

**FACULDADES SÃO JOSÉ
CURSO DE CONTABILIDADE**

Camila Pereira Passos

Átila Faria dos Santos

Ilysse Ingrid de Souza da Costa

FOOD WARS

Rio de Janeiro

2019

Camila Pereira Passos
Átila Faria dos Santos
Ilysse Ingrid de Souza da Costa

Food Wars Ltda.

Projeto de pesquisa apresentado para a
Disciplina de TCC I, Plano de Negócio sob
a orientação do prof. Thiago Couto Lage.

Rio de Janeiro
2019

SUMÁRIO

1.0.	Introdução	5
1.1.	Problema.....	6
1.2.	Lanchonetes Temáticas no Brasil	6
2.0.	Sumário Executivo	
2.1.	Resumo dos principais fatores do negócio	7
2.2.	Justificativa.....	8
2.3.	Logomarca	9
2.4.	Dados dos Empresários.....	10
2.5.	Dados da Empresa	10
2.6.	Missão, Visão e Valores.....	11
2.7.	Setor de atividade	12
2.8.	Forma Jurídica	12
2.9.	Enquadramento Tributário	13
2.10.	Capital Social	14
2.11.	Fonte de Recursos.....	14
3.0.	Análise de Mercado	
3.1.	Economia	15
3.2.	Cultura	16
3.3.	Tecnologia	16
3.4.	Demanda do Setor e Concorrência.....	16
3.5.	Estudo dos Clientes	17
	3.5.1. Interesses e comportamentos dos clientes.....	18
3.6.	Estudo dos Fornecedores	19
3.7.	Estudo dos Concorrentes.....	20
4.0.	Plano de Marketing	
4.1.	Preço e Produto	21
4.2.	Praça.....	22
4.3.	Promoção.....	22
4.4.	Localização da Empresa	23
5.0.	Avaliação Estratégica	
5.1.	Análise SWOT.....	24
6.0.	Considerações Parciais	25

7.0. Plano Operacional	26
7.1. Arranjo Físico	26
7.1.1. Planta Baixa	26
7.1.2. Layout	27
7.2. Capacidade Produtiva	28
7.3. Processos Operacionais	29
7.3.1. Fluxograma de atendimento	30
7.3.2. Fluxograma de fornecedores e chegada de produtos	31
7.4. Recursos Humanos	32
7.4.1. Nível Operacional	32
7.4.2. Nível Executivo	33
7.4.3. Hierarquia Operacional	34
8.0. Plano Financeiro	
8.1 Estimativa de investimentos fixos	35
8.2 Capital de giro	36
8.3 Estimativa de estoque inicial	37
8.4 Custo Pré-Operacional	38
8.5 Balanço Patrimonial	39
8.6 Demonstração do Resultado do Exercício	40/41
8.7 Origens de Aplicações de Recursos	42
8.8 Índices de Viabilidade Econômica	43
9.0. Construção de Cenários	44
10.0. Avaliação do Plano de Negócio	45
11.0. Referências Bibliográficas	46

1.0. INTRODUÇÃO.

No trabalho em questão, que visa à elaboração de um plano de negócios para a criação de uma lanchonete no Rio de Janeiro, foi feita uma análise do mercado e suas tendências, bem como a análise de dados específicos da economia da região de implementação do negócio. Inicialmente foram estudados índices de crescimento demográficos com a inserção de jovens no mercado de trabalho, no qual possuem interesse em entretenimento mais fantasioso baseado em febre mundial dos artigos considerados nerds pela descrição social da atualidade, além da expansão do negócio de lanchonetes no país e suas principais concorrentes. Serão estudadas as tendências de crescimentos desse tipo de negócio como um todo, preço e qualidade dos serviços ofertados com o intuito de contextualizar a empresa em seu ambiente de atuação. Além disso, houve um extenso trabalho de coleta de dados primários com o objetivo de enriquecer o plano de negócios com pesquisas de campo. Nessa parte serão analisados aspectos como custo dos fornecedores, aluguéis, pesquisa de salários e mão de obra necessária para o trabalho. Também outro aspecto importante de qualquer negócio são os concorrentes sobre os quais foram coletadas informações relevantes que podem ter impacto na lanchonete do trabalho em questão e identificar pontos fortes e fracos. Além disso, foi aplicado um questionário nos potenciais clientes da lanchonete no intuito de entender sua opinião sobre o consumo de lanches no Rio de Janeiro. No final da pesquisa, concluiremos sobre a viabilidade do negócio, seus riscos, suas oportunidades e o que pode ser aproveitado, dado as condições de custo e demanda do cenário provável e atual para o negócio se realize.

1.1. PROBLEMA

O problema abordado nesse trabalho está relacionado a elaboração de um plano de negócios para uma lanchonete no Rio de Janeiro. As tendências indicam que o consumo de comida fora de casa vem aumentando a um ritmo rápido nos últimos anos: as pessoas estão cada vez mais dispostas a fazer pelo menos alguma refeição ao longo do dia fora de casa. Apesar de todo esse crescimento, investir em um negócio sempre representa um risco altíssimo. Com esse trabalho pretende-se criar um plano de negócios para analisar a viabilidade de criação de tal lanchonete que pretende oferecer produtos de qualidade e que também atenda a grupos de jovens com serviços de jogos e passatempos.

1.2. LANCHONETES TEMÁTICAS NO BRASIL

Na nossa sociedade tudo que é novo causa ao mesmo tempo um misto de espanto e curiosidade e é apostando nisso que resolvemos criar uma lanchonete temática baseada em um universo geek. Mas o que seria geek? Geek é uma gíria inglesa que se refere um grupo de pessoas que são fãs de tecnologia, eletrônica, jogos eletrônicos ou de tabuleiro, histórias em quadrinhos, livros, filmes, animes e séries. O mercado games está em plena expansão no Brasil, que se encontra em 13º no ranking global de consumo de jogos, além dos filmes, séries, quadrinhos e diversas outras mídias que reúnem conteúdo geek também estarem em alta devido ao crescimento desse público. Juntando esses dados com o fato de que comer fora nunca sai de moda, resolvemos investir nesse mercado em constante crescimento.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 – Resumo dos principais pontos do plano de negócio

A empresa será montada em um espaço alugado, com horário de funcionamento das 09:00hrs às 00:00hrs, de terça a domingo.

Para isto se concretizar será necessária a contratação inicial de 12 funcionários integrais divididos em dois turnos, que com a ajuda dos gerentes e dos gestores contribuirão para um bom funcionamento da empresa, sendo eles quatro garçons, dois caixas, quatro chapeiros, quatro auxiliares de cozinha.

Nosso investimento inicial é de R\$200.000,00 para aluguel de espaço, compra de móveis e eletrônicos para o funcionamento da empresa.

