

CENTRO UNIVERSITÁRIO SÃO JOSÉ
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

ANA ESTER BATISTA GOMES; GUSTAVO RENAN CORREA DAVID

Título do trabalho:
POPS BURGUER

Rio de Janeiro

2023.2

ANA ESTER BATISTA GOMES; GUSTAVO RENAN CORREA DAVID

POPS BURGUER

Projeto de pesquisa apresentado para a
Disciplina de TCC II, Plano de Negócio sob
a orientação do prof. Me. Maria de Lourdes
Ferraz Heleodoro

Rio de Janeiro

2023.2

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
1 SUMÁRIO EXECUTIVO	6
1.1. Resumo dos principais pontos do plano de negócio	6
1.2. Logomarca.....	7
1.3. Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições	7
1.4. Dados do empreendimento.	8
1.5. Missão, Visão e Valores da empresa	8
1.6. Setores de atividade.....	9
1.7. Forma jurídica.....	9
1.8. Enquadramento Tributário	9
1.9. Capital Social.....	9
1.10. Fonte de recursos	9
2 ANÁLISE DE MERCADO	10
2.1. Análise de Clientes.....	10
2.2. ANÁLISE de fornecedores.....	11
2.3. Estudos dos concorrentes	12
3 PLANO DE MARKETING	14
3.1. Redes Sociais (R\$ 1.500):.....	14
3.2. Marketing de Influenciadores Locais (R\$ 1.300):	14
3.3. Parcerias Locais (R\$ 200):.....	14
3.4. Materiais de Marketing (R\$ 300):	14
3.5. Eventos Locais (R\$ 500):	15
3.6. Monitoramento e Avaliação (R\$ 200):	15
4 PLANO OPERACIONAL.....	15
4.1. Layout e arranjo físico	15

4.2.	Capacidade Produtiva	16
4.3.	Processos Operacionais.....	17
4.4.	Necessidade de Pessoal	18
5	PLANO FINANCEIRO.....	18
5.1.	ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS.....	18
5.2.	Capital de giro	20
5.3.	Investimentos pré-operacionais.....	22
5.4.	Investimentos Totais.....	22
5.5.	Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa	22
5.6.	Estimativa dos custos de comercialização	23
5.7.	Apuração dos custos com mercadoria vendida	23
5.8.	Estimativa dos custos com mão de obra	24
5.9.	Estimativa do custo com depreciação	24
5.10.	Estimativa do custo operacional mensal	24
5.11.	Demonstrativo de Resultado do Exercício	25
6	AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	27
6.1.	Análise SWOT	27
6.2.	Preços e Margens	28
7	CONSIDERAÇÕES PARCIAIS.....	29
8	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	30

INTRODUÇÃO

O cenário empresarial contemporâneo tem testemunhado uma crescente adoção de modelos de negócios inovadores e acessíveis, que visam atingir um público mais amplo e diversificado. Nesse contexto, as franquias lowcost emergiram como uma estratégia de empreendimento que não apenas desafia as normas tradicionais das franquias, mas também oferece uma oportunidade promissora para empreendedores e investidores que desejam ingressar no mundo dos negócios com recursos financeiros limitados.

Franquias lowcost são um subconjunto das franquias tradicionais, diferenciando-se pelo foco na simplicidade operacional, custos reduzidos e acessibilidade financeira. Esse modelo de negócios permite aos franqueados iniciar e administrar um empreendimento com um investimento inicial relativamente baixo em comparação com as franquias convencionais de maior porte. Através da adoção de estratégias inteligentes de redução de custos, otimização de recursos e concentração em produtos ou serviços essenciais, as franquias lowcost se destacam como uma alternativa viável para empreendedores com orçamentos limitados.

O objetivo deste trabalho de conclusão de curso é realizar uma análise abrangente do modelo de negócios de franquias low cost. Serão explorados os fundamentos desse modelo, suas características distintivas em comparação com as franquias tradicionais, os desafios e oportunidades associados, bem como estudos de casos de sucesso que ilustram a implementação eficaz dessa abordagem.

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1. RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO

Uma Hamburgueria LowCost é um empreendimento que se destaca por oferecer hambúrgueres de alta qualidade a preços acessíveis, através da aplicação de estratégias de otimização de recursos e redução de custos. O modelo de negócio se baseia na simplicidade operacional, com um cardápio enxuto que se concentra em hambúrgueres gourmet, acompanhamentos selecionados e bebidas básicas. A escolha de uma localização estratégica, preferencialmente em áreas de grande circulação, é crucial para maximizar a visibilidade e o alcance do público-alvo.

A eficiência permeia todos os aspectos dessa hamburgueria, desde a automação de processos para minimizar a mão de obra até a utilização de fornecedores locais e atacadistas para obter ingredientes frescos a preços competitivos. O design do espaço é moderno e simples, refletindo a proposta de valor da marca, enquanto o atendimento é agilizado por meio de sistemas de autoatendimento ou pedidos online.

No que diz respeito ao marketing, estratégias de baixo custo, como o uso das redes sociais e parcerias locais, são empregadas para aumentar a visibilidade da hamburgueria. Promoções especiais e combos são utilizados para atrair clientes e incentivar vendas adicionais. A gestão financeira é uma parte central do plano, com o monitoramento rigoroso dos custos operacionais, incluindo ingredientes, mão de obra e despesas gerais. A equipe é treinada com foco na eficiência e qualidade do atendimento.

A coleta regular de feedback dos clientes é uma prática fundamental para identificar oportunidades de melhoria e ajustar o modelo de negócio conforme necessário. Em resumo, a Hamburgueria LowCost busca oferecer uma experiência gastronômica saborosa e acessível, apoiada por um modelo de negócio eficiente e bem planejado, que equilibra a qualidade do produto, a experiência do cliente e a rentabilidade.

1.2. LOGOMARCA



1.3. DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES

Sócio 1

Gustavo Renan Correa David

Rua Silvio Fontes, 100

21 99115-66277

Experiência em gerência de lojas e gestão de recursos financeiros com habilidades de comunicação interpessoal.

