa como também tradicional e especial.

III) Segmentação Psicográfica

A segmentação psicográfica leva em consideração os traços de personalidade e o estilo de vida dos consumidores. O Parrillero - Hambúrguer Artesanal atrai clientes que valorizam a qualidade e a autenticidade. Os apreciadores de hambúrgueres artesanais, feitos na brasa, são pessoas que buscam uma experiência culinária diferenciada e estão dispostas a pagar por isso. A marca se conecta com indivíduos que desejam mais do que apenas uma refeição rápida. Eles desejam uma experiência que desperte seus sentidos.

- *Target* (Público-Alvo)

Os principais grupos-alvo incluem apreciadores de *fast food gourmet*, pessoas em busca de refeições rápidas, famílias em busca de opções familiares, amantes do churrasco que apreciam o sabor defumado e a técnica da grelha, além de consumidores de serviços de entrega em geral. Cada grupo possui necessidades e preferências específicas, permitindo à hamburgueria personalizar suas ofertas e serviços para atender às demandas de cada público de forma eficiente.

- Posicionamento

O posicionamento de mercado do Parrillero é marcado por sua busca incessante pelo sabor excepcional dos hambúrgueres. No coração desse posicionamento está o compromisso de oferecer hambúrgueres artesanais da mais alta qualidade, preparados com os melhores ingredientes possíveis. A hamburgueria se esforça para proporcionar uma experiência única de sabor, que transcende os demais estilos de hambúrgueres feitos pelos concorrentes.

Além disso, a agilidade e confiabilidade na entrega são pilares essenciais desse posicionamento. A meta não é apenas ser reconhecido pelo sabor marcante de seus hambúrgueres, mas também pela rapidez e eficiência na entrega, garantindo que os clientes consumam sua refeição ainda quente e saborosa.

A inovação é outro ponto importante. A busca por novas receitas e soluções criativas permite à hamburgueria surpreender seus clientes regularmente. Esse espírito inovador reforça sua imagem como uma marca que está sempre à frente, pronta para superar expectativas.

3.3 Estratégia de Produto

A base dessa estratégia reside na diversidade do cardápio. A hamburgueria oferece uma variedade de hambúrgueres artesanais, indo além do tradicional, para atender a uma ampla gama de preferências dos clientes. Desde opções diferenciadas, como hambúrgueres de cortes bovinos específicos para churrasco, hambúrgueres de linguiça *toscana*, acompanhados de molhos defumados, *bacon*, vinagrete, cebola caramelizada e empanada, entre outras verduras e legumes. Queijos saborosos como prato, *cheddar*, e o queijo que não pode faltar no churrasco do brasileiro: coalho. O cardápio é pensado para surpreender e cativar os paladares mais exigentes.

A excelência na qualidade dos ingredientes é um ponto importante dessa estratégia. Os ingredientes frescos e de alto padrão são cuidadosamente selecionados para garantir que cada hambúrguer seja uma explosão de sabor e prazer para os clientes. A ênfase na qualidade também se estende aos processos de preparação, que são rigorosamente controlados para manter a consistência e o padrão elevado em cada pedido.

A inovação é outra característica importante da estratégia de produto. A hamburgueria periodicamente lança novos sabores e combinações criativas de hambúrgueres, incentivando a experimentação e mantendo o cardápio atualizado. Isso não apenas mantém os clientes envolvidos, mas também atrai novos públicos em busca de experiências únicas.

Além disso, a estratégia de produto inclui a criação de combos e promoções que incentivam compras adicionais e a exploração de outros itens do cardápio, como acompanhamentos e bebidas. Isso contribui para aumentar o valor médio do pedido e fortalece a lucratividade do negócio.

3.4 Estratégia de Preço: Técnica de *Mark-Up*

A precificação da hamburgueria Parrillero - Hambúrguer Artesanal é fundamentada na técnica de *Mark-up*, que permite a definição de preços competitivos, garantindo ao mesmo tempo a sustentabilidade financeira do negócio.

O *Mark-up* é uma técnica essencial na determinação do preço de venda, pois desmembra o preço final, revelando seus componentes e simplificando seu controle. Ele oferece aos empresários informações cruciais, como a margem disponível para concessão de descontos, ajustes de preços e a lucratividade obtida, promovendo uma gestão mais transparente, segundo Monteiro *et.al* (2015).

A aplicação da técnica de *Mark-up* começa com uma análise detalhada dos custos envolvidos na produção de cada item do cardápio. Isso inclui custos variáveis, como ingredientes, embalagens e comissão da plataforma do *iFood* (aproximadamente 27%), e custos fixos, como aluguel, salários e despesas operacionais, que durante o período do estudo, é de 18%. A soma de todos esses custos fornece o custo total do produto.

Em seguida, é determinada uma margem de lucro desejada, que é uma porcentagem sobre o custo total do produto. Essa margem de lucro é estabelecida com base nos objetivos financeiros da hamburgueria e nas condições do mercado, que no presente período da pesquisa, está estabelecida em 20%.

Com base no custo total do produto e na margem de lucro desejada, o *Mark-up* é calculado da seguinte forma:

Custos Variáveis = 27%

Custos Fixos = 18%

Margem de Lucro = 20%

$$\text{Mark-up} = \frac{100}{100 - (27 + 18 + 20)}$$

$$\text{Mark-up} = \frac{100}{35}$$

$$\text{Mark-up} = 2,86$$

“A margem desejada a ser aplicada nos preços de venda formados pelo custo deve ser resultante da rentabilidade desejada sobre o capital investido. Esse conceito é expresso pela fórmula de análise da rentabilidade, denominada método Dupont, que converge os elementos de lucratividade das vendas com o giro do ativo”. (PADOVEZE, 2006, p.322).

Assim, a hamburgueria pode definir preços que levam em consideração todos os custos e proporcionam a margem de lucro desejada.

Quadro 1 - Precificação dos Produtos Segundo a Técnica de *Mark-Up*

#	PRODUTO	PREÇO DE VENDA
1	Bocadillo	R\$ 14,50
2	Cheddito	R\$ 17,00
3	Parrillero	R\$ 24,00
4	Me Gusta	R\$ 24,50
5	Cerdo en Cheddar	R\$ 29,50
6	El Smash Doble	R\$ 25,50
7	El Smash Triple	R\$ 34,00
8	Porção Batata-Frita (100 g)	R\$ 9,50
9	Porção Nugget (130 g)	R\$ 10,00
10	Porção Onion Ring (100 g)	R\$ 9,50
11	Batata c/ Bacon e Cheddar (200 g)	R\$ 23,00
12	Coca-Cola Lata 350 ml	R\$ 8,00
13	Coca-Cola Zero Açúcar Lata 350 ml	R\$ 7,50
14	Guaraná Antártica Lata 350 ml	R\$ 7,50
15	Guaraná Antártica Sem Açúcar 350 ml	R\$ 7,00
16	Coca-Cola 1 L	R\$ 14,00
17	Guaraná Antártica 1 L	R\$ 9,50
18	Suco Del Valle Frut Laranja 450 ml	R\$ 6,50
19	Suco Del Valle Frut Uva 450 ml	R\$ 6,50

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

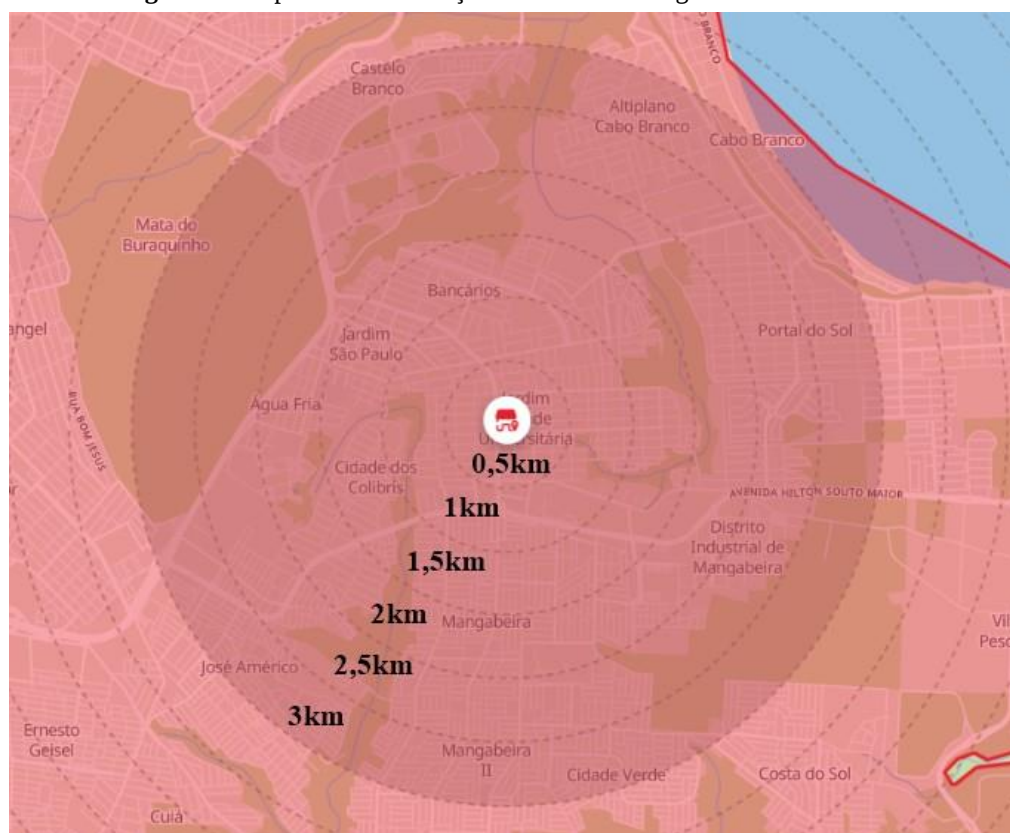
3.5 Estratégia de Distribuição

A estratégia de distribuição do Parrillero também leva em conta, em seu *delivery* pelo *iFood*, a ‘entrega grátis’ fornecida em um raio de 3 km a partir do seu ponto físico e é subsidiada pelo próprio estabelecimento. Todos os pedidos realizados fora do raio de 3 km contam com as taxas de entrega pagas integralmente pelos clientes.