As etapas para formalizar um restaurante no país são:

- Registro da empresa na Junta Comercial do estado de instalação da fábrica; emissão de alvará de funcionamento da prefeitura e do corpo de bombeiros;
- Registro da empresa no CNPJ da Secretaria da Receita Federal;
- Cadastro na Previdência Social junto a Agência da Previdência Social do município da empresa e de seus responsáveis legais;
- Autorização junto a Secretaria do Estado da Fazenda para impressão de notas fiscais e autenticação de livros fiscais;
- Inscrição no cadastro de contribuintes do ICMS da Secretaria do Estado da Fazenda;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal correspondente às atividades da empresa;
- Alvará de licença para manipulação e produção de alimentos junto a Divisão da Vigilância Sanitária Estadual;
- Confecção de um Manual de Boas Práticas e Procedimentos Operacionais padronizados, de acordo com a Resolução 216 de 2004 da ANVISA, que consiste em um documento que descreve de maneira fiel todos os cuidados que a empresa possui a fim de garantir a qualidade do alimento.

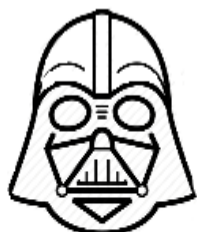
2.2 – Justificativa

Quando se inicia os estudos para a implantação de qualquer negócio, torna-se de fundamental importância a elaboração de um plano de negócios. Tem como objetivo fornecer aos sócios informações para a gestão do negócio por meio dos dados implantados e analisados.

Na implantação do restaurante temático, o desenvolvimento desse estudo pode se transformar em uma importante ferramenta para minimizar e reduzir riscos e incertezas neste mercado de atual concorrência, transformando simples oportunidade em sucesso.

Junto com as Ciências Contábeis, pode-se usar esses dados para uma maior relevância financeira, ajudando a administrar bem todas entradas e saídas do caixa. Analisando e anotando essas informações, junto com a divulgação delas para funcionários, faz com que se alcance melhor os objetivos.

2.3 – Logomarca



FOOD WARS

Restaurante temático

2.4 – Dados dos empreendedores

- **Sócio 1**

Ilysse Ingrid

Rio de Janeiro – RJ

Perfil: Organizada, exigente, paciente e assertiva

Atribuições: Diretor Administrativo

- **Sócio 2**

Camila Pereira Passos

Rio de Janeiro – RJ

Perfil: Proativa, criativa, determinada e exigente

Atribuições: Diretora Financeira

- **Sócio 3**

Átila Faria dos Santos

Rio de Janeiro – RJ

Perfil: Organizado, conciliador, exigente e pontual

Atribuições: Diretor Operacional

2.5 – Dados do empreendimento

Nome da empresa: Food Wars

Razão Social: Food Wars Ltda.

CNPJ: 34.941.460/0001-36

2.6. – Missão, Visão e Valores da empresa

Missão

A missão da Food Wars é oferecer refeições e serviços da área gastronômica, valorizando a qualidade, sabor, satisfação e ainda por cima um ambiente um pouco diferente para os gostos do cliente.

Visão

Ser uma empresa reconhecida no mercado tanto pela qualidade, eficiência, bom atendimento e temática geek, além de manter um relacionamento de confiança com os clientes, colaboradores, fornecedores e até dos concorrentes.

Valores

- Ética
- Compromisso
- Confiança
- Efetividade
- Criatividade

2.7. – Setores de atividade

Terciário.

2.8. – Forma jurídica

Sociedade Limitada.

2.9 – Enquadramento tributário

A empresa se enquadrará na primeira faixa do Simples nacional. Que conta com as seguintes alíquotas:

Receita Bruta em 12 Meses (em R\$)		Alíquota	Valor a Deduzir (em R\$)	Percentual de Repartição dos Tributos					
				IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ICMS
1ª Faixa	Até 180.000,00	4,00%	-	5,50%	3,50%	12,74%	2,76%	41,50%	34,00%
2ª Faixa	De 180.000,01 a 360.000,00	7,30%	5.940,00	5,50%	3,50%	12,74%	2,76%	41,50%	34,00%
3ª Faixa	De 360.000,01 a 720.000,00	9,50%	13.860,00	5,50%	3,50%	12,74%	2,76%	42,00%	33,50%
4ª Faixa	De 720.000,01 a 1.800.000,00	10,70%	22.500,00	5,50%	3,50%	12,74%	2,76%	42,00%	33,50%
5ª Faixa	De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	14,30%	87.300,00	5,50%	3,50%	12,74%	2,76%	42,00%	33,50%
6ª Faixa	De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	19,00%	378.000,00	13,50%	10,00%	28,27%	6,13%	42,10%	-

2.10. – Capital social

Nome	Nº de Cotas	Porcentagem	Valor unitário	Valor Total
Atila	450	30%	133,3	R\$ 60.000
Ingrid	450	30%	133,3	R\$ 60.000
Camila	600	40%	133,3	R\$ 80.000
Total	1500	100%	---	R\$ 200.000

2.11. – Fonte de recursos

Recursos Próprios: Todo o recurso utilizado para a criação da empresa será em sua totalidade investido pelos sócios na proporção descrita no tópico 2.9 – Capital Social.

3. ANÁLISE DE MERCADO

3.1 – Economia

“A correria do dia a dia vem afastando, cada vez mais, o consumidor da cozinha de casa. Esse cenário justifica o número crescente de pessoas que procuram otimizar o tempo ao optar por refeições prontas e, em sua maioria, fora do lar.

De acordo com o IBGE, homens e mulheres que vivem por aqui gastam em torno de 25% de suas rendas com comida na rua.

Com uma movimentação que gira em cerca de R\$170 bilhões ao ano, somente na última década, o mercado de alimentação fora do lar representa uma grande fatia do setor de alimentos e bebidas, que vem se reinventando em meio à atual crise econômica do País.

Segundo a Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (Abia), o faturamento da indústria de alimentos no País registrou alta de 85,8% entre os anos de 2010 e 2016.

Considerando esse crescimento, a média do setor de alimentação fora do lar é de 12,3%, o que reforça que o hábito de se alimentar na rua está cada vez mais presente no cotidiano de quem vive no Brasil.

De acordo com o SIS-Sebrae:

- O mercado de alimentos e bebidas representa 10,1% do PIB nacional e estima-se que o segmento de food service abocanhe 2,7% desse montante.
- Em 2016, o segmento de alimentação fora do lar movimentou R\$184 bilhões no Brasil.
- Em torno de 56% da população consome fora de casa, e tem idade entre 18 e 49 anos.”¹

3.2. – Cultura

‘Para Lucas Mathias, profissional de marketing da empresa de tecnologia MindMiners, o público geek influencia tendências pelo alto grau de fidelidade e comprometimento com marcas e personagens. Com um lifestyle voltado à cultura pop, esses consumidores são conhecidos por gerarem um alto engajamento, uma vez que são realmente apaixonados pelo universo. “Não por acaso, diversos anunciantes dos mais diferentes segmentos querem estar em contato com essa audiência”²

3.3. – Tecnologia

A tecnologia hoje potencializa a promoção dos negócios de maneira mais rápida e ágil.

Ativar e potencializar redes sociais; Criar um blog dentro do site; Desenvolver uma estratégia de promoção por meio de concursos em redes sociais e melhorar os perfis do restaurante em portais especializados.