Sócio 2

Ana Ester Batista Gomes

Rua Miranda Jordão, 24

21 96455-9884

Técnica em Administração, formada pelo Senac Rio em 2016, possui vasta experiência na área comercial, elaboração de planejamento estratégico, foco em desenvolvimento de equipes.

1.4. DADOS DO EMPREENDIMENTO.

POPS BURGUER RESTAURANTES LTDA.

81.662.685/0001-33

1.5. MISSÃO, VISÃO E VALORES DA EMPRESA

Missão: Tornar a alta qualidade de alimentos rápidos com preços e acessível a todos, sem comprometer a simplicidade e a eficiência operacional.

Visão: Ser reconhecida como a principal hamburgueria lowcost, referência em sabor e valor, estabelecendo uma presença sólida em várias localidades. Almejamos ser uma marca que inspira outras empresas a inovar em suas abordagens de negócios, combinando excelência culinária com preços acessíveis.

Valores:

- **Acessibilidade:** Estamos comprometidos em oferecer uma experiência gastronômica de alta qualidade que seja acessível a todos, independentemente do orçamento.
- **Sabor Autêntico:** Acreditamos que a qualidade não deve ser comprometida pelo custo. Buscamos a excelência culinária em cada hambúrguer que servimos.
- **Eficiência Operacional:** Valorizamos a eficiência em todos os aspectos do nosso negócio, desde o processo de produção até o atendimento ao cliente, a fim de proporcionar uma experiência rápida e sem complicações.
- **Transparência:** Priorizamos a transparência em relação aos nossos ingredientes, processos e preços, para construir confiança com nossos clientes.
- **Inovação Responsável:** Procuramos inovar de maneira sustentável, encontrando maneiras criativas de otimizar nossas operações e melhorar constantemente a experiência do cliente.

- **Comunidade:** Valorizamos as conexões locais e buscamos contribuir positivamente para as comunidades em que estamos inseridos, promovendo um ambiente amigável e acolhedor para todos.

1.6. SETORES DE ATIVIDADE

O setor de atividade da POPS BURGUER está dentro do setor de alimentos e bebidas, mais especificamente na categoria de restaurantes e serviços de alimentação de baixo custo. A POPS BURGUER se enquadra nesse setor, pois está envolvida na preparação e venda de alimentos, no caso hambúrgueres, aos consumidores.

1.7. FORMA JURÍDICA

Sociedade Limitada, dividido em cotas igualmente entre os sócios.

1.8. ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

A priori Simples Nacional, tendo a migração para o Lucro Presumido com o aumento do faturamento, devido ao benefício de tributação a 3% do ICMS no estado do Rio de Janeiro, conforme decreto 47.834, DE 18-11-2021, possuindo benefícios da alíquota zero para bebidas frias e produtos hortícolas conforme art. 28 da Lei n^o 10.865, de 2004.

1.9. CAPITAL SOCIAL

Inicialmente com um capital social de R\$ 40.000,00 para ignição do projeto.

		Valor (R\$)	% de Participação
Socio 1	Gustavo Renan Correa David	20.004,00	50,01%
Socio 2	Ana Ester Batista Gomes	19.996,00	49,99%
Total		40.000,00	100%

1.10. FONTE DE RECURSOS

A fonte principal será de recursos próprios.

2 ANÁLISE DE MERCADO

Com a tentativa de recuperada econômica no período pós pandemia. Conforme Ribeiro (2023) muitas empresas estão preferindo efetuar lanches ao invés de efetuar uma refeição completa. O verdadeiro motivo dessa preferência é motivada pela velocidade de entrega dos lanches e pelo valor final da alimentação, com isso fomentando um nicho de mercado chamado de *lowcost* (Baixo Custo), com isso podendo entregar alimento barato e com velocidade ao qual o mercado está solicitando.

Como Aguiar (2022) apresenta como o nicho de *lowcost* funciona, partiremos do seguinte formato. Existe um lanche base (pão, hamburguer) com um valor fixo, qual vamos utilizar de exemplo de R\$ 5,00, sendo que o consumidor final pode ir adicionando os ingredientes que quiser ao seu alimento com valores também pré-estabelecidos, com isso transferindo transparência para o cliente e conforto sabendo o quanto exatamente irá pagar no final de um pedido e adequando exatamente o lanche ao seu orçamento e não o seu orçamento ao lanche.

2.1. ANÁLISE DE CLIENTES

A Pops Burguer com uma unidade localizada no centro do Rio de Janeiro atrai uma clientela predominantemente jovem e de meia-idade. A faixa etária dos clientes varia principalmente entre os 18 e os 40 anos, com uma presença significativa de jovens adultos que buscam opções alimentares acessíveis e saborosas. Esse público, muitas vezes composto por estudantes, jovens profissionais e trabalhadores locais, encontra na hamburgueria uma opção econômica para refeições rápidas e satisfatórias.

É notável a preferência dos clientes mais jovens por estabelecimentos que oferecem uma relação custo-benefício atraente, o que explica o sucesso dessas hamburguerias *lowcost*. No entanto, é possível observar também a presença de clientes de faixa etária um pouco mais avançada, especialmente aqueles que buscam uma refeição descomplicada e acessível em meio à agitação do centro.

Essa diversidade de faixas etárias sugere que a Pops Burguer consegue atender a uma ampla gama de públicos, adaptando-se de maneira eficaz às necessidades e preferências de cada grupo demográfico. Essa versatilidade é um fator-chave para o sucesso do negócio, pois permite que a hamburgueria mantenha uma base de clientes fiéis e, ao mesmo tempo, atraia novos clientes de diferentes idades.

É importante que a hamburgueria continue a monitorar e entender as preferências e necessidades de sua clientela em constante evolução. Isso pode ser alcançado através da coleta regular de feedback dos clientes, bem como da análise de dados demográficos mais detalhados, através da plataforma de pedidos online. Dessa forma, o estabelecimento poderá ajustar seu menu, estratégias de marketing e experiência geral do cliente para continuar atraindo e fidelizando clientes de todas as idades.

