



GABRIELLE CABRAL DA SILVA
LARISSA GONÇALVES DE OLIVEIRA
LIDIANE NASCIMENTO CARDOSO
RAFAEL HENRIQUE CHALEGRE DA SILVA

PLANO DE NEGÓCIO: LUNARBURGUER



PRESIDENTE EPITÁCIO – SÃO PAULO

2021

GABRIELLE CABRAL DA SILVA
LARISSA GONÇALVES DE OLIVEIRA
LIDIANE NASCIMENTO CARDOSO
RAFAEL HENRIQUE CHALEGRE DA SILVA



Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenadoria do Curso de Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), como requisito parcial à obtenção do título de Técnico em Administração.

Orientadores: Professora Mara Freitas,
Douglas Godoy, Samantha

PRESIDENTE EPITÁCIO – SÃO PAULO

2021

GABRIELLE CABRAL DA SILVA
LARISSA GONÇALVES DE OLIVEIRA
LIDIANE NASCIMENTO CARDOSO
RAFAEL HENRIQUE CHALEGRE DA SILVA



Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Coordenaria do Curso de
Administração do Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), como
requisito parcial à obtenção do título de Técnico
em Administração.

BANCA EXAMINADORA:

PRESIDENTE EPITÁCIO – SÃO PAULO

2021

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: MARCA DA EMPRESA	16
FIGURA 2: VISUALIZAÇÃO DA LOCALIZAÇÃO PRIVILEGIADA DE PRESIDENTE EPITÁCIO.	24
FIGURA 3: FLUXOGRAMA - ATENDIMENTO AO CLIENTE NO LOCAL.	54
FIGURA 4: FLUXOGRAMA - ATENDIMENTO AO CLIENTE VIA TELEFONE/APLICATIVO.	54
FIGURA 5: FLUXOGRAMA - PREPARO DO PRODUTO.	55
FIGURA 6: FLUXOGRAMA - LIMPEZA E ORGANIZAÇÃO DO LOCAL.	55
FIGURA 7: GOOGLE ADS	60
FIGURA 8: CARTÃO DE VISITAS	61
FIGURA 9: CARTÃO DE VISITAS VERSO	62
FIGURA 10: PANFLETO	63
FIGURA 11: CENTRO DE PRESIDENTE EPITÁCIO – SP	65
FIGURA 12: LOCAL ONDE SE LOCALIZAVA A ANTIGA BELLENUS	65
FIGURA 13: LAYOUT	68
FIGURA 14: FLUXOGRAMA GLOBAL	71
FIGURA 15: MAPOFLUXOGRAMA	72
FIGURA 16: FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO AO CLIENTE NO ESTABELECIMENTO	74
FIGURA 17: FLUXOGRAMA DE ATENDIMENTO AO CLIENTE NO ESTABELECIMENTO	76
FIGURA 18: REGIÕES ATENDIDAS PELO SERVIÇO DE DELIVERY DA EMPRESA.	78
FIGURA 19: FLUXOGRAMA DE PROCESSO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE DA LUNARBURGUER.	79

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: FORMAS DE PAGAMENTO	64
TABELA 2: EMPREGADOS	70
TABELA 3: ROTATIVIDADE DE CLIENTES NO AMBIENTE	73
TABELA 4: CÁLCULO DO CICLO DE SERVIÇOS	74
TABELA 5: FAIXA SALARIAL	91
TABELA 6: COLABORADORES	91
TABELA 7: ORÇAMENTOS FIXOS	94
TABELA 8: MATERIAIS E INSUMOS	97
TABELA 9: INVESTIMENTOS	104
TABELA 10: FOLHA DE PAGAMENTO	106
TABELA 11: CUSTEAMENTO HAMBÚGUER	117
TABELA 12: CUSTEAMENTO HAMBÚRGUER DE FRANGO	119
TABELA 13: CUSTEAMENTO CACHORRO QUENTE	121
TABELA 14: CUSTEAMENTO COMBO 1	123
TABELA 15: CUSTEAMENTO COMBO 2	125
TABELA 16: CÁLCULO HORÁRIO DE TRABALHO	126
TABELA 17: CUSTOS INDIRETOS	127
TABELA 18: CUSTOS POR PRODUTOS	128
TABELA 19: CUSTEIO ABC	129
TABELA 20: PREÇOS DE VENDAS	130
TABELA 21: CÁLCULO DO PONTO DE EQUILÍBRIO	131
TABELA 22: PREVISÃO DE VENDAS ANO 1.	133
TABELA 23: PREVISÃO DE VENDAS ANO 2	142
TABELA 24: SÍNTESE DE VIABILIDADE ECONÔMICA DO PROJETO	153
TABELA 25: PLANO FINANCEIRO	154