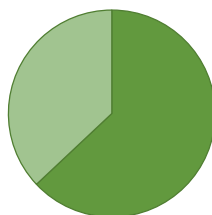
3.4 – Demanda do Setor e Concorrência

“No Brasil, o mercado de food service (alimentação fora do lar) tem alta previsão de crescimento para 2019. Nos últimos dez anos, o setor cresceu 246%, e, em 2017 o índice chegou a 6,8%. Os valores refletem os novos hábitos alimentares da população com a explosão dos serviços de delivery por aplicativo e do segmento grab and go, em que o consumidor pede a comida no balcão para levar. Entretanto os números também revelam um aumento da concorrência no setor, com o surgimento de diversas novas franquias, buscando nichos diferentes de mercado. ”³

3.5 – Estudo dos Clientes

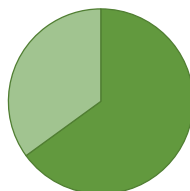
Características Gerais dos Clientes			
Localização	Escolaridade	Poder Aquisitivo	Estado Civil
Localizam-se na Zona Oeste do Rio de Janeiro, nos bairros Barra da Tijuca, Recreios dos Bandeirantes e adjacências	Possuem Ensino Médio e Superior completos.	Com um bom poder aquisitivo de, em média, mais de 3 salários mínimos	Se dividem em solteiros e casados.

Faixa Etária



■ 15 à 25 anos ■ 25 à 50 anos

Gênero

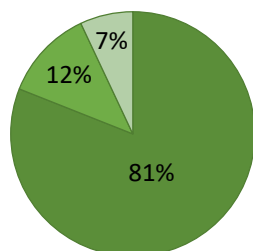


■ Homens ■ Mulheres

3.5.1 – Interesses e comportamento dos clientes

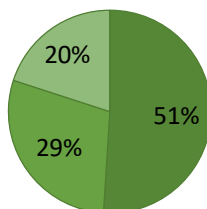
Interesses e comportamento dos clientes		
Frequência de compra desse serviço	O que leva a adquirir esses serviços	Preço médio que paga por esse tipo de serviço
A frequência em que cada cliente frequenta nosso restaurante é em média quinzenalmente	O que mais leva nossos clientes a adquirirem nossos produtos é nosso sabor e preço justo	O preço médio que nosso cliente costuma pagar por esse mesmo tipo de serviço é de R\$20 à R\$30 reais

Como compram:



■ Lojas Físicas ■ Por telefone ■ Por internet

Considerações na aquisição de um novo serviço



■ Qualidade ■ Preço ■ Atendimento

3.6 – Estudo dos Fornecedores

Distribuidores	Endereço	Telefone	Produtos
ASSAI	Estrada de Jacarepaguá, 7753 – Freguesia - RJ	(21) 2447- 8525	Laticínios, carnes para hambúrguer, molhos e condimentos
ART FRUIT	Av Mal Fontenele, 5021, Realengo - Rio de Janeiro - RJ	(21) 2401- 0053	Sorvetes e caldas
COCA-COLA	R. André Rocha, 2299 - Taquara, Rio de Janeiro - RJ	(21) 3878- 8000	Bebidas (refrigerantes, sucos em lata, água)
CEASA	Avenida Brasil, 19 - Irajá, Rio de Janeiro- RJ	(21)2333- 8276	Frutas, verduras e legumes
Padaria e Confeitaria Rei do Recreio	Rua Amaury Monteiro, 35 – Recreio dos Bandeirantes, Rio de Janeiro – RJ	(21) 2437- 2266	Pão para hambúrguer

Transporte:

Transporte realizado por conta dos fornecedores com entregas frequentes, a maioria por meio de caminhões (refrigerados para laticínios, carnes e sorvetes).

Prazo de Entrega:

De acordo com o produto.

Formas de Pagamento:

Pagamento realizado através de cartão de débito.

Qualificação:

São empresas com qualidade e referência e com capacidade para atender a demanda.

3.7 – Estudo dos Concorrentes

Estudo dos Concorrentes		
Empresas	Preço Médio	Localização
McDonald's	De R\$15,00 à R\$30,00	Av. das Américas, 14801 - Recreio dos Bandeirantes, Rio de Janeiro - RJ
Burguer King	De R\$15,00 à R\$30,00	Avenida das Américas, 19019 - Recreio dos Bandeirantes, Rio de Janeiro - RJ, 22790-971
Bob's	De R\$15,00 à R\$25,00	Avenida das Américas, 19019 - 203 - Recreio dos Bandeirantes, Rio de Janeiro - RJ, 22790-701
Subway	De R\$9,00 à R\$20,00	Loja 203 L - Avenida das Américas, 19019, Rio de Janeiro - RJ, 22790-701
Food Wars	De R\$15,00 à R\$25,00	R. Lúcia de Castro Silva - Recreio dos Bandeirantes, Rio de Janeiro - RJ

Estudo dos concorrentes pt.2				
Empresas	Condição de Pgt.	Atendimento Prestado	Horário	Serviços
McDonald's	Cartão de Crédito e débito, dinheiro	Bom	24hrs	Drive Thru, Delivery,
Burguer King	Cartão de Crédito e débito, dinheiro	Bom	Das 11 às 21hrs	-
Bob's	Cartão de Crédito e débito, dinheiro	Regular	Das 11 às 21hrs	-
Subway	Cartão de Crédito e débito, dinheiro	Bom	Das 11 às 21hrs	-
Food Wars	Cartão de Crédito e débito, dinheiro	-	Das 09 às 22hrs	Delivery

4. PLANO DE MARKETING

4.1 – Preço e Produto

Produtos	
Hamburgueres	Preço:
Xburguer – Pão, hambúrguer de carne, queijo, alface e tomate;	R\$ 5,00
Xegg - Pão, hambúrguer de carne, queijo, alface, tomate e ovo;	R\$ 5,50
Cripto-burguer - Pão, hambúrguer de frango, queijo, alface, tomate, picles, molho de alho e cebola;	R\$ 6,00
Xbacon – Pão, hambúrguer de carne, queijo, alface, tomate e bacon;	R\$ 6,50
Xfrango - Pão, hambúrguer de frango, queijo, alface, tomate e cebola roxa;	R\$ 7,00
Ninja Burguer – Pão, 2 hambúrgueres de carne, queijo, alface, tomate, cebola, cheddar e molho tártaro.	R\$ 7,50
Barbburguer – Pão, hambúrguer de picanha, queijo, alface, tomate, cebola refogada no shoyo, molho barbecue e bacon	R\$ 8,00
Dark Side Burguer – Pão, 2 hambúrgueres de carne, queijo, alface, tomate, bacon e cebola roxa;	R\$ 11,50
Xtudão – Pão, 2 hambúrgueres de carne, queijo, alface, tomate, cebola, calabresa, bacon e presunto	R\$ 11,50
FreddyBurguer – Pão, 2 hambúrgueres de picanha, queijo, alface, tomate, bacon, ovo, barbecue.	R\$ 5,00
Adicionais (R\$1,00): Cheddar, bacon, queijo, alface, tomate, bacon, cebola, cebola roxa, molho barbecue, molho tártaro, molho de alho, calabresa, picles e ovo	R\$ 1,50
Milkshakes	
Sabores: Ovomaltine; Morango; Flocos; Chocolate; Baunilha.	
Pequeno	R\$ 8,00
Médio	R\$ 10,00
Grande	R\$ 11,00
Adicionais: Granulado, amendoim, paçoca, calda, Ovomaltine, leite em pó, granola.	R\$ 2,00
Bebidas	
Latas de refrigerantes sabores;	R\$ 5,50
Suco de Lata Dell Vale;	R\$ 5,50
H2O _h	R\$ 6,00
Suco de Polpa sabores;	R\$ 5,50

4.2 – Praça

O ambiente tem como objetivo atrair e fidelizar o cliente. As pessoas gostam de estar em ambientes bem iluminados, com móveis confortáveis.