2.2. ANÁLISE DE FORNECEDORES

Com base na tabela abaixo contendo os fornecedores e de seus respectivos produtos, é possível destacar algumas observações relevantes.

O Atacadão demonstra uma competitividade notável em diversos itens, oferecendo preços atrativos para produtos como pão de hambúrguer, queijo muçarela, queijo cheddar e bacon, refrigerantes entre eles Guaraná Antártica e Coca-Cola. Essa vantagem em termos de custo pode representar uma economia significativa para o negócio.

Por outro lado, o Prezunic apresenta preços relativamente mais elevados, especialmente para produtos como o patinho bovino e a linguiça calabresa. Isso pode exigir uma avaliação mais criteriosa em relação a relação custo-benefício ao escolher esse fornecedor.

A Ceasa, por sua vez, destaca-se como uma excelente opção para a aquisição de produtos frescos. Com valores competitivos para cebola, ovos, alface e tomate, ela oferece uma alternativa interessante para suprir as necessidades de ingredientes frescos e saudáveis no estabelecimento.

Além dos preços, é importante considerar outros fatores na decisão de fornecedores, como a confiabilidade, a qualidade dos produtos e a eficiência na entrega. Uma combinação equilibrada desses elementos é essencial para garantir o bom funcionamento e a satisfação dos clientes no negócio. Portanto, ao selecionar os fornecedores ideais, é fundamental ponderar todos esses aspectos em busca da melhor solução para o empreendimento.

Ordem	Descrição dos itens a serem adquiridos (Matérias - primas, insumos, mercadorias e serviços	Nome do Fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	Pão de hambúrguer c/8 und	Atacadão	12,90	À vista, cartões, pix, vale alimentação	O prazo de entrega começa a vigorar após a preparação do pedido por parte do	RJ
2	Patinho bovino kg	Prezunic	44,99	À vista, cartões, pix, vale alimentação	De acordo com a disponibilidade de 9 às 21h	RJ
3	Linguiça Calabresa und	Prezunic	19,90	À vista, cartões, pix, vale alimentação	De acordo com a disponibilidade de 9 às 21h	RJ
4	Queijo Mussarela kg	Atacadão	39,80	À vista, cartões, pix, vale alimentação	O prazo de entrega começa a vigorar após a preparação do pedido por parte do	RJ
5	Queijo cheddar kg	Atacadão	67,81	À vista, cartões, pix, vale alimentação	O prazo de entrega começa a vigorar após a preparação do pedido por parte do	RJ
6	Bacon	Atacadão	44,99	À vista, cartões, pix, vale alimentação	O prazo de entrega começa a vigorar após a preparação do pedido por parte do	RJ
7	Cebola kg	Ceasa	2,00	À vista, cartões, pix	Entrega dentro do horário comercial para compras acima de R\$200,00	RJ
8	Ovos 1 Dz	Ceasa	6,00	À vista, cartões, pix	Entrega dentro do horário comercial para compras acima de R\$200,00	RJ
9	Alface 1Dz	Ceasa	10,00	À vista, cartões, pix	Entrega dentro do horário comercial para compras acima de R\$200,00	RJ
10	Tomate 20kg	Ceasa	79,62	À vista, cartões, pix	Entrega dentro do horário comercial para compras acima de R\$200,00	RJ
11	Guaraná Antartica	Atacadão	32,52	À vista, cartões, pix, vale alimentação	preparação do pedido por parte do fornecedor, a entrega ocorre dentro do	RJ
12	Coca-Cola	Atacadão	37,68	À vista, cartões, pix, vale alimentação	preparação do pedido por parte do fornecedor, a entrega ocorre dentro do	RJ

2.3. ESTUDOS DOS CONCORRENTES

Com base na comparação entre os estabelecimentos, aqui está uma análise considerando os diferentes critérios fornecidos:

POPS BURGUER

Qualidade: Hambúrguer diferenciado, carne selecionada, variedades de molhos, ambiente agradável e aconchegante, com o diferencial "monte seu POPS BURGUER".

Preço a partir de: R\$ 15,00

Condições de Pagamento: À vista, cartões, pix, vale refeição

Localização: Rua Uruguaiana 74, Centro

Atendimento: Presencial e Delivery

Serviços aos clientes: Lanches rápidos, combos especiais, monte seu hambúrguer pagando um valor justo.

Garantias oferecidas: Menor preço com produtos de qualidade e valor acessível.

HAMBURGUERIA.COM

Qualidade: Hambúrguer saboroso, com bom preço e atendimento rápido.

Preço a partir de: R\$ 20,00

Condições de Pagamento: À vista, cartões, pix, vale refeição

Localização: Rua da Alfandega 80 - Centro

Atendimento: Presencial e Delivery

Serviços aos clientes: Além de hambúrguer, oferecem petiscos, bebidas e drinks.

Garantias oferecidas: Diversas opções no cardápio.

BECO DO HAMBÚRGUER

Qualidade: O hambúrguer é saboroso, atendimento rápido, o preço está na média das hamburguerias do centro.

Preço a partir de: R\$ 27,00

Condições de Pagamento: À vista, cartões e pix

Localização: Beco dos Barbeiros 6 - Centro

Atendimento: Presencial e Delivery

Serviços aos clientes: Serve hambúrguer artesanal com acompanhamentos.

Garantias oferecidas: Ambiente familiar e atendimento agradável.

Com base nessa análise, o POPS BURGUER se destaca como uma opção bastante atraente. Oferece não apenas um hambúrguer diferenciado e carne selecionada, mas também a opção de personalização do pedido. Além disso, o estabelecimento apresenta preços bastante competitivos a partir de R\$ 15,00 e aceita uma variedade de formas de pagamento.