O custo com a entrega grátis é embutido no valor dos produtos principais de forma estratégica e o cálculo envolve o custo médio por entrega e o valor médio por pedido (*ticket médio*), ambos do mesmo período.

Área em que a hamburgueria oferece sua entrega grátis e o custo por quilômetro:

Figura 4 - Mapa de Demonstração da Área de Entrega Grátis do Parrillero



Fonte: Portal iFood (2023).

Cada círculo tracejado no mapa representa uma distância de 0,5 km de raio a partir da hamburgueria, com a área mais escura indicando o alcance do serviço de entrega grátis, que abrange um raio de 3 km.

Figura 5 - Taxa da Entrega Parceira por Raio em João Pessoa - PB

Raio	Taxa
0.5 km	R\$ 4,99
1 km	R\$ 4,99
1.5 km	R\$ 4,99
2 km	R\$ 4,99
2.5 km	R\$ 5,99
3 km	R\$ 5,99

Fonte: Portal iFood (2023).

Em relação às taxas de cobrança da ‘entrega grátis’, elas variam da seguinte forma: para distâncias de 0,5 km a 2 km, o custo é de R\$ 4,99 para o estabelecimento, enquanto para

distâncias de 2,5 km a 3 km, o valor é de R\$ 5,99 para o estabelecimento. Essa estrutura de preços visa incentivar os pedidos dentro do raio de entrega gratuita de 3 km. Todos os pedidos realizados fora da área de 3 km têm custo zero para o estabelecimento.

Para finalmente chegar ao resultado, o valor interessado é denominado como 'P', e as fórmulas são as seguintes:

Custo Médio Por Entrega: 4,71

Ticket Médio: 38,30

$$P = \frac{\text{Custo Médio Por Entrega}}{\text{Ticket médio}} \times 100$$

$$P = \frac{4,71}{38,30} \times 100$$

$$P = 12,29\%$$

O resultado de 'P' significa que os produtos do cardápio, com exceção das porções e bebidas oferecidas separadamente, devem ter um aumento de 12,29% em relação à precificação fornecida anteriormente pelo *Mark-up* para que a estratégia de entrega grátis subsidiada funcione.

Quadro 2 - Nova Precificação dos Produtos Segundo a Técnica de *Mark-Up* e a 'Entrega Grátis' no Raio de 3 km Embutida

#	PRODUTO	PREÇO DE VENDA
1	<i>Bocadillo</i>	R\$ 16,50
2	<i>Cheddito</i>	R\$ 19,00
3	<i>Parrillero</i>	R\$ 27,00
4	<i>Me Gusta</i>	R\$ 27,50
5	<i>Cerdo en Cheddar</i>	R\$ 33,00
6	<i>El Smash Doble</i>	R\$ 28,50
7	<i>El Smash Triple</i>	R\$ 38,00
8	Porção Batata-Frita (100 g)	R\$ 9,50
9	Porção <i>Nugget</i> (130 g)	R\$ 10,00
10	Porção <i>Onion Ring</i> (100 g)	R\$ 9,50
11	Batata c/ Bacon e Cheddar (200 g)	R\$ 26,00
12	Coca-Cola Lata 350 ml	R\$ 8,00
13	Coca-Cola Zero Açúcar Lata 350 ml	R\$ 7,50
14	Guaraná Antártica Lata 350 ml	R\$ 7,50

15	Guaraná Antártica Sem Açúcar 350 ml	R\$ 7,00
16	Coca-Cola 1 L	R\$ 14,00
17	Guaraná Antártica 1 L	R\$ 9,50
18	Suco <i>Del Valle Frut</i> Laranja 450 ml	R\$ 6,50
19	Suco <i>Del Valle Frut</i> Uva 450 ml	R\$ 6,50

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

As porções como Batata-frita (100 g), *Nugget* (130 g), *Onion Ring* (100 g) e bebidas em geral não sofreram o aumento de 12,29% na precificação. Esses produtos são considerados complementares e raramente são vendidos separadamente, sendo essa a razão para não terem sofrido aumento.

3.6 Estratégia de Descontos

A hamburgueria utiliza estratégias promocionais, como combos e descontos, para atrair clientes e estimular vendas adicionais. Essas promoções são cuidadosamente planejadas para não comprometer a rentabilidade do negócio.

O estabelecimento entende que, para incentivar este tipo de consumo, deve desejar uma margem de lucro menor e recalcular a técnica de *Mark-up* para obter novos preços, além de manter a sua estratégia de distribuição.

Para oferecer seus combos e descontos, o Parrillero modifica sua margem de lucro para 15%, e os cálculos são os seguintes:

I) *Mark-Up*

Custos Variáveis = 27%

Custos Fixos = 18%

Margem de Lucro = 15%

$$\text{Mark-up} = \frac{100}{100 - (27 + 18 + 15)}$$

$$\text{Mark-up} = \frac{100}{40}$$

$$\text{Mark-up} = 2,5$$

II) Estratégia de Distribuição

Custo Médio Por Entrega: 4,71

Ticket Médio: 38,30

$$P = \frac{\text{Custo Médio Por Entrega}}{\text{Ticket médio}} \times 100$$

$$P = \frac{4,71}{38,30} \times 100$$

$$P = 12,29\%$$

III) Combos e Ofertas Econômicas

Preço de Venda = Custo do Produto x *Mark-up* x 'P'

Quadro 3 - Combos e Ofertas Econômicas com Margem de Lucro Menor Segundo a Técnica de *Mark-Up* e Estratégia de 'Entrega Grátis' no Raio de 3 km Embutida

#	PRODUTO	PREÇO DE VENDA
1	<i>Bocadillo</i> + Acompanhamento	R\$ 23,50
2	<i>Cerdo en Cheddar</i> + Acompanhamento	R\$ 38,00
3	<i>Parrillero</i> + Acompanhamento	R\$ 32,50
4	<i>Me Gusta</i> + Acompanhamento	R\$ 33,00
5	<i>El Smash Doble</i> + Acompanhamento	R\$ 34,00
6	<i>El Smash Triple</i> + Acompanhamento	R\$ 42,00
7	Combo <i>Bocadillo</i>	R\$ 31,50
8	Combo <i>Parrillero</i>	R\$ 40,50
9	Combo <i>Me Gusta</i>	R\$ 41,00
10	Combo <i>Cerdo en Cheddar</i>	R\$ 46,00
11	Combo <i>El Smash Doble</i>	R\$ 42,00
12	Combo <i>El Smash Triple</i>	R\$ 50,00
13	<i>Bocadillo</i> + Refri Mini	R\$ 20,50
14	Combo <i>Cheddito Mini</i>	R\$ 27,00
15	(2x) <i>Bocadillo</i>	R\$ 28,50
16	(3x) <i>Bocadillo</i>	R\$ 43,00
17	(2x) <i>Parrillero</i>	R\$ 47,00
18	(3x) <i>Parrillero</i>	R\$ 70,00
19	(5x) <i>Bocadillo</i>	R\$ 71,00
20	(5x) <i>Parrillero</i>	R\$ 117,00
21	(2x) <i>El Smash Doble</i>	R\$ 49,00
22	(3x) <i>El Smash Doble</i>	R\$ 74,00

23	(2x) <i>El Smash Triple</i>	R\$ 65,50
24	(3x) <i>El Smash Triple</i>	R\$ 98,50
25	<i>Parrillero + Me Gusta</i>	R\$ 47,00
26	<i>Parrillero + Cerdo en Cheddar</i>	R\$ 52,00
27	<i>Me Gusta + Cerdo en Cheddar</i>	R\$ 52,50

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

Essas ofertas representam uma estratégia que oferece preços mais baixos em comparação com os itens individuais, o que atrai clientes em busca de economia. Elas também têm o efeito de criar uma percepção de valor nos clientes, incentivando-os a gastar mais e, assim, aumentar o valor médio dos pedidos. Além disso, contribuem para a fidelização da clientela, uma vez que os clientes percebem os benefícios ofertados. Essa estratégia também oferece variedade e opções aos clientes, sendo especialmente atraente para aqueles que desejam experimentar diferentes sabores, combinações e ofertas de “mais por menos”.