Os aspectos físicos internos e externos da loja serão padronizados de acordo com o nosso tema para melhor identificação da marca. O ambiente será descontraído e confortável, com um design limpo. A decoração será impactante e com referências à cultura de jogos.

As mesas comportarão preferencialmente quatro pessoas, mas haverá disposição de mesas para grupos maiores ou menores. O layout interno será desenvolvido de maneira que a loja permita acessibilidade total, uma boa visão do ambiente, um fluxo de pessoas tranquilo e agilidade no atendimento.

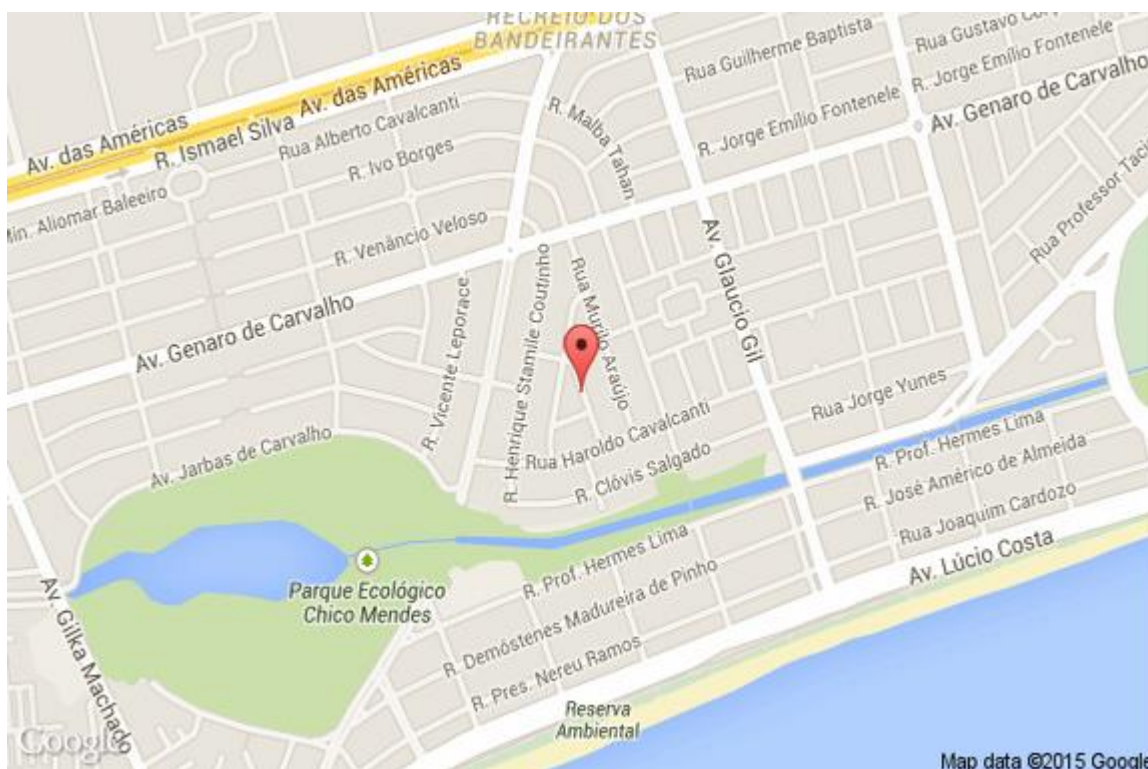
4.3 – Promoção

Como parte da campanha de inauguração os participantes de nossa página no facebook ganharão um desconto em nosso hambúrguer principal, quem contém o diferencial do pão preto. Nossa página na rede social também terá a função de informar sobre descontos, promoções e novidades sobre a loja.

A região onde estará localizada a loja será aquela que receberá mais ações de marketing. Alguns ônibus que circulam pelo local receberão nossas propagandas, o chamado busdoor. Alguns outdoors serão colocados próximo ao local também.

Os nossos canais de comercialização serão principalmente os atendentes internos, onde os clientes poderão fazer o pedido e comer no nosso desfrutando da experiência proporcionada pelo nosso ambiente interativo e confortável, porém também teremos entregas delivery.

4.4 – Localização da Empresa



Rua Lucia de Castro Silva

Recreio dos Bandeirantes, Rio de Janeiro - RJ.

O imóvel foi escolhido por ter boa localização, perto de nosso público alvo e aos nossos fornecedores, área bem segura e de fácil acesso.

5. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

5.1 – Análise SWOT

	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Fatores Internos	<p style="text-align: center;">Strengths (Forças)</p> <p>Restaurante temático que chama um público alvo em comum e desperta interesse nos consumidores.</p> <p style="text-align: center;">Cardápios temáticos Preço acessível Localização em um bairro movimentado Equipe casual, porém, bastante competente.</p>	<p style="text-align: center;">Weakness (Fraquezas)</p> <p>Expectativa de retorno demorado dos investimentos e crescimento moderado por causa da concorrência.</p> <p>Custo com fornecedores para obter alimentos frescos, no qual proporciona gastos, além da necessidade de ter materiais relacionados a cultura geek por ser um restaurante temático.</p>
Fatores Externos	<p style="text-align: center;">Opportunities (Oportunidades)</p> <p>Uma grande parcela de clientes por conta da explosão de elementos geek no mercado internacional.</p> <p>Somando o fato de que muitos consumidores preferem restaurantes em determinadas ocasiões mais formais, fazendo com que a permanência deles no estabelecimento seja agradável e consumam mais.</p>	<p style="text-align: center;">Threats (Ameaças)</p> <p>Pode não agradar a uma população de mais idade.</p> <p>Gastos com uniformes temáticos para funcionários e board games para recreação dos consumidores, ademais uma população mais séria pode não gostar do ambiente.</p>

6. CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

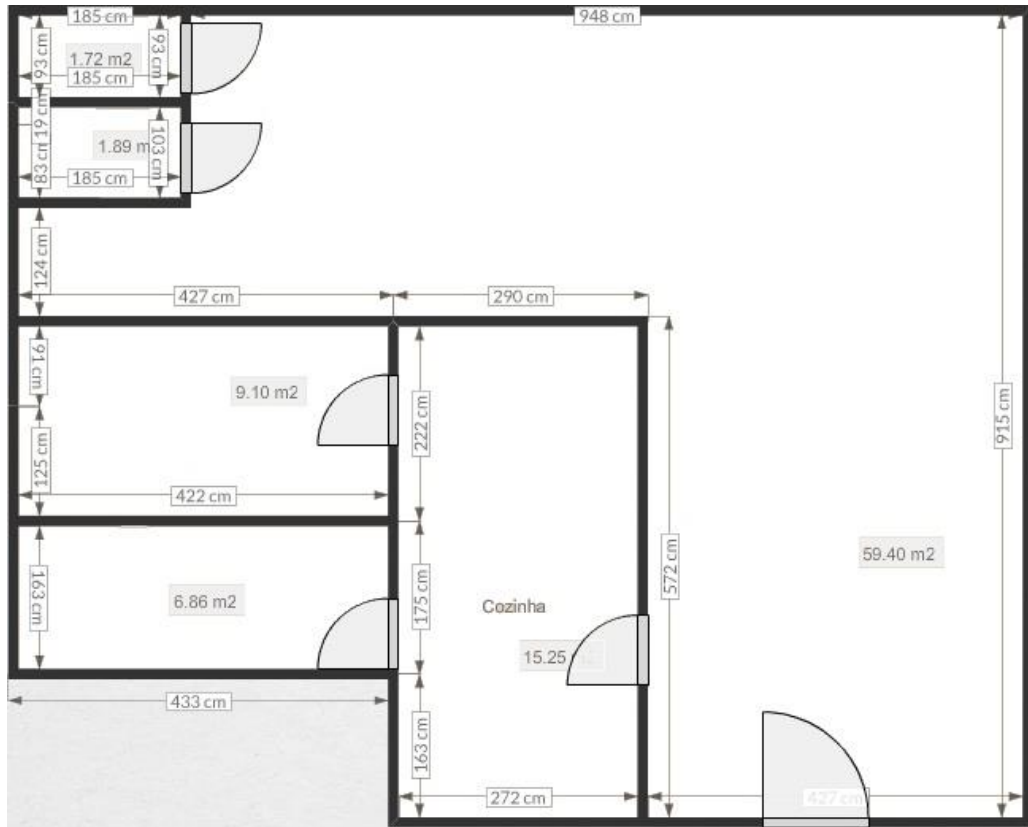
Até o momento fazendo uma Análise do Plano de Negócios e estudo do mercado de lanchonetes na cidade do Rio de Janeiro, pode-se confirmar nossa viabilidade mercadológica através das informações demonstradas.

Deverão ser observadas constantemente as mudanças nos hábitos dos consumidores, novidades oferecidas em restaurantes concorrentes, novas tendências, tecnologia em equipamentos, renovação de cardápio e dessa forma manter-se atualizado, fidelizando clientes.