Enquanto isso, a Hamburgueria.com oferece uma boa combinação de sabor e preço, com opções de pagamento semelhantes e uma ampla gama de itens no cardápio. O Beco do Hambúrguer, embora apresente um hambúrguer saboroso, tem um preço inicial um pouco mais alto em comparação com as outras opções.

No entanto, é importante ressaltar que a escolha final dependerá das preferências individuais de cada cliente, levando em consideração fatores como localização, serviços oferecidos e tipo de experiência desejada

3 PLANO DE MARKETING

A princípio investir 10% do capital social (R\$ 4.000,00) em estratégias de marketing eficazes para aumentar a presença de marca da POPS BURGUER.

3.1. REDES SOCIAIS (R\$ 1.500):

- Criar anúncios segmentados no Facebook e Instagram para alcançar seu público-alvo específico.
- Publicar regularmente conteúdo de qualidade, como fotos de hambúrgueres, histórias dos bastidores e promoções especiais.
- Interagir com os seguidores por meio de respostas a comentários e mensagens diretas.

3.2. MARKETING DE INFLUENCIADORES LOCAIS (R\$ 1.300):

- Pesquisar e identificar influenciadores locais com seguidores que se alinham ao seu público-alvo.
- Oferecer refeições gratuitas em troca de posts ou avaliações nas redes sociais.

3.3. PARCERIAS LOCAIS (R\$ 200):

- Colaborar com empresas locais, como escritórios ou lojas, para promover ofertas conjuntas.
- Divulgar essas parcerias nas redes sociais e no seu site.

3.4. MATERIAIS DE MARKETING (R\$ 300):

- Investir em materiais impressos, como cartões de visita, panfletos e cards promocionais.
- Distribuir esses materiais em locais estratégicos, como centros comerciais e escolas.

3.5. EVENTOS LOCAIS (R\$ 500):

Participe de feiras ou eventos locais de gastronomia, onde você pode oferecer degustações e distribuir amostras grátis.

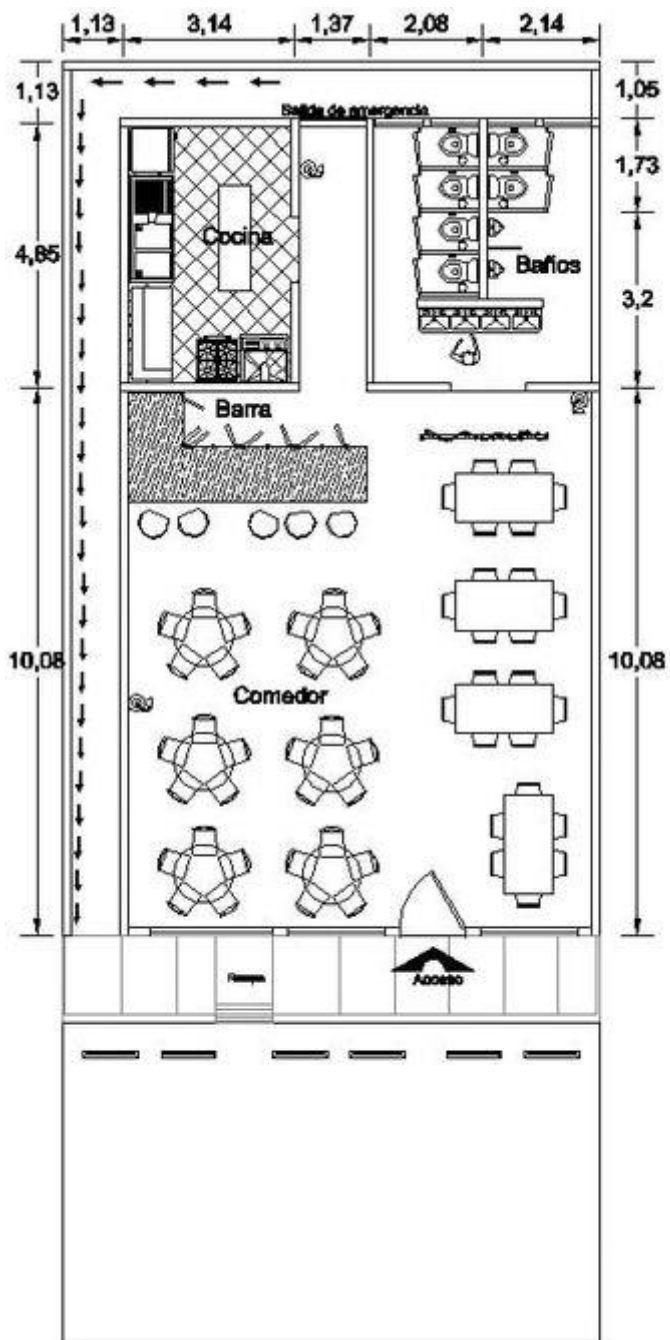
3.6. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO (R\$ 200):

- Acompanhar as métricas-chave, como o engajamento nas redes sociais, o tráfego do site e as vendas.
- Ajuste suas estratégias com base nos resultados obtidos.
- Lembre-se de que cada centavo investido deve ser cuidadosamente planejado para maximizar o impacto. Avalie regularmente os resultados e faça ajustes conforme necessário para otimizar seu plano de marketing e alcançar seus objetivos de presença de marca.

4 PLANO OPERACIONAL

A seguir traremos alguns detalhes sobre o layout da empresa, sua capacidade produtiva e processos operacionais.

4.1. LAYOUT E ARRANJO FÍSICO



4.2. CAPACIDADE PRODUTIVA

A POPs Burger possui uma equipe composta por 7 funcionários, sendo 3 dedicados à produção e 2 responsáveis pelo atendimento ao público, 1 na parte referente a limpeza e um responsável pela gerência da equipe. Cada um trabalha 8 horas diárias, totalizando 40 horas de operação semanais.

Na produção, cada estação de trabalho é projetada para preparar um hambúrguer a cada 10 minutos, resultando em 6 hambúrgueres por hora por estação.