3.7 Estratégias de Promoção e Comunicação

- No Âmbito do *iFood*

Uma abordagem inovadora que pode ser considerada é a utilização da Campanha Inteligente (CI) do *iFood*, uma ferramenta que oferece oportunidades significativas para promover os produtos e serviços da hamburgueria de maneira eficaz.

A Campanha Inteligente do *iFood* se destaca por sua capacidade de personalização e automatização. Segundo o *Blog iFood Para Parceiros* (2022), a ferramenta permite que as lojas definam seu orçamento de investimento e, ao mesmo tempo, aproveitem a inteligência de dados da plataforma para determinar como, onde e para quem as campanhas promocionais serão direcionadas.

Dentro dessa ferramenta, várias mecânicas promocionais estão disponíveis. Isso inclui a oferta de cupons para novos usuários, estratégias de reativação de clientes, descontos em itens específicos do cardápio, acesso ao Clube *iFood* (plano de assinatura do *iFood*) e distribuição de cupons de R\$5. Essa diversidade de opções permite que o Parrillero alcance diferentes segmentos de clientes de forma estratégica, dependendo de seus objetivos de promoção.

Ainda de acordo com o *Blog*, um destaque importante da CI do *iFood* é a transparência no processo. No caso de descontos em itens específicos, a plataforma fornece informações detalhadas com 48 horas de antecedência. Isso dá à hamburgueria a oportunidade de revisar os pratos pré-selecionados e confirmar quais deles participarão da promoção, garantindo total controle sobre suas estratégias promocionais.

As vantagens de adotar a Campanha Inteligente são diversas. A hamburgueria se torna elegível para promoções subsidiadas pelo *iFood*, o investimento promocional é direcionado automaticamente para um público com maior potencial de consumo, a visibilidade no

aplicativo *iFood* aumenta, com destaque em listas, *banners* e notificações, além de relatórios mensais que garantem transparência nas transações.

- *Marketing* de Baixo Custo

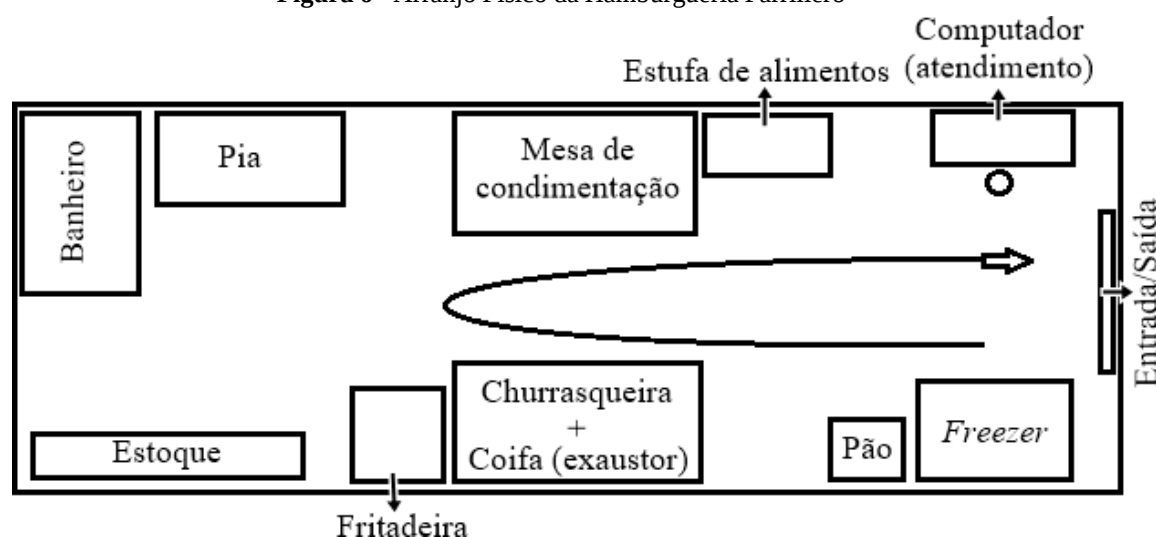
No contexto do Parrillero, a gestão enfrentou desafios de recursos limitados para *marketing*. Para superar isso, eles adotaram estratégias de *marketing* de baixo custo, como foco nas redes sociais e mídias digitais. Isso incluiu a criação de conteúdo de qualidade, engajamento com seguidores e otimização de SEO (Otimização para Mecanismo de Busca).

A estratégia enfatizou o crescimento sustentável, reinvestindo lucros para expandir gradualmente. A abordagem de crescimento sustentável também se traduziu em uma oferta consistente de qualidade, entrega rápida e bom atendimento ao cliente, fatores que contribuem para a construção de uma reputação sólida no mercado.

4 PLANO OPERACIONAL

4.1 Arranjo Físico

Figura 6 - Arranjo Físico da Hamburgueria Parrillero



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

O *layout* em forma de 'U' adotado pela hamburgueria é uma escolha estratégica que oferece diversas vantagens operacionais. Essa disposição eficiente dos equipamentos e estações de trabalho resulta em uma operação mais suave e eficaz. Além disso, o modelo 'U' contribui para um melhor controle de qualidade, já que cada etapa da preparação dos hambúrgueres possui um espaço definido e fluxo contínuo.

4.2 Capacidade Comercial

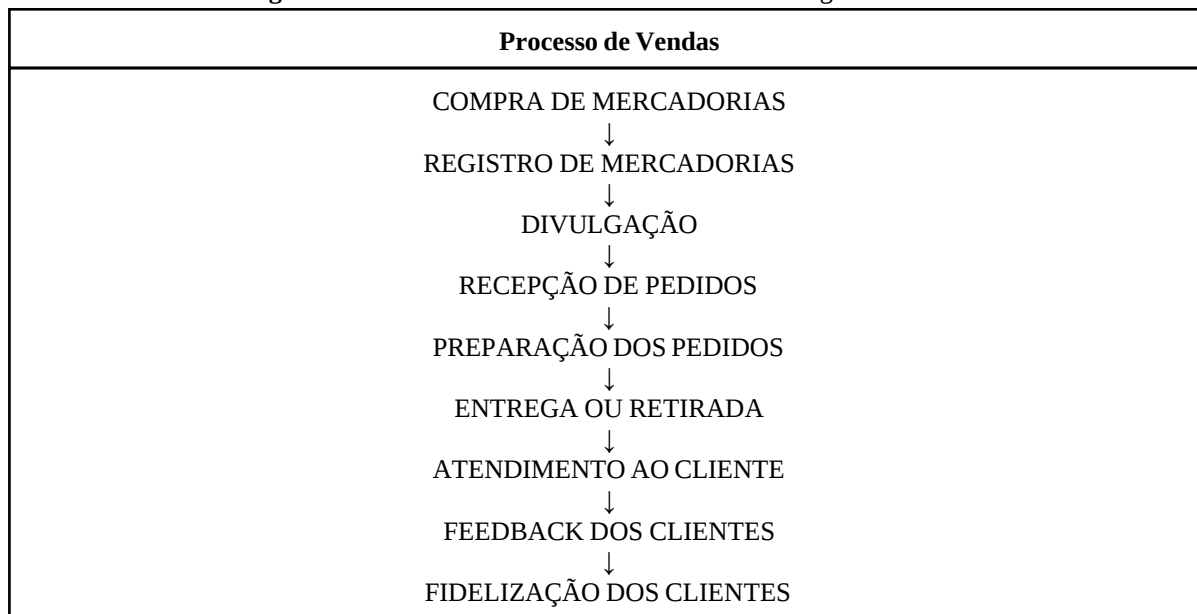
A capacidade comercial da hamburgueria é um elemento crucial para entender sua operação e eficiência. Inicialmente, a hamburgueria está processando, em média, 400 pedidos por mês. Esse número é um indicativo da demanda atual dos clientes.

Quando se trata do tempo de produção, a hamburgueria está operando com uma média de 10 minutos para preparar cada pedido. Isso demonstra uma eficiência notável na cozinha, permitindo que os hambúrgueres sejam servidos aos clientes de forma rápida.

Além disso, a média de entrega de 25 minutos é um fator importante para a satisfação do cliente, já que os pedidos são entregues dentro de um período razoável após o preparo. No entanto, é importante continuar avaliando e ajustando a capacidade comercial à medida que a demanda e o negócio crescem.

4.3 Processos Operacionais

A figura a seguir oferece uma visão geral do fluxo de trabalho da hamburgueria, desde a compra de mercadorias até a entrega e fidelização dos clientes.

Figura 7 - Processo de Vendas do Parrillero - Hambúrguer Artesanal

Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

4.4 Necessidade de Pessoal

Atualmente, devido a limitações de recursos, o gestor da hamburgueria desempenha um papel multifuncional, atuando não apenas na gestão do estabelecimento, mas também na produção direta. No entanto, à medida que o negócio continua a crescer e se expandir, torna-se evidente que a necessidade de pessoal adicional é essencial para garantir o funcionamento eficaz e eficiente da hamburgueria.