7. PLANO OPERACIONAL

7.1 – Arranjo Físico

7.1.1 – Planta Baixa



7.1.2 – Layout

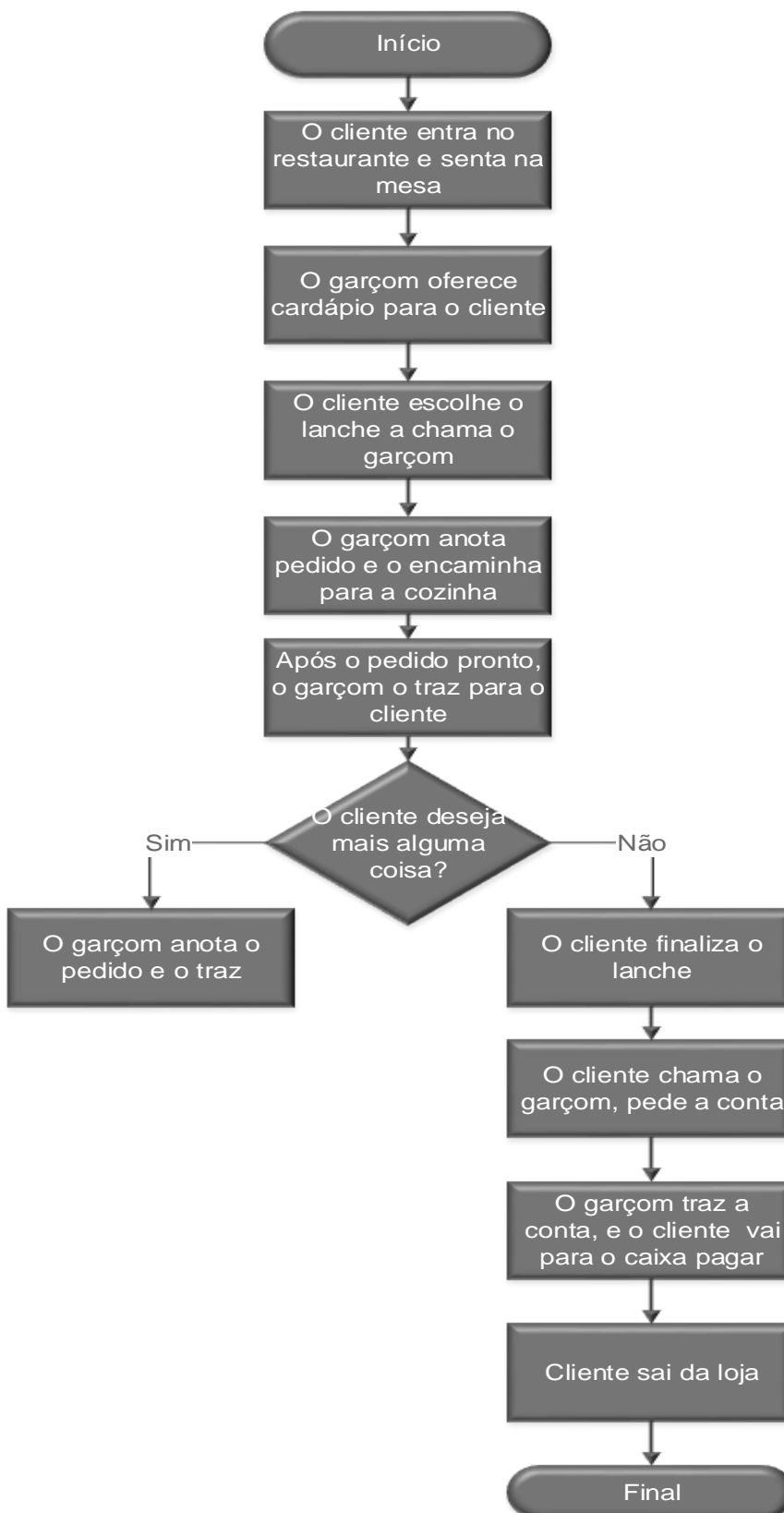


7.2 – Capacidade Produtiva

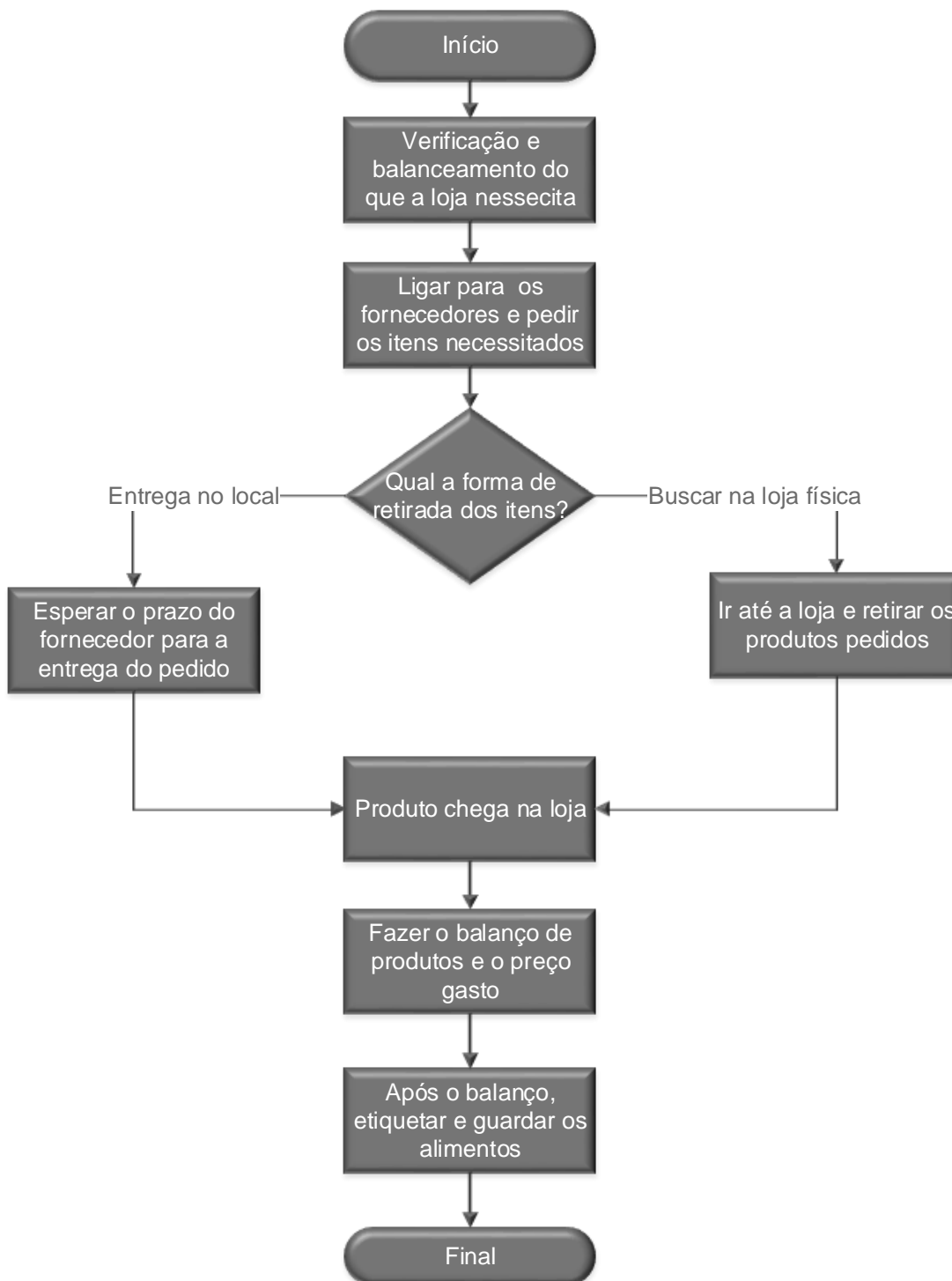
Capacidade Operacional produtiva			
Total de Hambúrgueres no mês:	3420		
1 Chapeiro	855 / mês	34,2 / dia	5,7 / hr
Total Milkshakes no mês:	965		
1 Auxiliar de Cozinha	241,25 / mês	9,65 / dia	1,6 / hr
Total Batatas-Fritas no mês	1194		
1 Auxiliar de Cozinha	288,5 / mês	11,94 / dia	1,99 / hr
Total Sucos no mês	626		
1 Auxiliar de Cozinha	156,5 / mês	6,26 / dia	1,1 / hr

7.3 – Processos Operacionais

7.3.1 – Fluxograma de atendimento



7.3.2 – Fluxograma de fornecedores e chegada de produtos



7.4 – Recursos Humanos

7.4.1 – Nível Operacional

Qtd:	Profissão:	Formação:	Exigências:	Função:	Salário
4	Chapeiro	2º grau completo	Agilidade e experiência na função	Realizar a operação da chapa e sua limpeza e organização de estoque.	R\$1050
4	Auxiliar de cozinha	2º grau completo	Agilidade e experiência na função.	Mantém limpa e higienizada a área de trabalho, estoque, equipamentos e utensílios. Organizar geladeiras e freezer com etiquetagem. Faz preparação de alimentos; lavagem, corte e guarda. Conhece cardápio. Recebe e confere mercadorias e controla estoque dos produtos.	R\$800
2	Operador de caixa	2º grau completo	Agilidade na função, atenção, organização, concentração e capacidade de raciocínio lógico	Abrir o caixa, registrar o valor de todas as mercadorias que são comercializadas na empresa, emitir o cupom fiscal e os comprovantes de pagamento e entregar uma via ao cliente, controlar e organizar o fluxo de dinheiro e documentos em seu caixa e realizar o fechamento do caixa	R\$950
4	Garçom/ Garçonete	2º grau completo	Agilidade, raciocínio rápido, paciência, organização, simpatia, responsabilidade	Atender os clientes, anotar os pedidos, passar o pedido ao auxiliar, servir o cliente, trazer a conta, retirar os restos de comida e as louças utilizadas e limpar a mesa	R\$1000

7.4.2 – Nível Executivo

Qtd:	Profissão:	Graduação:	Exigências:	Função:	Salário:
1	Contador	Ciências Contábeis	Ética, organização, facilidade com cálculos, postura flexível.	Escrituração dos livros de contabilidade, levantamento dos respectivos balanços e demonstrações perícias judiciais.	R\$2.700
1	Gerente de finanças	Ciências Contábeis	Ética, organização, facilidade com cálculos, postura flexível.	Responsável pela formação do preço de venda, controle das contas, das aplicações financeiras e dos saldos bancários, controle do fluxo de caixa e análise DRE.	-
1	Gerente de RH	Recursos Humanos	Experiência em desenvolvimento de pessoal, treinamento, plano de avaliação, plano de remuneração, recrutamento, seleção e conhecimentos gerais de DP.	Responsável pelo recrutamento, seleção e treinamento de profissionais.	-
1	Gerente operacional	Logística	Conhecimentos em inventário, processos e mapeamento dos mesmos, gestão financeira e de indicadores.	Define o direcionamento estratégico com o cliente e negociação de prazos e entregas	R\$3.200
1	Diretor Administrativo	ADM de Empresas	Capacidade de liderança, espírito empreendedor e objetividade	Responsável por toda manutenção que garante o andamento das funções de apoio administrativo.	-

7.4.3 – Hierarquia Operacional

Nossa hierarquia está definida em departamentalização por funções e ela é composta por dois níveis: o executivo e o operacional. No nível operacional, é onde os projetos e as atividades de curto prazo são executados. Ele é composto pelas profissões de chapeiro, garçom, operador de caixa e auxiliar de cozinha. Os requisitos de formação para fazer parte do nível operacional é apenas o Ensino Médio completo, mas, além disso, precisam ter habilidades em suas funções específicas. O nível executivo é formado atualmente pelos 3 gerentes e mais um contador. Futuramente será contratado um gerente operacional. No nível executivo é onde as decisões que podem afetar o futuro da empresa são tomadas e as oportunidades são percebidas e para isso é exigido um nível de formação maior que o do nível operacional.