Com 3 estações de trabalho na produção, a capacidade total de produção por hora é de 18 hambúrgueres. Portanto, ao longo de um dia de operação, a hamburgueria pode produzir até 720 hambúrgueres.

No atendimento ao público, a capacidade depende da eficiência da equipe em lidar com os clientes e processar os pedidos. Suponhamos que, em média, a equipe de atendimento possa servir 60 clientes por hora.

Com 2 funcionários dedicados ao atendimento ao público, a capacidade de atendimento é de 120 clientes por hora.

Assim, a capacidade total da hamburgueria, considerando a produção e o atendimento ao público, é de 720 hambúrgueres e 120 clientes atendidos por hora. Ao longo de um dia de operação, isso representa 5.760 hambúrgueres e 960 clientes atendidos.

É importante lembrar que essas são estimativas baseadas em suposições simplificadas. A capacidade real pode variar devido a fatores como a eficiência da equipe, a complexidade dos hambúrgueres e a demanda dos clientes. Portanto, a supervisão e a possibilidade de fazer ajustes conforme necessário são fundamentais.

4.3. PROCESSOS OPERACIONAIS

Nosso estabelecimento terá apenas 2 colaboradores com o atendimento diretamente ao público divididos em 2 caixas separados e 3 em estações de preparo dos lanches que será de forma individual e completa, cada funcionário da produção será responsável do início ao fim da produção do lanche, desde a montagem ao preparo da bebida, 1 responsável pela limpeza da cozinha e 1 pela gerência de recursos da loja.

4.4. NECESSIDADE DE PESSOAL

CARGO/FUNÇÃO	QUALIFICAÇÕES NECESSÁRIAS
Gerente	Experiência em gestão no setor alimentício, sendo capaz de liderar equipes e manter padrões de qualidade. Além disso, é essencial ter conhecimento em segurança alimentar, gestão de custos e habilidades de comunicação eficaz.
Chapeiro	Experiência na preparação de alimentos, especialmente na confecção de hambúrgueres e grelhados. Além disso, é fundamental ter conhecimento em normas de segurança alimentar para garantir a qualidade e a segurança dos pratos servidos.
Caixa	Desejáveis habilidades básicas em matemática e ser capaz de lidar com transações financeiras de forma precisa e eficiente. Além disso, é importante ter boa comunicação para atender os clientes de forma cortês e lidar com possíveis problemas ou reclamações.
Faxineiro	Ter atenção aos detalhes e ser capaz de realizar tarefas de limpeza de forma eficaz. Além disso, é importante seguir as normas de higiene e segurança alimentar para manter um ambiente limpo e seguro para os clientes e a equipe.

5 PLANO FINANCEIRO

Nesta parte detalharemos toda a parte financeira do projeto, como investimentos em equipamentos, móveis, estoque, estimativa de vendas, gastos para abertura da empresa, preços, custos, demonstração do resultado do exercício, ponto de equilíbrio, rentabilidade, lucratividade e prazo de retorno do investimento.

5.1. ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS

A – Máquinas e equipamentos

Máquinas e Equipamentos				
Item	Descrição	Quantidade	Custo Unitário (R\$)	Custo Total (R\$)
Chapa para grelhados	Chapa para preparar hambúrgueres	1	R\$ 1.150,70	R\$ 1.150,70
Fritadeira elétrica	Fritadeira para batatas fritas	1	R\$ 402,70	R\$ 402,70
Refrigerador	Para armazenamento de bebidas com 2 portas	1	R\$ 4.285,09	R\$ 4.285,09
Freezer	Para armazenamento de alimentos congelados	1	R\$ 1.682,10	R\$ 1.682,10
Exaustor	Para ventilação da cozinha	1	R\$ 1.561,07	R\$ 1.561,07
Sistema de PDV (Ponto de Venda)	Caixa registradora e software de gestão	2	R\$ 1.597,56	R\$ 3.195,12
Computador	Para gerenciamento e pedidos online	1	R\$ 654,30	R\$ 654,30
Equipamentos de segurança	Extintores, alarmes, câmeras, etc.	1	R\$ 1.138,80	R\$ 1.138,80
Total			R\$ 14.069,88	

B- Móveis e Utensílios

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

MÓVEIS E UTENSÍLIOS				
MESAS DE PREPARO	SUPERFÍCIES DE TRABALHO PARA A EQUIPE	3	R\$ 635,76	R\$ 1.907,28
UTENSÍLIOS DE COZINHA	FACAS, TÁBUAS DE CORTE, COM 20 UNIDADES	2	R\$ 1.818,65	R\$ 3.637,30
MOBILIÁRIO DE SALÃO	KIT MESA COM 4 CADIERAS	5	R\$ 386,66	R\$ 1.933,30
MOBILIÁRIO DE ATENDIMENTO	BANCADA DE ATENDIMENTO	1	R\$ 1.153,00	R\$ 1.153,00
TOTAL			R\$ 8.630,88	

Total de investimento Fixo	
Máquinas e equipamentos	R\$ 14.069,88
Móveis e Utensílios	R\$ 8.630,88
Total	R\$ 22.700,76

5.2. CAPITAL DE GIRO

A- ESTIMATIVA DO ESTOQUE INICIAL

Ingrediente	Unidade de medida	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Pão de Hambúrguer	Pacote 8 unid.	25	R\$ 12,88	R\$ 322,00
Carne de Hambúrguer	Caixa 50 unid.	4	R\$ 59,00	R\$ 236,00
Alface	Cabeças	20	R\$ 2,29	R\$ 45,80
Tomate	Quilogramas	5	R\$ 2,45	R\$ 12,25
Queijo mussarela	Quilogramas	10	R\$ 12,99	R\$ 129,90
Cebola	Quilogramas	10	R\$ 2,03	R\$ 20,30
Maionese	Litros	1	R\$ 33,33	R\$ 33,33
Ketchup	Litros	1	R\$ 14,29	R\$ 14,29
Mostarda	Litros	1	R\$ 14,50	R\$ 14,50
Bacon	Quilogramas	3	R\$ 29,99	R\$ 89,97