Quadro 4 - Quadro das Necessidades de Pessoal

Cargo	Quantidade	Qualificação
Gerente	1	Nível superior em administração de empresas e experiência na área
Auxiliar de cozinha	1	Nível médio e experiência em hamburgueria
Atendente	1	Cursando ensino superior (estagiário)
Entregador	2	CNH categoria A e experiência com <i>delivery</i>
Auxiliar de limpeza	1	Experiência em sanitização de cozinha

Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

5. PLANO FINANCEIRO

5.1 Investimento Inicial

Nesta seção, serão detalhados os investimentos iniciais realizados pelo Parrillero - Hambúrguer Artesanal para estabelecer sua operação.

I) Equipamentos de operação:

Os seguintes equipamentos de operações são fundamentais para o funcionamento eficiente da hamburgueria, contribuindo para a excelência na produção e no atendimento ao cliente.

Quadro 5 - Quadro de Investimento Inicial dos Equipamentos Operacionais do Parrillero - Hambúrguer Artesanal

#	Descrição	Quantidade	Custo Unitário	Total (R\$)
1	Churrasqueira <i>Parrilla</i>	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
2	Fritadeira Elétrica	1	R\$ 1.210,00	R\$ 1.210,00
3	Estufa de Alimentos	1	R\$ 480,00	R\$ 480,00
4	<i>Freezer</i>	1	R\$ 2.559,00	R\$ 2.559,00
5	Sistema de Coifa e Exaustor	1	R\$ 3.660,00	R\$ 3.660,00
6	Moedor de Carne (emergencial)	1	R\$ 210,00	R\$ 210,00
7	Impressora Térmica	1	R\$ 146,00	R\$ 146,00
8	Chapa de Lanches	1	R\$ 240,00	R\$ 240,00
9	Botijão de Gás	1	R\$ 330,00	R\$ 330,00
10	Recipiente	8	R\$ 31,00	R\$ 248,00
11	Forma de Silicone	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
12	Triturador	1	R\$ 28,00	R\$ 28,00
13	Pegador de Churrasco	1	R\$ 72,00	R\$ 72,00
14	Sistema de Gás	1	R\$ 286,00	R\$ 286,00
15	Avental com Touca	4	R\$ 22,50	R\$ 90,00
16	Bisnaga de Molho	4	R\$ 30,00	R\$ 120,00
17	Tábua de Corte em Polietileno	2	R\$ 55,00	R\$ 110,00
18	<i>Kit</i> Facas, Tesoura e Afiador	1	R\$ 67,00	R\$ 67,00
19	Suporte de Fatiador de Legumes	1	R\$ 19,00	R\$ 19,00

20	Balança Digital	2	R\$ 28,00	R\$ 56,00
21	Pegador de Silicone	2	R\$ 12,50	R\$ 25,00
22	Escorredor de Alimentos	2	R\$ 12,50	R\$ 25,00
23	Kit Colher de Medição	1	R\$ 13,00	R\$ 13,00
24	Espremedor de Alho	1	R\$ 19,00	R\$ 19,00
25	Tampa Tapete de Pia	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
26	Cuba Gastronômica	3	R\$ 17,00	R\$ 51,00
27	Notebook Usado	1	R\$ 0,00	R\$ 0,00
28	Char Broiler	1	R\$ 2.600,00	R\$ 2.600,00
29	Kit Utensílios Inox	1	R\$ 380,00	R\$ 380,00
30	Espátula Cortadora	1	R\$ 15,90	R\$ 15,90
31	Garra para Churrasco	1	R\$ 13,90	R\$ 13,90
32	Termômetro Digital	1	R\$ 18,00	R\$ 18,00
33	Manta para Churrasqueira	1	R\$ 17,90	R\$ 17,90
34	Teclado	1	R\$ 35,00	R\$ 35,00
35	Mouse	1	R\$ 12,00	R\$ 12,00
36	Grelha Cilíndrica	1	R\$ 170,00	R\$ 170,00
37	Grampeador	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
-	TOTAL	-	-	R\$ 14.306,70

Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

II) Mobiliário:

Os equipamentos mobiliários que são essenciais e compõem o ambiente da hamburgueria e proporcionam funcionalidade são os seguintes:

Quadro 6 - Quadro de Investimento Inicial dos Equipamentos Mobiliários do Parrillero - Hambúrguer Artesanal

#	Descrição	Quantidade	Custo Unitário	Total (R\$)
1	Pia de Inox	1	R\$ 1.390,00	R\$ 1.390,00
2	Mesa de Inox	1	R\$ 860,00	R\$ 860,00
3	Condimentadora de Inox	1	R\$ 1.690,00	R\$ 1.690,00
4	Lixeira	2	R\$ 50,00	R\$ 100,00
5	Cadeira	2	R\$ 44,00	R\$ 88,00

6	Cesto Empilhável	8	R\$ 15,00	R\$ 120,00
7	Cooler 42 L	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
8	Porta Comanda	2	R\$ 58,50	R\$ 117,00
9	Espanador Retrátil	1	R\$ 19,90	R\$ 19,90
10	Escova de Limpeza	1	R\$ 17,50	R\$ 17,50
11	Mesa Plástica Retrátil	1	R\$ 399,00	R\$ 399,00
12	Rodo	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
13	Vassoura	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
14	Pá de Metal	1	R\$ 35,00	R\$ 35,00
-	TOTAL	-	-	R\$ 4.961,40

Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

III) *Marketing* e Publicidade:

A seguir, apresenta-se o Quadro 7 detalhado de investimento inicial em *marketing* e publicidade da hamburgueria demonstrando as alocações de recursos.

Quadro 7 - Quadro de Investimento em *Marketing* e Comunicação do Parrillero no Primeiro Mês

#	Descrição	Quantidade	Custo Unitário	Total (R\$)
1	Arte da Logomarca	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
2	Brindes	200	R\$ 0,30	R\$ 60,00
3	Cartões	200	R\$ 0,25	R\$ 50,00
-	TOTAL	-	-	R\$ 190,00

Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

IV) Reformas

Além dos investimentos mencionados, há também alocado um orçamento para despesas iniciais essenciais com reforma para o arranque da hamburgueria.

Quadro 8 - Quadro de Investimentos do Parrillero - Hambúrguer Artesanal com Reformas

#	Descrição	Quantidade	Custo Unitário	Total (R\$)
1	Película de Vidro	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
2	Encanação	1	R\$ 55,00	R\$ 55,00
-	TOTAL	-	-	R\$ 405,00

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

5.2 Capital de Giro

O capital de giro engloba o dinheiro necessário para manter as operações diárias, cobrir despesas, pagar fornecedores e garantir que o negócio funcione sem problemas.

5.2.1 Estoque Inicial

A seguir, apresenta-se o Quadro 9 de investimento inicial em mercadorias da hamburgueria, destacando as alocações de recursos para garantir a operação e o funcionamento adequado do negócio no período de um mês.

Quadro 9 - Quadro de Investimento em Mercadorias do Parrillero - Hambúrguer Artesanal no Primeiro Mês de Funcionamento

#	Descrição	Quantidade	Custo Unitário	Total (R\$)
1	Caixa de <i>Kraft</i> para Hambúrguer G	2	R\$ 90,00	R\$ 180,00
2	Caixa de Sacolas <i>Kraft</i> P	5	R\$ 47,00	R\$ 235,00
3	Caixa de <i>Kraft</i> para Hambúrguer P	2	R\$ 51,25	R\$ 102,50
4	Caixa de <i>Kraft</i> para Batata-frita	2	R\$ 62,50	R\$ 125,00
5	Caixa de Papéis Acoplados	1	R\$ 73,42	R\$ 73,42
6	Caixa de Guardanapos	1	R\$ 105,00	R\$ 105,00
7	Rolo de Lacs para Embalagem	1	R\$ 41,50	R\$ 41,50
8	Caixa de Separadores de Hambúrguer	2	R\$ 39,50	R\$ 79,00
9	Caixa de Potes para Molhos	2	R\$ 12,50	R\$ 25,00
10	Rolo de Rótulos de Validade	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
11	Caixa de Luvas	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
12	Rolo de Panos Multiuso	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
13	Carne (Corte 1)	9,55	R\$ 25,50	R\$ 243,52
14	Carne (Corte 2)	13,6	R\$ 21,50	R\$ 292,40
15	Carne (Corte 3)	2,45	R\$ 28,00	R\$ 68,60
16	<i>Bacon</i>	2,2	R\$ 27,00	R\$ 59,40
17	Batata Pré Cozida	16	R\$ 23,50	R\$ 376,00
18	Cheddar Processado	2,2	R\$ 44,00	R\$ 96,80
19	Queijo Prato	2,2	R\$ 45,00	R\$ 99,00
20	Queijo Parmesão Ralado	4	R\$ 4,19	R\$ 16,76