8.0 Plano Financeiro

8.1 Estimativa de Investimentos Fixos

Produto	Preço Unitário	Qtde.	Total
Chapas 22x126	R\$ 750,00	2	R\$ 1.500,00
Mesa conjugada com 2 cadeiras	R\$ 350,99	2	R\$ 701,98
Mesa conjugada com 4 cadeiras	R\$ 500,99	5	R\$ 2.504,95
Mesa conjugada com 6 cadeiras	R\$ 600,99	4	R\$ 2.403,96
Caixa Registradora	R\$ 499,99	1	R\$ 499,99
Freezer Horizontal; 2 portas; 526L	R\$ 1.279,90	1	R\$ 1.279,90
Geladeira Expositora; Porta de Vidro; 26	R\$ 1.549,00	1	R\$ 1.549,00
Fritadeira Elétrica 5L	R\$ 645,00	2	R\$ 1.290,00
Bancada	R\$ 950,00	1	R\$ 950,00
Telefone	R\$ 69,99	1	R\$ 69,99
Depurador 80cm	R\$ 151,20	2	R\$ 302,40
Liquidificador Industrial 2L	R\$ 245,00	2	R\$ 490,00
Prato quadrado raso UN	R\$ 5,89	400	R\$ 2.356,00
Taças pra milk shake	R\$ 8,50	400	R\$ 3.400,00
Forma para ovo	R\$ 2,90	5	R\$ 14,50
Pegadores	R\$ 2,99	5	R\$ 14,95
Garfos de mesa c/12	R\$ 9,99	1	R\$ 9,99
Colheres de mesa c/6	R\$ 15,90	1	R\$ 15,90
Faca	R\$ 15,99	20	R\$ 319,80
Tábuas de corte	R\$ 25,90	5	R\$ 129,50
Computador	R\$ 800,00	2	R\$ 1.600,00
Televisão	R\$ 1.200,00	3	R\$ 3.600,00
Máquinas de jogos	R\$ 1.300,00	4	R\$ 5.200,00
Videogames	R\$ 700,00	2	R\$ 1.400,00
Decoração Geral	R\$ 5.000,00	1	R\$ 5.000,00
Canudo (1mil und)	R\$ 27,00	1	R\$ 27,00
Guardanapo 50 caixas de 50 folhas	R\$ 60,00	4	R\$ 240,00
Total:			R\$ 36.869,81

8.2 Capital de Giro

Capital de giro mensal (2 meses)		
Conta Caixa	R\$	77.421,38
(-) Estoques	R\$	25.000,00
(-) Salários	R\$	40.000,00
(-) Impostos	R\$	2.500,00
(-) Custos fixos	R\$	2.500,00
Total:	R\$	7.421,38

Indicador	Mês	Ano	Descontos
luz	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00	-
Água	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00	-
Maquina de cartão	R\$ 114,80	R\$ 1.377,60	2% no debito 2,5 %no credito
Total:	R\$ 1.114,80	R\$ 13.377,60	

Terceirizado	Mês	Ano	Desconto (5%)
limpeza	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 11.400,00
Segurança	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 11.400,00
Sistema de Informatica	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 11.400,00
Aluguel	R\$ 1.650,00	R\$ 20.000,00	R\$ 19.000,00
Internet/tel/tv	R\$ 400,00	R\$ 4.800,00	R\$ 4.560,00
Total:	R\$ 4.650,00	R\$ 56.000,00	R\$ 57.760,00

8.3 Estimativa de Estoque Inicial

ESTOQUE		
Produtos	Medida	QTDE.
Alface	1 und	135
Amendoim Triturado	1kg	1
Bacon	1kg	3
Batata Pré Frita	5kg	15
Caldas	1,3kg	4
Cebola	1kg	25
Cebola roxa	1kg	15
Del Valle	lata	230
Granola	kg	2
Granulado	kg	2
H2oH	500ml	300
Hamburger de carne	36 und	54
Hamburguer de frango	36 und	10
Hamburguer de picanha	36 und	16
Leite em pó	500g	1
Lingüiça Calabresa	1kg	59,3
Molho Barbecue	1kg	3
Molho de alho	1l	2
Molho shoyo	1l	2
Molho tartaro	1l	1
Ovo	60und	7
Ovomaltine	1kg	4
Paçoca	1kg	2
Pão	1kg	181
Picles	1kg	1
Polpas	1kg	70
Presunto	1kg	4
Queijo	1kg	19
Queijo cheddar	1kg	3
Refrigerante	350 ml	1850
Sorvetes	5l	57
Tomate	kg	131
Açucar sache	2000 und	2
Sal sachê	2000 und	2
Oleo	20 latas	4
ketchup sachê	180 und	38
Maionese sachê	180 und	38
Mostarda sachê	180 und	28
Leite	12 und	6
Total Estoque:	R\$	12.282,00

8.4 Custo Pré-Operacional

36.869,81 (**móveis e utensílios**) + 13.283,81 (**estoque**) + 57.760,00 (**despesas gerais**) + 19.200 (**salário**) + 25.000,00 = R\$152.113, 62

8.5 Balanço Patrimonial

Balanço Patrimonial					
Ativo Circulante			Passivo Circulante		
Caixa	R\$ 77.421,38		Salários	R\$ 240.000,00	
Estoques	R\$ 25.000,00		Impostos a recolher	R\$ 115.311,26	
Venda de produtos	R\$ 796.348,50		empréstimos	R\$ 15.000,00	
			Fornecedores	R\$ 143.837,72	
			Gasto administrativo	R\$ 56.500,00	
			Prolabore	R\$ 36.000,00	
Ativo Não Circulante			Passivo Não Circulante		
Moveis e Utensílios	R\$ 36.869,81		Depreciação	R\$ 20.000,00	
			Patrimônio Líquido		
			Capital Social	R\$ 200.000,00	
			Lucros do Exercício	R\$ 108.990,71	
Total do Ativo	R\$ 935.639,69		Total do Passivo	R\$ 935.639,69	