Batata Frita (pacote)	Pacotes 2 Kg	5	R\$ 26,99	R\$ 134,95
Coca-Cola	Pack 12 unid.	4	R\$ 3,14	R\$ 150,72
Guaraná	Pack 12 unid.	4	R\$ 2,71	R\$ 130,08
Queijo Cheddar	Quilogramas	2	R\$ 67,81	R\$ 135,62
Óleo de Soja 6 Lts	Litros	1	R\$ 46,90	R\$ 46,90
Total				R\$ 1.516,61

B- CAIXA MÍNIMO

Contas a Receber			
Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média Ponderada
A Vista	35%	0	0
A Prazo	65%	30	20
Prazo médio total (dias)			20

Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Contas a pagar			
Prazo Médio de compras	%	Número de dias	Média Ponderada
A vista	10%	0	0
A prazo	90%	30	27
Prazo médio total (dias)			27

Estoque – Cálculo da necessidade média de estoque

Necessidade de Estoque	Número de dias
	5 dias

Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

	Dias
Recursos da empresa fora do seu caixa	
Contas a receber – prazo médio de vendas	20
Estoque – necessidade média de estoque	5
Subtotal	25
Recurso de terceiro no caixa da empresa	

Fornecedores	27
Subtotal	27
Necessidade líquida de capital de giro em dias	-2

5.3. INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS			
ITEM			VALOR
DESPESAS DE LEGALIZAÇÃO	ABERTURA DE FIRMA		R\$ 450,00
	BOMBEIRO		R\$ 40,28
	ALVARÁ DE FUNCIONAMENTO		R\$ 280,00
	JUNTA COMERCIAL	DARE	R\$ 54,00
DARF		R\$ 21,00	
OUTRAS DESPESAS	OBRAS CIVIS E REFORMAS		R\$ 2.200,00
	DIVULGAÇÃO		R\$ 4.000,00
	CURSO E TREINAMENTO		R\$ 300,00
TOTAL			R\$ 6.345,28

5.4. INVESTIMENTOS TOTAIS

INVESTIMENTO TOTAL			
ITEM	DESCRIÇÃO DO INVESTIMENTO	VALOR	%
5.1	INVESTIMENTO (FIXO)	R\$ 22.700,76	78,15%
5.2	CAPITAL DE GIRO	-	
5.3	INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL	R\$ 6.345,28	21,85%
TOTAL DE INVESTIMENTO		R\$ 29.046,04	100%

5.5. ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL DA EMPRESA

Estimativa do Faturamento Mensal				
Nº	Item	Estimativa de vendas (unid.)	Preço de venda (Und.)	Faturamento
1	Combo Hamburger	190	R\$ 15,00	R\$ 36.100,00
2	Hamburger Simples	10	R\$ 8,00	R\$ 80,00
3	Bacon – Adicional (10g)	750	R\$ 2,00	R\$ 1.500,00
4	Fatia de Cheddar – Adicional (14g)	600	R\$ 2,00	R\$ 1.200,00
5	Alface – Adicional (8g)	450	R\$ 0,50	R\$ 225,00
6	Tomate – Adicional (15g)	300	R\$ 0,50	R\$ 150,00

7	Cebola – Adicional (8g)	450	R\$ 0,50	R\$ 225,00
8	Fatia de queijo mussarela - Adicional	900	R\$ 1,00	R\$ 900,00
9	Batata Frita (108g)	50	R\$ 4,00	R\$ 200,00
10	Coca-Cola lata	600	R\$ 6,00	R\$ 3.600,00
11	Guaraná Antártica lata	600	R\$ 5,00	R\$ 3.000,00
Total do Faturamento				R\$ 47.180,00

5.6. ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

IMPOSTOS (CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO)				
Nº	DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL (R\$)
1	ICMS – RJ	3%	R\$ 40.580,00	R\$ 1.217,40
2	PIS CUMULATIVO	0,65%	R\$ 39.980,00	R\$ 259,87
3	COFINS CUMULATIVO	3%	R\$ 39.980,00	R\$ 1.199,40
4	IRPJ - PRESUMIDO	1,2%	R\$ 47.180,00	R\$ 566,16
5	CSLL - PRESUMIDO	1,08%	R\$ 47.180,00	R\$ 509,54
TOTAL				R\$ 3.752,37
GASTOS COM VENDA				
1	PROPAGANDA	2%	R\$ 47.180,00	R\$ 943,60
2	TAXA ADM MARQUINA DE CARTÃO	7,45%	R\$ 30.667,00	R\$ 2.284,69
TOTAL				R\$ 3.228,29

5.7. APURAÇÃO DOS CUSTOS COM MERCADORIA VENDIDA

Nº	Produto	Estimativa de vendas (unid.)	Custo unitário de aquisição	Custo de Mercadoria Vendida
1	Combo Hamburguer	190	R\$ 8,68	R\$ 1.649,20
2	Hamburguer Simples	10	R\$ 4,08	R\$ 40,80
3	Bacon – Adicional (10g)	750	R\$ 0,30	R\$ 225,00
4	Fatia de Cheddar – Adicional (14g)	600	R\$ 0,07	R\$ 42,00
5	Alface – Adicional (8g)	450	R\$ 0,07	R\$ 31,50
6	Tomate – Adicional (15g)	300	R\$ 0,18	R\$ 54,00
7	Cebola – Adicional (8g)	450	R\$ 0,02	R\$ 9,00
8	Fatia de queijo mussarela – Adicional (10g)	900	R\$ 0,13	R\$ 117,00
9	Batata Frita (108g)	50	R\$ 1,46	R\$ 73,00