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: DADOS DOS EMPREENDEDORES	17
QUADRO 2: DADOS DA PESQUISA	45
QUADRO 3: RELAÇÃO INICIAL DE PROVÁVEIS FORNECEDORES DA LUNARBURGUER	49
QUADRO 4: CONCORRENTES	50
QUADRO 5: PRODUTOS E SERVIÇOS DA EMPRESA	56
QUADRO 6: ÁREA DE ATENDIMENTO – MÉTRICAS RELEVANTES	68
QUADRO 7: DELIVERY	77
QUADRO 8: PORÇÃO DE BATATA FRITA COM BACON E MUÇARELA	80
QUADRO 9: PORÇÃO DE ANÉIS DE CEBOLA	81
QUADRO 10: PORÇÃO DE BATATA RÚSTICA	82
QUADRO 11: CACHORRO QUENTE	83
QUADRO 12: HAMBURGUER ARTESANAL	84
QUADRO 13: HAMBURGUER ARTESANAL DE FRANGO	85
QUADRO 14: ANÁLISE DE CARGOS	87
QUADRO 15: DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	103
QUADRO 16: BOM - BATATA FRITA COM BACON E MUÇARELA	107
QUADRO 17: BOM - BATATA RÚSTICA	108
QUADRO 18: BOM - ANÉIS DE CEBOLA	108
QUADRO 19: BOM - REFRIGERANTE	109
QUADRO 20: REFRIGERANTE 2L	109
QUADRO 21: BOM - CERVEJA ARTESANAL	110
QUADRO 22: BOM - CERVEJA	110
QUADRO 23: BOM - CHOPPS	111
QUADRO 24: BOM - HAMBÚRGUER ARTESANAL	111
QUADRO 25: BOM - HAMBÚRGUER ARTESANAL DE FRANGO	112
QUADRO 26: CACHORRO QUENTE	113
QUADRO 27: BOM - COMBO Nº 1	114
QUADRO 28: BOM - COMBO Nº 2	115
QUADRO 29: F.O.F.A	155

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: FAIXA ETÁRIA DOS ENTREVISTADOS.	26
GRÁFICO 2: SEXO DOS ENTREVISTADOS	27
GRÁFICO 3: ENTREVISTADOS QUE TRABALHAM.	28
GRÁFICO 4: OPÇÕES E POSIÇÕES CATEGÓRICAS DE EMPREGO DOS ENTREVISTADOS.	28
GRÁFICO 5: FAIXA SALARIAL DOS ENTREVISTADOS.	29
GRÁFICO 6: NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS ENTREVISTADOS.	30
GRÁFICO 7: CIDADE EM QUE OS ENTREVISTADOS RESIDEM.	31
GRÁFICO 8: MORADORES QUE RESIDEM NA RESIDÊNCIA DOS ENTREVISTADOS.	32
GRÁFICO 9: PREFERÊNCIA DE REFEIÇÕES DOS ENTREVISTADOS.	32
GRÁFICO 10: INTERESSE DOS ENTREVISTADOS EM NOVOS SABORES DE HAMBÚRGUERES	33
GRÁFICO 11: COMPONENTES QUE NÃO PODEM FALTAR EM UMA HAMBURGUERIA CONFORME A PREFERÊNCIA DOS ENTREVISTADOS	34
GRÁFICO 12: PREFERÊNCIA DE HAMBÚRGUERES DOS ENTREVISTADOS.	34
GRÁFICO 13: COMO SERIA UM HAMBÚRGUER PERFEITO NA PREFERÊNCIA DOS ENTREVISTADO	35
GRÁFICO 14: TIPOS DE CARNES QUE OS ENTREVISTADOS PREFEREM EM SEU HAMBÚRGUER.	35
GRÁFICO 15: ACOMPANHAMENTOS INTERESSANTES PARA OS ENTREVISTADOS.	36
GRÁFICO 16: PREÇO MÁXIMO QUE OS ENTREVISTADOS PAGARIAM EM UM HAMBÚRGUER ARTESANAL	36
GRÁFICO 17: INTERESSE DOS ENTREVISTADOS EM EXPERIMENTAR NOVAS CERVEJAS.	37
GRÁFICO 18: PREFERÊNCIA DE BEBIDAS DOS ENTREVISTADOS.	38
GRÁFICO 20: VALOR QUE OS ENTREVISTADOS ESTARIAM DISPOSTOS A PAGAR EM UMA LONG NECK.	39

GRÁFICO 19: VALOR QUE O ENTREVISTADO ESTARIA DISPOSTO A PAGAR EM UMA TAÇA DE CHOPE.	39
GRÁFICO 21: VALOR QUE OS ENTREVISTADOS ESTARIAM DISPOSTOS A PAGAR EM UMA GARRAFA DE CERVEJA DE 660ML (PRODUTO NACIONAL).	41
GRÁFICO 22: VALOR QUE OS ENTREVISTADOS ESTARIAM DISPOSTOS A PAGAR EM UMA CERVEJA ESPECIAL GOURMET (NACIONAIS E IMPORTADAS, GARRAFAS DE 600ML).	42
GRÁFICO 23: FATORES QUE OS ENTREVISTADOS GOSTARIAM DE ENCONTRAR EM UMA LANCHONETE PARA SAIR COM A FAMÍLIA.	43
GRÁFICO 24: UM PROGRAMA DE FIDELIDADE TORNARIA OS ENTREVISTADOS CLIENTES ASSÍDUOS.	43
GRÁFICO 25: CRITÉRIOS CONSIDERADOS ATRAVÉS DOS SERVIÇOS DE DELIVERY DOS ENTREVISTADOS.	44