8.6 Demonstração do Resultado do Exercício

D.R.E. - DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DE EXERCÍCIO													
	JANEIRO	FEBREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	ACUMULADO
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	R\$ 68.491,00	R\$ 63.746,50	R\$ 66.883,00	R\$ 66.089,00	R\$ 67.278,00	R\$ 59.290,00	R\$ 67.511,00	R\$ 61.544,50	R\$ 55.024,50	R\$ 61.422,00	R\$ 68.666,00	R\$ 88.445,00	R\$ 796.948,50
Vendas de Produtos	R\$ 68.491,00	R\$ 63.746,50	R\$ 66.883,00	R\$ 66.089,00	R\$ 67.278,00	R\$ 59.290,00	R\$ 67.511,00	R\$ 61.544,50	R\$ 55.024,50	R\$ 61.422,00	R\$ 68.666,00	R\$ 88.445,00	R\$ 796.948,50
(-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA	R\$ 10.062,30	R\$ 9.237,73	R\$ 9.613,71	R\$ 9.572,30	R\$ 9.923,73	R\$ 8.585,49	R\$ 9.776,58	R\$ 8.911,64	R\$ 7.967,55	R\$ 8.892,46	R\$ 10.657,23	R\$ 12.806,55	R\$ 116.311,28
Alvarás													
Impostos e Contribuições Incidentes sobre Vendas	R\$ 10.062,30	R\$ 9.237,73	R\$ 9.613,71	R\$ 9.572,30	R\$ 9.923,73	R\$ 8.585,49	R\$ 9.776,58	R\$ 8.911,64	R\$ 7.967,55	R\$ 8.892,46	R\$ 10.657,23	R\$ 12.806,55	R\$ 116.311,28
= RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	R\$ 58.428,70	R\$ 54.508,77	R\$ 56.779,29	R\$ 56.516,70	R\$ 57.354,27	R\$ 50.704,51	R\$ 57.734,42	R\$ 52.632,86	R\$ 47.056,95	R\$ 52.529,54	R\$ 58.008,77	R\$ 75.638,45	R\$ 680.637,22
(-) CUSTOS DAS VENDAS	R\$ 13.893,81	R\$ 10.893,81	R\$ 13.893,81	R\$ 9.993,81	R\$ 9.993,81	R\$ 10.893,81	R\$ 13.893,81	R\$ 10.893,81	R\$ 10.893,81	R\$ 10.893,81	R\$ 13.893,81	R\$ 14.893,81	R\$ 146.837,72
Custos Mercadorias	R\$ 13.893,81	R\$ 10.893,81	R\$ 13.893,81	R\$ 9.993,81	R\$ 9.993,81	R\$ 10.893,81	R\$ 13.893,81	R\$ 10.893,81	R\$ 10.893,81	R\$ 10.893,81	R\$ 13.893,81	R\$ 14.893,81	R\$ 146.837,72
= RESULTADO OPERACIONAL BRUTO	R\$ 44.534,89	R\$ 43.614,96	R\$ 42.885,48	R\$ 46.522,89	R\$ 47.360,46	R\$ 39.810,70	R\$ 43.840,61	R\$ 41.739,05	R\$ 36.163,14	R\$ 41.635,73	R\$ 44.114,96	R\$ 60.744,64	R\$ 533.809,50

8.7 Origens das Aplicações de Recursos

Origens de Recursos		Valor R\$
Das Operações		
Lucro Líquido do Exercício		74.328,12
Depreciação e Amortização		20.000,00
	SOMA:	94.328,12
De Terceiros:		
Empréstimos		15.000,00
Venda de Investimentos		1.500,00
	SOMA:	16.500,00
Total das Origens		110.828,12
Aplicações de Recursos		
Imobilizado		36.869,81
Integralização de novos Investimentos		3.000,00
	SOMA:	39.869,81
Varição no Capital Circulante Líquido		70.958,31

8.8 Índices de Viabilidade Econômica

Ponto de Equilíbrio

$$\text{IMC} = 786.348,50 - 137.450,72 - 115.311,26 - 5.174,44$$

$$\text{IMC} = 528.412,08 \text{ OU } 52,8\%$$

$$\text{PE} = \text{CF} / \text{IMC}$$

$$\text{PE} = 137.405,72 - 52,8\%$$

$$\text{PE} = 64.855,50$$

Lucratividade

$$\text{LUCRATIVIDADE} = \text{LL} / \text{RT}$$

$$\text{LUCRATIVIDADE} = 74.328,12 / 796.348,50$$

$$\text{LUCRATIVIDADE} = 9,3\% \text{ a.a}$$

Rentabilidade

$$\text{RENTABILIDADE} = \text{LL} / \text{INVESTIMENTO}$$

$$\text{RENTABILIDADE} = 6.194,01 / 200.000$$

$$\text{RENTABILIDADE} = 3,09\% \text{ a.m.}$$

Prazo de retorno

$$\text{PRAZO DE RETORNO} = \text{INVESTIMENTO} / \text{LL}$$

$$\text{PRAZO DE RETORNO} = 200.000 / 6194,01$$

$$\text{PRAZO DE RETORNO} = 32 \text{ meses ou } 2,7 \text{ anos}$$

9.0 Construção de Cenários

A construção de cenários foi levado em consideração o declínio de 20% dos serviços no cenário pessimista. Já no otimista, houve a inversão, tendo um aumento de 20% dos serviços aumentando o lucro líquido da empresa. E ficou evidente que a linha sensível dos serviços poderia causar falência deixando um saldo devedor destacado de vermelho.

QUADRO	DESCRIÇÃO	CENÁRIO PROVÁVEL		CENÁRIO PESSIMISTA		CENÁRIO OTIMISTA	
		VALOR (R\$)	%	VALOR (R\$)	%	VALOR (R\$)	%
	Receita venda	R\$515.880,00	100	412.704,00		619.056,00	
	Custo variável						
	(-) CPV/CMV/CSP	R\$154.584,00		123.667,20		185.500,80	
	Imposto sobre venda	R\$129.071,76		103.257,41		154.886,11	
	Gasto com venda	1.985,88		1.588,70		2.383,06	
	Sub total	R\$285.641,64		228.513,31		342.769,97	
	Margem de Contribuição	R\$230.238,36		184.190,69		276.286,03	
	Custo Fixo Total	R\$209.232,12		209.232,12		209.232,12	
	Resultado Operacional	21.006,24		-25.041,43		67.053,91	

10.0 Avaliação do Plano de Negócio

Após todas as análises, percebemos um mercado em grande expansão, com inúmeras oportunidades de crescimento para empreendedores que sejam capazes de manter o foco e a qualidade de seus serviços. Todas as metas e critérios utilizados para a criação deste empreendimento foram minuciosamente escolhidos e estudados para levar satisfação e resultados positivos a clientes e investidores. Queremos ressaltar que manteremos uma periódica avaliação do mercado e da satisfação de nossos clientes, para a partir daí, definir as nossas possibilidades de ampliação junto ao segmento de mercado que estamos atuando.

Temos como objetivo crescer em um período de 3 anos e criar uma rede de lanchonete. A constante busca por excelência e novas estratégias de mercado são nossas armas para nos manter ativos e crescendo em um mercado tão competitivo, estando sempre preparados para pequenos ajustes no rumo escolhido. Logo, concluímos que no mercado de hoje, precisamos estar prontos para nos adaptarmos a essas mudanças constantes ou correremos o risco de nos tornarmos obsoletos, tendo em vista sempre a criatividade e bom atendimento como focos principais.

10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

¹ FORMIGONI, Ivan. **O Foodnews destaca alguns números do food service brasileiro que, aliás, não param de crescer!**. 2018. Disponível em: <<http://www.foodnewsocial.com.br/mercado/numeros-do-food-service-brasileiro/>>.

Acesso em: 30.abr.2019

² Meio e Mensagem. **Geek: um mercado poderoso e diversificado**. 2018. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2018/05/25/geek-um-mercado-poderoso-e-diversificado.html>>. Acesso em:

30.abr.2019

³ ABRE. **Crescimento do food service em em 2019 exige embalagens melhores**. 2019. Disponível em: <<http://www.abre.org.br/noticias/crescimento-do-food-service-em-2019-exige-embalagens-melhores/>>. Acesso em: 30.abr.2019