10	Coca-Cola lata	600	R\$ 3,14	R\$ 1.884,00
11	Guaraná Antártica lata	600	R\$ 2,71	R\$ 1.626,00
Total				R\$ 5.751,50

5.8. ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA

Cargo do funcionário	Nº de funcionários	Salário Individual	FGTS Individual	13º	Férias	1/3 de férias	INSS Funcionário	INSS Patronal	Total Unitário
Gerente	1	R\$ 2.200,00	R\$ 176,00	R\$ 183,33	R\$ 183,33	R\$ 61,11	R\$ 178,20	R\$ 440,00	R\$ 3.243,77
Chapeiro	3	R\$ 1.438,00	R\$ 115,04	R\$ 119,83	R\$ 119,83	R\$ 39,94	R\$ 109,62	R\$ 287,60	R\$ 2.120,24
Caixa	2	R\$ 1.320,00	R\$ 105,60	R\$ 110,00	R\$ 110,00	R\$ 36,66	R\$ 99,00	R\$ 264,00	R\$ 1.946,26
Faxineiro	1	R\$ 1.320,00	R\$ 105,60	R\$ 110,00	R\$ 110,00	R\$ 36,66	R\$ 99,00	R\$ 264,00	R\$ 1.946,26
Total Geral	7	R\$ 10.474,00	R\$ 837,92	R\$ 872,82	R\$ 872,82	R\$ 290,91	R\$ 804,06	R\$ 2.094,80	R\$ 15.443,27

5.9. ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIÇÃO

Depreciação do Maquinário				
Descrição do Ativo	Valor do ativo	Vida útil (anos)	Depreciação Mensal	Depreciação Anual
Máquinas e equipamentos	R\$ 14.069,88	10	R\$ 105,52	R\$ 1.266,29
Móveis e utensílios	R\$ 8.630,88	10	R\$ 64,73	R\$ 776,76
Total de Depreciação	-	-	R\$ 170,25	R\$ 2.043,05

5.10. ESTIMATIVA DO CUSTO OPERACIONAL MENSAL

Custos fixos operacionais	
Conta	Valor
Aluguel	R\$ 3.000,00
Água	R\$ 150,00
Energia Elétrica	R\$ 800,00
Telefone + Internet	R\$ 280,00
Contabilidade	R\$ 1.800,00
Pró-labore	R\$ 2.640,00

Salários	R\$ 15. 443,27
Material de limpeza	R\$ 200,00
Propaganda	R\$ 943,60
Depreciação	R\$ 2.043,05
Outras despesas	-
Total	R\$ 27.299,92

5.11. DEMONSTRATIVO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO

Demonstrativo do Resultado de Exercício			
Item	Descrição da Conta	Valor	%
5.5	Receita total	R\$ 47.180,00	100%
	Vendas	R\$ 47.180,00	100%
	Serviço Prestado	-	
	Impostos e gastos com vendas	(R\$ 6.980,66)	100%
5.6	Impostos sobre vendas	(R\$ 3.752,37)	53,75%
5.6	Gastos com vendas	(R\$ 3.228,29)	46,25%
	Custos variáveis totais	(R\$ 5.751,50)	100%
5.7	Custo da Mercadoria Vendida (CMV)	(R\$ 5.751,50)	100%
5.10	Custos fixos total	(R\$ 27.299,92)	100%
Resultado Operacional		R\$ 7.147,92	

5.12. INDICADORES DE VIABILIDADE

5.12.1. PONTO DE EQUILIBRIO

Valores mensais:

Receita Total	R\$ 47.180,00
Custo Variável Total	R\$ 12.732,16
Custo Fixo Total	R\$ 27.299,92

$$\text{INDICE DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO} = \frac{R\$ 47.180,00 - R\$ 12.732,16}{R\$ 47.180,00} = 0,73$$

$$\text{Ponto de equilíbrio} = \frac{R\$ 27.299,92}{0,73} = R\$ 37.916,56 \text{ Mensais}$$

Ao alcançar a receita de R\$ 37.916,56 a empresa Pop's Burguer estará a cobrir os seus custos totais e atingirá o seu ponto de equilíbrio.

5.12.2. LUCRATIVIDADE

Receita Total (Anual)	R\$ 566.160,00
Lucro Líquido (Anual)	R\$ 111.161,28

$$\text{Lucratividade} = \left(R\$ \frac{111.161,28}{566.160,00} \right) \times 100 = 19,63\% \text{ ao ano.}$$

A Pop's Burguer terá uma lucratividade de 19,63% no primeiro ano, depois de pagas as despesas e impostos.

5.12.3. RENTABILIDADE

Lucro Líquido	R\$ 111.161,28
Investimento Total	R\$ 29.046,04

$$\text{Rentabilidade} = \frac{R\$ 111.161,28}{R\$ 29.046,04} \times 100 = 382,71\%$$

A cada ano, os sócios recuperarão 382,71% do valor investido através dos lucros.

5.12.4. PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO

Investimento Total	R\$ 29.049,04
Lucro Líquido	R\$ 111.161,28

$$\text{Prazo de retorno do investimento} = \frac{RS 29.049,04}{R\$ 111.161,28} = 0,26 \text{ ano ou 3 meses e 3}$$

dias.

6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO

A construção dos cenários pessimista e otimista foi gerado a partir de uma variação de 25% de cada produto vendido.

		CENÁRIO PROVAVEL	CENÁRIO OTIMISTA	CENÁRIO PESSIMISTA
Item	Descrição da conta	Valor	Valor	Valor

5.5	Receita Total	R\$ 47.180,00	R\$ 58.975,00	R\$ 35.385,00
	Vendas	R\$ 47.180,00	R\$ 58.975,00	R\$ 35.385,00
	Impostos e gastos de venda			
5.6	Imposto sobre venda (-)	R\$ 3.752,37	R\$ 4.690,46	R\$ 2.814,28
5.6	Gastos com venda (-)	R\$ 3.228,29	R\$ 4.035,36	R\$ 2.421,22
	Custos variáveis totais			
5.7	Custos de Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 5.751,50	R\$ 7.189,38	R\$ 4.313,63
5.10	Custos Fixos Totais	R\$ 27.299,92	R\$ 27.299,92	R\$ 27.299,92
	Resultado Operacional	R\$ 7.147,92	R\$ 15.759,88	-R\$ 1.464,04

7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Com a avaliação da POPS BURGUER vamos apresentar a análise SWOT e Preços e Margens.