21	Margarina	1	R\$ 10,45	R\$ 10,45
22	Leite	4	R\$ 4,39	R\$ 17,56
23	Óleo de Soja	17	R\$ 7,59	R\$ 129,03
24	Trigo	1	R\$ 5,25	R\$ 5,25
25	Pimenta do Reino	1	R\$ 1,85	R\$ 1,85
26	Tempero	1	R\$ 2,95	R\$ 2,95
27	Sal	1	R\$ 1,50	R\$ 1,50
28	Orégano	1	R\$ 5,79	R\$ 5,79
29	Tomate	0,81	R\$ 4,00	R\$ 3,24
30	Cebola	2,2	R\$ 3,25	R\$ 7,15
31	Cebola Roxa	0,85	R\$ 7,29	R\$ 6,20
32	Alface Americana	6	R\$ 3,00	R\$ 18,00
33	Cebolinha Verde	4	R\$ 2,00	R\$ 8,00
34	Plástico Filme	1	R\$ 5,95	R\$ 5,95
35	Papel Toalha	1	R\$ 4,00	R\$ 4,00
36	Papel Higiênico	2	R\$ 4,50	R\$ 9,00
37	Água Clorada	2	R\$ 4,10	R\$ 8,20
38	Detergente	3	R\$ 2,65	R\$ 7,95
39	Carvão	7	R\$ 27,00	R\$ 189,00
40	Coca-Cola Lata 350 ml	18	R\$ 2,80	R\$ 50,40
41	Coca-Cola S/A 350 ml	18	R\$ 2,67	R\$ 48,06
42	Coca-Cola 1 L	12	R\$ 4,97	R\$ 59,64
43	Guaraná Antártica 350 ml	24	R\$ 2,55	R\$ 61,20
44	Guaraná Antártica S/A 350 ml	12	R\$ 2,29	R\$ 27,48
45	Guaraná Antártica 1 L	12	R\$ 3,39	R\$ 40,68
46	Suco Del Valle Uva 450 ml	12	R\$ 2,29	R\$ 27,48
47	Suco Del Valle Laranja 450 ml	12	R\$ 2,29	R\$ 27,48
48	Guaraná Antártica Caçulinha	72	R\$ 1,39	R\$ 100,08
49	Sacola Kraft G	50	R\$ 1,06	R\$ 53,00
50	Pão Brioche Alto	124	R\$ 1,60	R\$ 198,40

51	Pão Brioche Baixo	72	R\$ 1,00	R\$ 72,00
-	TOTAL	-	-	R\$ 3.535,87

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

5.2.2 Despesas Mensais

No plano financeiro do Parrillero, as despesas mensais desempenham um papel fundamental. Estas compreendem uma variedade de custos essenciais para a operação contínua do negócio. Para uma gestão financeira eficaz e crescimento sustentável, é crucial analisá-las cuidadosamente. A seguir, um quadro detalha essas despesas.

Quadro 10 - Quadro das Despesas Mensais Estimadas do Parrillero - Hambúrguer Artesanal

#	Categoria da Despesa	Descrição	Valor Mensal (R\$)
1	Aluguel	Custo mensal do aluguel do espaço.	R\$ 900,00
2	IPTU	Custo mensal com IPTU.	R\$ 90,00
3	Energia Elétrica	Custo médio mensal com energia elétrica.	R\$ 100,00
4	Água	Custo médio mensal com água.	R\$ 154,00
5	Marketing	Custo médio mensal com marketing.	R\$ 150,00
6	Internet	Custo mensal com internet.	R\$ 105,00
7	Carvão	Custo médio mensal com carvão.	R\$ 189,00
8	Gás	Custo mensal com gás de cozinha.	R\$ 98,00
9	iFood	Custo mensal com a plataforma do iFood.	R\$ 140,00
10	Despesas Operacionais	Custo com produtos de limpeza e outros.	R\$ 50,00
11	Transporte	Custo médio com transporte.	R\$ 250,00
12	Telefone	Custo mensal com celular.	R\$ 20,00
-	TOTAL	-	R\$ 2.246,00

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

5.2.3 Prazo Médio de Recebimento de Vendas

O controle eficiente das contas a receber envolve o acompanhamento rigoroso dos pagamentos dos clientes, garantindo que o fluxo de caixa seja estável e previsível.

Quadro 11 - Quadro das Contas a Receber por Canais de Vendas e Seus Prazos

Prazo Médio de Vendas	(%)	Número de Dias	Média ponderada em dias
À vista (via loja)	10	1	0,10
A prazo via loja (1 mês)	5	30	1,5
Repasse <i>iFood</i> (1 mês)	80	30	24
Voucher Alimentação (1 mês)	5	30	1,5
PRAZO MÉDIO TOTAL	-	-	28 dias

Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

5.2.4 Prazo Médio de Compras

O prazo médio de compras garante o abastecimento regular, principalmente de ingredientes frescos e de alta qualidade. Itens de longa durabilidade, como sacolas, rótulos e embalagens, são os mais indicados para aquisições a prazo.

Quadro 12 - Quadro do Prazo Médio de Compras

Prazo Médio de Compras	(%)	Número de Dias	Média ponderada em dias
À vista	70	1	0,70
A prazo (1 mês)	20	30	6
A prazo (2 meses)	0	0	0
A prazo (3 meses)	10	90	9
PRAZO MÉDIO TOTAL	-	-	16 dias

Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

5.2.5 Necessidade Média de Estoque

A hamburgueria possui um sistema ágil para repor seus produtos que, além de garantir que não falte itens essenciais para atender aos clientes, evite o máximo de desperdício de seus produtos.

Quadro 13 - Quadro da Necessidade Média de Estoque em Dias

	Dias
Necessidade média de estoques	7

Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

5.2.6 Necessidade Líquida de Capital de Giro

O seguinte quadro representa a necessidade líquida de capital de giro em dias para manter as operações funcionando sem problemas. É uma métrica que ajuda a determinar se a empresa está gerenciando eficazmente seus recursos financeiros para atender às suas obrigações.

Quadro 14 - Quadro da Construção do Valor Necessário de Capital de Giro em Dias

Recursos da empresa fora do próprio caixa	Dias
1. Prazo médio de vendas (contas a receber)	28
2. Necessidade média de estoques (estoques)	7
Subtotal 1 (Item 1 + Item 2)	35
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Prazo médio de compras (fornecedores)	16
Subtotal 2 (Item 3)	16
Necessidade líquida de capital de giro em dias	
(Subtotal 1 - Subtotal 2)	19

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

5.2.7 Caixa Mínimo

Este quadro representa uma reserva de caixa essencial para garantir a continuidade das operações, mesmo em momentos de incerteza financeira.

Quadro 15 - Quadro da Formação do Caixa Mínimo

Custo fixo mensal	R\$ 2.246,00
Custo variável mensal	R\$ 2.963,60
Custo total da empresa (mês)	R\$ 5.209,60
Custo total diário	R\$ 173,66
Necessidade líquida de capital de giro	19 dias
Caixa mínimo	R\$ 3.299,54

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

5.2.8 Resultado do Capital de Giro

O Capital de Giro, calculado como a soma do estoque inicial e o valor do caixa mínimo, representa os recursos financeiros disponíveis para financiar as operações diárias e atender às demandas de pagamento, como fornecedores e despesas operacionais. Para

garantir a continuidade das operações e a capacidade de lidar com situações imprevistas, é essencial manter um capital de giro saudável.

Quadro 16 - Quadro do Total de Capital de Giro Necessário para Atender as Demandas de Pagamento e Operações Diárias

Descrição	Valor (R\$)
A = Estoque Inicial	R\$ 3.535,87
B = Caixa Mínimo	R\$ 3.299,54
Total do Capital de Giro = A + B	R\$ 6,835,41

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

5.3 Investimento Total

O total investido compreende todos os recursos alocados no início das operações da hamburgueria, cobrindo equipamentos, mobiliário, *marketing*, capital de giro e reformas. Os quadros a seguir detalham o total de investimento inicial e a fonte de recursos.

Quadro 17 - Quadro das Categorias de Investimento e o Total Investido Inicialmente pelo Parrillero - Hambúrguer Artesanal

#	Categoria de Investimento	Total Investido (R\$)	Porcentagem (%)
1	Equipamentos de Operação	R\$ 14.306,70	53,59%
2	Mobiliário	R\$ 4.961,40	18,58%
3	<i>Marketing</i> e Publicidade	R\$ 190,00	0,71%
4	Estoque Inicial	R\$ 3.535,87	13,24%
5	Caixa Mínimo	R\$ 3.299,54	12,36%
6	Reformas	R\$ 405,00	1,52%
-	TOTAL	R\$ 26.698,51	100%

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

Quadro 18 - Fonte de Recursos

Descrição	Valor (R\$)	Porcentagem (%)
Recursos Próprios	R\$ 26.698,51	100%
TOTAL	R\$ 26.698,51	100%

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

5.4 Estimativa de Faturamento Trimestral

I) Faturamento Trimestral do Empreendimento

Nestes quadros a seguir, apresentam-se os resultados financeiros referentes aos dois primeiros trimestres de operação da hamburgueria.