7.1. ANALISE SWOT

Pontos Fortes (Strengths):

- Proposta de Valor Acessível: Oferecer hambúrgueres de alta qualidade a preços acessíveis é um diferencial competitivo.
- Eficiência Operacional: Processos enxutos e automatizados ajudam a manter os custos baixos e melhorar a experiência do cliente.
- Variedade do Cardápio: Oferecer uma seleção diversificada de hambúrgueres e acompanhamentos pode atrair um público mais amplo.
- Localização Estratégica: Estar localizado em uma área de grande circulação aumenta a visibilidade e o potencial de atração de clientes.
- Presença Online Ativa: Uma forte presença nas redes sociais e um site informativo podem aumentar a visibilidade e atrair clientes.

Fraquezas (Weaknesses):

- Limitação do Cardápio: Ter um cardápio limitado pode não atender às preferências de clientes com necessidades dietéticas específicas.
- Concorrência Intensa: O mercado de hambúrgueres é altamente competitivo, com muitas opções disponíveis para os consumidores.
- Dependência de Ingredientes: Flutuações nos preços dos ingredientes podem afetar as margens de lucro e a oferta.
- Falta de Reconhecimento de Marca: Em um mercado competitivo, uma marca desconhecida pode lutar para se destacar.

Oportunidades (Opportunities):

- Tendência de Alimentação Saudável: Introduzir opções de hambúrgueres saudáveis ou vegetarianos pode atrair um público mais amplo.
- Colaborações Locais: Parcerias com fornecedores locais ou empresas complementares podem impulsionar a presença da marca.
- Expansão Online: Oferecer opções de entrega ou take-away pode ampliar o alcance geográfico e atender a diferentes públicos.
- Eventos e Promoções Especiais: Participar de eventos locais ou oferecer promoções temáticas pode gerar interesse e tráfego adicional.

Ameaças (Threats):

- Condições Econômicas Instáveis: Flutuações econômicas podem afetar o poder de compra dos consumidores.
- Mudanças nas Tendências de Consumo: Mudanças nas preferências alimentares podem impactar a demanda por hambúrgueres.
- Regulamentações Governamentais: Regulamentos de segurança alimentar e normas de saúde podem afetar as operações.
- Concorrência Local Forte: A presença de outras hamburguerias ou restaurantes de fast food na área pode dificultar a atração de clientes.

7.2. PREÇOS E MARGENS

Preços:

Os preços em uma hamburgueria da POPS BURGUER serão projetados para serem acessíveis e competitivos em relação aos concorrentes diretos.

Hambúrgueres simples vão começar a partir de R\$ 10,00 incluindo a bebida.

Combos que incluem hambúrguer, batata frita e refrigerante podem ser oferecidos a preços atrativos, a partir de R\$ 15,00.

Margem de Lucro:

A margem de lucro da POPS BURGUER pode variar, mas muitas vezes é mantida em torno de 30% a 50%.

Os custos mais significativos geralmente estão relacionados aos ingredientes, mão de obra, aluguel e outras despesas operacionais.

Focar em otimizar os custos, sem comprometer a qualidade, é fundamental para manter margens saudáveis.

Lembre-se de que cada hamburgueria terá sua própria estratégia de precificação com base em suas despesas e metas financeiras. Além disso, é importante considerar a elasticidade da demanda (como a variação da demanda em resposta a mudanças de preço) ao ajustar os preços, pois preços muito baixos podem atrair clientes, mas também precisam cobrir os custos e gerar lucro sustentável.

8 CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

Ao longo deste trabalho, exploramos em profundidade os diversos aspectos envolvidos na criação e operação de uma hamburgueria lowcost denominada POPS BURGUER. Através da análise de fontes variadas e da pesquisa de campo, pudemos compreender como esse modelo de negócio busca oferecer hambúrgueres saborosos e acessíveis, ao mesmo tempo em que enfrenta os desafios inerentes ao setor alimentício.

Durante a análise do mercado, ficou evidente a importância de compreender as tendências de consumo, a concorrência existente e as demandas específicas do

público-alvo. A segmentação de mercado e a definição de uma proposta de valor clara foram pontos chave para atender às expectativas dos clientes e construir uma base sólida de consumidores.

A estratégia de precificação, uma característica central das hamburguerias lowcost, exige uma abordagem equilibrada para garantir a acessibilidade ao mesmo tempo em que mantém margens de lucro saudáveis. Isso demanda uma gestão eficiente dos custos operacionais, incluindo ingredientes, mão de obra e despesas gerais.

A presença online emergiu como uma ferramenta fundamental para promover a hamburgueria e interagir com os clientes. Através das redes sociais e de estratégias de marketing digital, é possível criar uma conexão direta com o público, compartilhando o diferencial da marca e incentivando o engajamento.

À medida que avançamos para a conclusão deste trabalho, é crucial lembrar que uma hamburgueria lowcost requer não apenas uma boa estratégia de negócios, mas também um comprometimento constante com a qualidade, eficiência e inovação. A busca pela excelência em todas as etapas da operação é o que permitirá que a hamburgueria se destaque e alcance sucesso duradouro no mercado altamente competitivo de alimentos e bebidas.

9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Gabriel. Patties: conheça hamburgueria que fatura R\$ 55 milhões sem pensar em lucro. EXAME, 2022. Disponível em: <https://exame.com/casual/patties-conheca-hamburgueria-que-fatura-r-55-milhoes-sem-pensar-em-lucro/>. Acesso em: 28 ago. 2023.

RIBEIRO, Edda. Trabalhador brasileiro troca prato feito por salgados, mostra pesquisa. ISTOÉ Dinheiro, 2023. Disponível em: <https://istoedinheiro.com.br/trabalhador-brasileiro-troca-prato-feito-por-salgados-mostra-pesquisa/>. Acesso em: 28 ago. 2023.