Quadro 19 - Quadro de Faturamento do Primeiro Trimestre do Parrillero

Mês	Faturamento
1	R\$ 3.984,60
2	R\$ 4.135,91
3	R\$ 3.820,04
TOTAL	R\$ 11.940,55

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

Quadro 20 - Quadro de Faturamento do Segundo Trimestre do Parrillero

Mês	Faturamento
4	R\$ 9.584,15
5	R\$ 8.946,61
6	R\$ 6.698,06
TOTAL	R\$ 25.228,82

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

No segundo trimestre de operação da hamburgueria, observou-se um notável crescimento financeiro, com um faturamento aproximadamente 110% superior em comparação ao primeiro trimestre. Esse desempenho demonstra o progresso e a ascensão da hamburgueria no mercado durante esse período inicial.

II) Projeção para os Próximos Trimestres

Para os próximos trimestres, a projeção de crescimento do faturamento da hamburgueria considera um aumento mais moderado de aproximadamente 50%. No entanto, é importante mencionar que essa projeção conservadora leva em conta fatores como a estabilidade do mercado, a concorrência e possíveis desafios que podem limitar o crescimento explosivo observado anteriormente. Dessa forma, espera-se um crescimento sólido e moderado nos próximos trimestres, alinhado com as condições do mercado e a estratégia de expansão da hamburgueria.

Quadro 21 - Quadro de Projeção de Faturamento dos Trimestres Seguintes do Parrillero

Trimestre	Faturamento Trimestral
3º	R\$ 37.843,23
4º	R\$ 56.764,84

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

5.5 Custo Médio de Comercialização

Quadro 22 - Quadro da Média de Custos com a Comercialização

Descrição	Porcentagem (%)	Faturamento Médio (R\$)	Custo Total
1. Impostos			
SIMPLES	4	R\$ 8.409,61	R\$ 336,39
Subtotal 1			R\$ 336,39
2. Gastos com Vendas			
Taxa de Serviços <i>iFood</i>	27	R\$ 8.409,61	R\$ 2.270,60
Subtotal 2			R\$ 2.270,60
TOTAL			R\$ 2.606,99

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

5.6 Custos com Mão de Obra

Quadro 23 - Despesa com Mão de Obra

Função	Quantidade	Salário	Reinvestimento	Salário Total
Gestor e Operador	1	R\$ 1.680,00	R\$ 840,00	R\$ 840,00

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

A atual operação da hamburgueria é gerenciada pelo proprietário, que desempenha um papel central na gestão e operação do negócio. A margem de lucro atual, equivalente a 20% do faturamento, inclui a remuneração do gestor, que representa uma parcela desse valor. Dessa margem, 10% são reinvestidos no próprio negócio, contribuindo para seu crescimento e desenvolvimento contínuo.

5.7 Custos com Depreciação

O quadro de depreciação de bens ajuda na gestão financeira e na tomada de decisões sobre substituição ou manutenção desses bens.

Quadro 24 - Quadro de Custos com Depreciação dos Bens

Descrição	Valor	Vida Útil*	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Equipamentos de operação	R\$ 14.306,70	10 anos	R\$ 1.430,67	R\$ 119,23
Equipamentos mobiliários	R\$ 4.961,40	10 anos	R\$ 496,14	R\$ 41,34
Reformas	R\$ 405,00	15 anos	R\$ 27,00	R\$ 2,25
Total da Depreciação			R\$ 1.953,81	R\$ 162,82

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

*As informações sobre depreciação e vida útil dos bens foram retiradas da cartilha de depreciação da Biblioteca Digital do Exército Brasileiro que se encontra no site: <https://bdex.eb.mil.br>.

5.8 Custo de Mercadoria Vendida

O Custo de Mercadoria Vendida, conhecido como CMV, representa os custos diretos associados à produção dos hambúrgueres e outros itens do cardápio que são vendidos aos clientes. O CMV é essencial para determinar a lucratividade do negócio e tomar decisões estratégicas relacionadas à precificação, controle de gastos e otimização da operação.

O CMV é calculado considerando o estoque inicial de produtos somado às compras, subtraindo-se o estoque final e, em seguida, divide-se pelo faturamento. Para demonstração, será ilustrado o CMV do 4º mês de operação do Parrillero.

Quadro 25 - Quadro de Custo de Mercadoria Vendida do Quarto Mês de Operação do Parrillero

Descrição	Valor
1. Estoque Inicial	R\$ 489,55
2. Custo com Insumos	R\$ 2.713,28
Subtotal 1 (Item 1 + Item 2)	R\$ 3.202,83
3. Estoque Final	R\$ 325,52
Subtotal 2 (Subtotal 1 - Item 3)	R\$ 2.877,31
4. Faturamento	R\$ 9.584,15
Subtotal 3 (Subtotal 2/Item 4)	0,30
CMV (%)	30%

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

A porcentagem ideal do CMV em uma hamburgueria pode variar, mas geralmente é recomendável manter o CMV abaixo de 35% das receitas totais. Isso permite uma margem de

lucro saudável, cobrindo os custos diretos da produção, ao mesmo tempo em que deixa espaço para despesas operacionais e lucro.

5.9 Demonstrativo de Resultados do Exercício

O Demonstrativo de Resultados do Exercício (DRE) é uma ferramenta contábil que resume as receitas, despesas e lucros de uma empresa em um determinado período. Ele mostra como a empresa está gerando receitas, onde está gastando dinheiro e qual é o seu lucro líquido.

A seguir, no Quadro 26, encontra-se o DRE do Parrillero - Hambúrguer Artesanal.

Quadro 26 - Quadro de Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)

Descrição	Valor Mensal (R\$)	Valor Anual (R\$)
RECEITA BRUTA (=)	R\$ 10.981,45	R\$ 131.777,44
CUSTOS VARIÁVEIS (-)	R\$ 2.964,99	R\$ 35.579,91
1. RECEITA LÍQUIDA (=)	R\$ 8.016,46	R\$ 96.197,52
CMV (-)	R\$ 3.294,43	R\$ 39.533,22
2. LUCRO BRUTO (=)	R\$ 4.722,03	R\$ 56.664,36
CUSTOS FIXOS (-)	R\$ 2.246,00	R\$ 26.952,00
3. RESULTADO LÍQUIDO (=)	R\$ 2.476,03	R\$ 29.712,36

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

6. INDICADORES DE VIABILIDADE

6.1 Ponto de Equilíbrio

O Ponto de Equilíbrio (PE) é o nível de vendas em que uma empresa cobre todos os seus custos e despesas, resultando em zero de lucro ou de prejuízo. O PE é calculado dividindo os custos fixos totais pela margem de contribuição por unidade de venda (IMC). Já o IMC é calculado subtraindo as receitas totais dos custos variáveis.

As fórmulas são as seguintes.

$$IMC = \frac{Receita\ Total - Custo\ Variável}{Receita\ Total}$$

$$PE = \frac{Custo\ Fixo\ Total}{IMC}$$

Aplicando-as para obter as informações para a hamburgueria, temos:

$$IMC = \frac{10.981,45 - 2.964,99}{10.981,45}$$

$$IMC = 0,73$$

$$PE = \frac{2.246,00}{0,73}$$

$$PE = 3.076,71$$

Sendo assim, o Parrillero precisa de um faturamento mínimo mensal de R\$ 3.076,71 para não ter prejuízos.

6.2 Lucratividade

A lucratividade representa a capacidade de uma empresa gerar lucro em relação às suas receitas. É calculada da seguinte maneira.

$$Lucratividade = \frac{Lucro\ Líquido}{Receita\ Total} \times 100$$

$$Lucratividade = \frac{29.712,36}{131.777,44} \times 100$$

$$Lucratividade = 22,55\% \text{ a.a}$$

No entanto, a lucratividade da hamburgueria é de 22,55% ao ano, refletindo sua eficiência em transformar receitas em lucro.

6.3 Rentabilidade

A rentabilidade representa a capacidade de um negócio de gerar lucro em relação ao capital investido, medindo sua eficiência financeira e é calculada da seguinte forma.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{29.712,36}{26.698,51} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = 111,29\% \text{ a.a}$$

Portanto, a rentabilidade estimada da hamburgueria é de 111,29% ao ano, demonstrando um potencial significativo de retorno sobre o investimento.

6.4 Prazo de Retorno do Investimento

O prazo de retorno de investimento (PRI), também conhecido como *Payback*, é um indicador que avalia em quanto tempo o investimento inicial será recuperado pelos lucros gerados. Calcula-se da seguinte maneira.

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

$$\text{PRI} = \frac{26.698,51}{29.712,36}$$

$$\text{PRI} = 0,8985 \text{ anos}$$

Sendo assim, o período para o retorno do investimento é de cerca de 9 meses, destacando a atratividade financeira do negócio.

7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

7.1 Cenário Otimista

Em um cenário otimista, a hamburgueria se beneficia de um aumento constante na demanda por seus produtos, impulsionado pela crescente popularidade e reconhecimento da marca. Custos operacionais são mantidos eficientemente e estratégias de *marketing* surtem efeito, resultando em um estimado crescimento de receita.

Quadro 27 - Projeção de Cenário Otimista do Parrillero

Trimestre	Descrição	Faturamento Trimestral
1º	Concluído	R\$ 11.940,55
2º	Concluído	R\$ 25.228,82
3º	Projetado	R\$ 37.843,23
4º	Projetado	R\$ 56.764,84

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

No segundo trimestre de operação da hamburgueria, houve um notável crescimento financeiro, com um faturamento aproximadamente 110% superior em comparação ao primeiro trimestre.

Para os trimestres subsequentes, visando um cenário otimista, a projeção de crescimento do faturamento da hamburgueria está esperada em um aumento aproximado de 50%. No entanto, apesar do otimismo, é fundamental salientar que essa projeção leva em conta variáveis como a estabilidade do mercado, a competição e eventuais obstáculos que podem limitar o crescimento. Portanto, espera-se um crescimento consistente nos próximos trimestres.

Quadro 28 - Projeção de Cenário Otimista do Parrillero para o Terceiro Trimestre

Descrição	Cenário Otimista (3º Trimestre)
RECEITA	R\$ 37.843,23
CUSTO FIXO	R\$ 6.738,00
CUSTO VARIÁVEL	R\$ 10.217,67
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 7.568,65
PONTO DE EQUILÍBRIO	R\$ 9.230,14
LUCRATIVIDADE	20%
RENTABILIDADE	28,35%
PRI	3,5 trimestres

Fonte: Elaborado pelo autor, (2023).

No cenário otimista do terceiro trimestre, a hamburgueria projeta uma receita robusta de R\$37.843,23. Com custos fixos de R\$6.738,00 e custos variáveis de R\$10.217,67, o lucro líquido estimado é de R\$7.568,65. O ponto de equilíbrio, onde as receitas igualam os custos, está em R\$9.230,14. A lucratividade é de 20%, enquanto a rentabilidade atinge 28,35%. O período de retorno do investimento (PRI) é estimado em 3,5 trimestres ou 11 meses. Este cenário demonstra um desempenho positivo e está alinhado com as projeções otimistas da hamburgueria.

Quadro 29 - Projeção de Cenário Otimista do Parrillero para o Quarto Trimestre

Descrição	Cenário Otimista (4º Trimestre)
RECEITA	R\$ 56.764,84
CUSTO FIXO	R\$ 6.738,00
CUSTO VARIÁVEL	R\$ 15.326,51
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 11.352,97
PONTO DE EQUILÍBRIO	R\$ 9.230,14
LUCRATIVIDADE	20%
RENTABILIDADE	51,53%
PRI	2,35 trimestres

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

No cenário otimista do quarto trimestre, a hamburgueria projeta uma receita de destaque, atingindo R\$56.764,84. Com custos fixos de R\$6.738,00 e custos variáveis de R\$15.326,51, o lucro líquido estimado é impressionante, chegando a R\$11.352,97. O ponto de equilíbrio permanece em R\$9.230,14. A lucratividade mantém-se em 20%, enquanto a rentabilidade aumenta para 42,53%. O período de retorno do investimento (PRI) é reduzido para 2,35 trimestres ou 7 meses. Esse cenário otimista reflete um desempenho excepcional, com resultados financeiros sólidos para o quarto trimestre.

7.2 Cenário Realista

Em um cenário realista, estima-se um crescimento mais lento da hamburgueria, em torno de 15%, devido a um ambiente de mercado incerto e possíveis pressões competitivas.

Quadro 30 - Projeção de Cenário Realista do Parrillero

Trimestre	Descrição	Faturamento Trimestral
1°	Concluído	R\$ 11.940,55
2°	Concluído	R\$ 25.228,82
3°	Projetado	R\$ 29.013,15
4°	Projetado	R\$ 33.365,13

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

Essa projeção leva em consideração fatores que podem afetar levemente o negócio, como uma concorrência moderada.

Quadro 31 - Projeção de Cenário Realista do Parrillero para o Terceiro Trimestre

Descrição	Cenário Realista (3° Trimestre)
RECEITA	R\$ 29.013,15
CUSTO FIXO	R\$ 6.738,00
CUSTO VARIÁVEL	R\$ 7.833,55
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 5.802,63
PONTO DE EQUILÍBRIO	R\$ 9.230,14
LUCRATIVIDADE	20%
RENTABILIDADE	21,74%
PRI	4,6 trimestres

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

No terceiro trimestre, em um cenário realista, a hamburgueria projeta um faturamento de R\$29.013,15, mantendo seu crescimento consistente. Com custos fixos de R\$6.738,00 e custos variáveis de R\$7.833,55, estima-se um lucro líquido de R\$5.802,63. O ponto de equilíbrio permanece em R\$9.230,14, demonstrando a sustentabilidade do negócio. A lucratividade é de 20%, e a rentabilidade atinge 21,74%. O *Payback* (PRI) estimado é de 4,6 trimestres, indicando um retorno sólido do investimento.

Quadro 32 - Projeção de Cenário Realista do Parrillero para o Quarto Trimestre

Descrição	Cenário Realista (4° Trimestre)
RECEITA	R\$ 33.365,13
CUSTO FIXO	R\$ 6.738,00
CUSTO VARIÁVEL	R\$ 9.008,59
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 6.673,03

PONTO DE EQUILÍBRIO	R\$ 9.230,14
LUCRATIVIDADE	20%
RENTABILIDADE	24,99%
PRI	4 trimestres

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

No cenário realista do quarto trimestre, a receita estimada é de R\$33.365,13. Com custos fixos de R\$6.738,00 e custos variáveis de R\$9.008,59, o lucro líquido é calculado em R\$6.673,03. O ponto de equilíbrio é de R\$9.230,14, ainda mantendo uma margem segura. A lucratividade é de 20%, e a rentabilidade alcança 24,99%. O *Payback* (PRI) estimado permanece em 4 trimestres, demonstrando a resiliência do negócio mesmo em cenários estáveis.

7.3 Cenário Pessimista

No cenário pessimista, o Parrillero estima uma queda de 15% nas projeções financeiras. Esse cenário reflete a importância de uma gestão financeira prudente e preparação para desafios que possam surgir.

Quadro 33 - Projeção de Cenário Pessimista do Parrillero

Trimestre	Descrição	Faturamento Trimestral
1°	Concluído	R\$ 11.940,55
2°	Concluído	R\$ 25.228,82
3°	Projetado	R\$ 21.444,50
4°	Projetado	R\$ 18.227,83

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

No terceiro trimestre, a projeção aponta para uma receita de R\$21.444,50, representando um desafio adicional para a empresa. A situação se torna ainda mais desafiadora no quarto trimestre, com uma projeção de faturamento de R\$18.227,83.

Essas estimativas refletem a importância de estar preparado para enfrentar adversidades e a necessidade de considerar estratégias que possam ajudar a manter a estabilidade financeira mesmo em momentos difíceis.

Quadro 34 - Projeção de Cenário Pessimista do Parrillero para o Terceiro Trimestre

Descrição	Cenário Pessimista (3° Trimestre)
RECEITA	R\$ 21.444,50
CUSTO FIXO	R\$ 6.738,00

CUSTO VARIÁVEL	R\$ 5.790,01
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 4.288,90
PONTO DE EQUILÍBRIO	R\$ 9.230,14
LUCRATIVIDADE	20%
RENTABILIDADE	16.06%
PRI	6,5 trimestres

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

No cenário pessimista do terceiro trimestre, a hamburgueria enfrenta uma acentuada queda na receita, com os custos fixos e variáveis mantendo-se relativamente estáveis. Isso resulta em uma margem de lucro líquido mais estreita e um ponto de equilíbrio elevado em relação à receita. A lucratividade se mantém em 20%, e a rentabilidade é de aproximadamente 16,06%. No entanto, o período de retorno do investimento (PRI) se prolonga para 6,5 trimestres, refletindo um desafio maior na recuperação do capital inicial.

Nesse contexto, estratégias de *marketing*, redução de custos e adaptação ao mercado desafiador são essenciais para a superação das dificuldades financeiras.

Quadro 35 - Projeção de Cenário Pessimista do Parrillero para o Quarto Trimestre

Descrição	Cenário Pessimista (4º Trimestre)
RECEITA	R\$ 18.227,83
CUSTO FIXO	R\$ 6.738,00
CUSTO VARIÁVEL	R\$ 4.921,52
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 3.645,57
PONTO DE EQUILÍBRIO	R\$ 9.230,14
LUCRATIVIDADE	20%
RENTABILIDADE	13.65%
PRI	7,5 trimestres

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

No cenário pessimista do quarto trimestre, a hamburgueria enfrenta uma queda significativa na receita, com R\$18.227,83. Custos fixos se mantêm em R\$6.738,00, e os custos variáveis somam R\$4.921,52. Isso resulta em uma margem de lucro líquido de R\$3.645,57, com um ponto de equilíbrio alto de R\$9.230,14. A lucratividade é de 20%, mas a rentabilidade cai para 13,65%, e o período de retorno do investimento (PRI) se estende para 7,5 trimestres.

É importante ressaltar que, se a hamburgueria continuar enfrentando quedas nos trimestres subsequentes, o empreendimento pode enfrentar sérias dificuldades de viabilidade

financeira. A busca por estratégias de gestão financeira e adaptação ao mercado podem ser alternativas para lidar com as possíveis dificuldades.

8 DECISÃO GERENCIAL

Após uma análise detalhada de todos os aspectos do empreendimento do Parrillero - Hambúrguer Artesanal, incluindo planejamento estratégico, investimentos iniciais, estrutura de custos, projeções financeiras e cenários otimistas, realistas e pessimistas, é possível chegar a uma decisão gerencial sólida.

O gestor da hamburgueria reconhece que, embora o negócio esteja operando com sucesso, existem oportunidades de melhoria e expansão que podem ser exploradas. Com base nas projeções financeiras e na análise de cenários, a hamburgueria se encontra em uma posição favorável para avançar.

As principais conclusões são as seguintes:

I) Crescimento Sustentável

A hamburgueria apresenta um crescimento sólido, com projeções moderadas e realistas para o futuro. A decisão de projetar um aumento de 50% no faturamento nos próximos trimestres, em vez de 110%, reflete uma abordagem prudente e voltada para a estabilidade do negócio.

II) Necessidade de Pessoal

O gestor reconhece que, para otimizar a eficiência operacional e a qualidade do atendimento ao cliente, é necessário contratar pessoal adicional, incluindo auxiliar de cozinha, atendentes, entregadores e auxiliares de limpeza e manutenção.

III) Controle de Custos

A análise de custos é fundamental, e a hamburgueria deve continuar a buscar eficiências operacionais e a controlar cuidadosamente os custos para maximizar a lucratividade.

IV) Investimento Inicial

O investimento inicial, incluindo equipamentos, mobiliário, *marketing* e capital de giro, foi bem planejado e está alinhado com a capacidade de geração de receita da hamburgueria.

V) Viabilidade Financeira

Com uma lucratividade anual de 22,55% e uma rentabilidade estimada de 111,29%, a hamburgueria demonstra sólida viabilidade financeira e potencial para crescimento.

VI) Compromisso com a Qualidade

A hamburgueria reafirma seu compromisso com a qualidade dos produtos, atendimento excepcional ao cliente e a manutenção de altos padrões de higiene.

Em resumo, a decisão gerencial é de continuar investindo no crescimento da hamburgueria, com uma abordagem focada na qualidade, eficiência e satisfação do cliente. A contratação de pessoal adicional, juntamente com o controle de custos e o compromisso com a excelência, são os pilares dessa estratégia. Com uma visão a longo prazo e uma abordagem prudente, a hamburgueria está bem posicionada para continuar prosperando no mercado de *delivery* de hambúrgueres artesanais.

REFERÊNCIAS

ABIA - Associação Brasileira da Indústria de Alimentos. **Faturamento da indústria de alimentos cresce 12,8% em 2020**. CDN Comunicação. 2021. Disponível em: <https://www.abia.org.br/releases/faturamento-da-industria-de-alimentos-cresce-128-em-2020>. Acesso em: 13 mai. 2023.

BDEX - Biblioteca Digital do Exército Brasileiro. **Cartilha de depreciação**. Brasília: mar. 2017. Disponível em: https://bdex.eb.mil.br/jspui/bitstream/1/754/1/CARTILHA_DE_DEPRECIA%C3%A7%C3%A3o.pdf. Acesso em: 14 set. 2023.

BLOG IFOOD PARA PARCEIROS. **Campanha Inteligente**: promoção no *iFood* agora é assim. *iFood Para Parceiros*, p. 1, 10 ago. 2022. Disponível em: <https://blog-parceiros.ifood.com.br/campanha-inteligente/>. Acesso em: 06 set. 2023.

FERRELL, O. C.; HARTLINE, Michael D. **Estratégia de Marketing**. Ed. 4. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

GOETHE, Johann Wolfgang von. **Farbenlehre**. Munique: DTV. v. 13, 1998.

MEDEIROS, Gentil Luédson dos Santos. **A aplicação do markup como método na formação do preço de venda em uma empresa do ramo sorveteiro localizada em Mossoró/RN**. Brasil: Universidade Federal Rural do Semi-Árido, 2021. Disponível em: https://repositorio.ufersa.edu.br/bitstream/prefix/6531/1/GentilLSM_ART.pdf. Acesso em 01 set. 2023.

MONTEIRO, Margarete Fatima Mezzomo; SILVA, Natalia Tomaz da; SILVA, Andre Luiz Gomes da. **Análise do método de custeio ABC e formação de preços por mark-up**: um estudo de caso numa empresa de varejo de madeiras. 2015. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/TN_STO_208_234_27767.pdf. Acesso em: 15 ago. 2023.

PADOVEZE, Clóvis Luiz. **Curso básico gerencial de custos**. Ed. 2. p. 322. São Paulo: Pioneira Tomson Learning, 2006.

PORTAL DE NOTÍCIAS DO IFOOD. **Retrospectiva 2021**: as 10 comidas mais pedidas no *iFood*. *iFood news*, [S. l.], p. 1, 17 dez. 2021. Disponível em: <https://news.ifood.com.br/retrospectiva-2021-as-10-comidas-mais-pedidas-no-ifood/>. Acesso em: 15 mai. 2023.

SANTANA, A. G.; COSTA, M. L. G.; SHINOHARA, N. K. S. **Alimentação em tempos de pandemia do Coronavírus**: a ressignificação de uma prática cotidiana e dietética. *Research, Society and Development*, Pernambuco, v. 10, n. 3, 2021. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/13442>. Acesso em: 13 mai. 2023.

SILVA, Vagner Antonio da. **Plano de Negócio: V&K BABY**. João Pessoa, 2020.

APÊNDICE A: QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

Questionário de Pesquisa de Mercado

Seja bem-vindo(a)! Agradecemos sua disposição em participar deste questionário, que tem como objetivo compreender as preferências dos potenciais clientes. Sua colaboração é de extrema importância para que possamos oferecer um serviço de qualidade e atender às suas necessidades de forma eficiente. Garantimos total confidencialidade dos dados fornecidos, que serão analisados de maneira conjunta para fins de pesquisa, visando uma melhor compreensão do nosso público-alvo. Desde já, agradecemos sua atenção e participação neste processo.

1) Qual o seu gênero?

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino
- ☐ Prefiro não informar
- ☐ Outro: _____

2) Qual sua faixa etária?

- ☐ 18 a 28 anos
- ☐ 29 a 38 anos
- ☐ 39 a 48 anos
- ☐ 49 a 58 anos
- ☐ 59 ou mais

3) Qual seu estado civil?

- ☐ Solteiro(a)
- ☐ Casado(a)/União estável
- ☐ Viúvo(a)
- ☐ Divorciado(a)

4) Qual o seu local de residência?

Bairro: _____

Cidade: _____

5) Qual é sua renda mensal?

- ☐ Até R\$1.320,00
- ☐ De R\$1.321,00 a R\$3.960,00
- ☐ De R\$3.961,00 a R\$6.600,00

- ☐ De R\$6.601,00 a R\$9.240,00
- ☐ Acima de R\$9.240,00

6) Qual a sua escolaridade?

- ☐ Fundamental incompleto
- ☐ Fundamental completo
- ☐ Médio incompleto
- ☐ Médio completo
- ☐ Superior incompleto
- ☐ Superior completo

7) Em uma escala de 0 a 6, com que frequência você consome hambúrgueres?

- ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6

8) Qual tipo de estabelecimento você costuma consumir hambúrgueres?

- ☐ Restaurante
- ☐ Lanchonete
- ☐ *Delivery*
- ☐ *Foodtruck*
- ☐ Não consumo hambúrgueres
- ☐ Outro: _____

9) Cite algum(s) estabelecimento(s) onde você costuma consumir hambúrgueres:

10) Qual é o seu tipo de hambúrguer preferido?

- ☐ Industrial
- ☐ Artesanal
- ☐ Vegetariano
- ☐ Vegano
- ☐ Defumado
- ☐ Outro: _____

11) Qual o principal atributo que você considera ao escolher um hambúrguer?

- ☐ Sabor
- ☐ Qualidade dos ingredientes
- ☐ Preço
- ☐ Variedade

- ☐ Tempo de entrega
- ☐ Outro: _____

12) Em média, quanto você gasta, por mês, em hambúrgueres?

- ☐ Até R\$50,00
- ☐ Entre R\$51,00 e R\$100,00
- ☐ Entre R\$101,00 e R\$200,00
- ☐ Acima de R\$200,00

13) Em uma escala de 0 a 6, com que frequência você utiliza serviços de entrega de alimentos?

- ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6

14) Qual a sua principal expectativa em relação a um serviço de entrega de hambúrgueres?

- ☐ Tempo de entrega
- ☐ Embalagem
- ☐ Qualidade do alimento
- ☐ Não utilizo serviço de entrega de hambúrgueres
- ☐ Outro: _____

15) Você já teve alguma experiência negativa com serviços de entrega de hambúrgueres? Se sim, descreva brevemente.

16) Quais são as inovações que você gostaria de ver em um hambúrguer ou em um serviço de entrega de hambúrgueres?

17) Há algo importante em sua experiência no consumo de hambúrgueres que não foi abordado nas questões anteriores e que você gostaria de comentar?