SUMÁRIO

.....	3
LISTA DE TABELAS	5
LISTA DE QUADROS	6
LISTA DE GRÁFICOS.....	7
1 SUMÁRIO EXECUTIVO	12
1.1 INTRODUÇÃO	14
1.2 DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO	15
1.3 RAZÃO SOCIAL (INCLUSIVE NA BASE COMERCIAL DO ESTADO DE SÃO PAULO)	15
1.4 PESQUISA DE ENQUADRAMENTO NO CNAE	16
1.5 MARCA DA EMPRESA	16
1.6 DADOS DOS EMPREENDEDORES	17
1.7 MISSÃO DA EMPRESA	20
1.8 VISÃO DA EMPRESA	20
1.9 SETOR DE ATIVIDADES	20
1.10 FORMA JURÍDICA	21
1.11 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO	21
1.12 CAPITAL SOCIAL	21
1.13 FONTES DE RECURSOS.....	22
2 ESTUDO DE MERCADO	23
2.1 CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS E SOCIOECONÔMICAS DE PRESIDENTE EPITÁCIO E REGIÃO	23
2.1.1 Caiuá.....	24
2.1.2 Bataguassu	25
2.1.3 Presidente Venceslau.....	25
2.1.4 Presidente Prudente	25
2.3 ANÁLISE DE FORNECEDORES	47
2.4 ANÁLISE DE CONCORRENTES	50
3 PLANO DE MARKETING	52
3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS.....	52
3.2 PREÇO	58
3.2.1. Sensibilidade ao preço do consumidor	58

3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS.....	59
3.3.1 Estratégia 1	59
3.3.2 Estratégia 2	61
3.4 ESTRUTURAÇÃO DE COMERCIALIZAÇÃO.....	64
3.5 LOCALIZAÇÃO	65
4 PLANO OPERACIONAL.....	67
4.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO	67
4.2. CAPACIDADE PRODUTIVA, COMERCIAL E DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS.....	69
4.2.1 Detalhamento do serviço oferecido ao cliente no estabelecimento.	74
4.2.2 Detalhamento do serviço oferecido ao cliente no sistema delivery	75
4.3 PROCESSOS OPERACIONAIS.....	78
4.4 FICHA TÉCNICA DE GASTRONOMIA.....	79
4.5 NECESSIDADE DE PESSOAL	86
5. PLANO FINANCEIRO	92
5.2. O ORÇAMENTO DE INVESTIMENTO FIXO.....	93
5.3. O ORÇAMENTO DE MATERIAIS E INSUMOS.....	96
5.4. ORÇAMENTO DE INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL.....	102
5.5. SÍNTESE DO ORÇAMENTO DO INVESTIMENTO TOTAL	104
5.6. ORÇAMENTO DA FOLHA DE PAGAMENTO	105
5.7. ESTRUTURA DE CUSTOS DA EMPRESA.....	107
5.8 ORÇAMENTO EMPRESARIAL	132
5.9 NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO	152
5.10 ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA.....	152
5.11 ANÁLISE DO PLANO FINANCEIRO	154
6. AVALIAÇÃO DA ESTRTEGIA	155
6.1 ANÁLISE DE MATRIZ F.O.F.A.....	155
6.2 CONCLUSÃO.....	156
REFERÊNCIAS.....	157

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

Este empreendimento foi desenvolvido com o objetivo de, em conjunto, constituir uma empresa do setor alimentício que seja voltada para a hamburgueria artesanal, considerando que esse é um mercado pouco explorado na região. A proposta inicial será apresentar variedade em seu cardápio e conforto, desenvolvido com exclusividade do LUNARBURGUER para o público, dando ao cliente a disponibilidade e flexibilidade com um farto cardápio de produtos feitos artesanalmente, além de constar com uma seção exclusiva para cervejas artesanais e chopes de trigo e vinho. A hamburgueria artesanal fica localizada na cidade de Presidente Epitácio-SP, e tem como diferencial a qualidade e uma grande variedade de lanches saborosos e opções de bebidas e drinques para todos os gostos. Temos em vista também trazer conforto para nossos clientes com nosso local físico e fixo, uma limpeza correta do ambiente e todos os protocolos sanitários.

Foi elaborada e realizada uma pesquisa de mercado para melhor entendimento da preferência do público-alvo e dos futuros clientes, tomando informações da população da região do Oeste Paulista. Através dessa ação aperfeiçoamos nosso cardápio para os produtos mais escolhidos entre a população, visando a oferta de um melhor serviço.

Mas antes do hambúrguer ser servido da maneira que é hoje, sua forma teve início bem antes do que se imagina. Foi produzido pela primeira vez no séc. XVII, mas muito antes disso é uma colaboração gastronômica para o exército antigo de *Genghis Khan*, que foi um dos maiores conquistadores da Ásia, Oriente médio e Europa Oriental, sua caravana composta por mais de 150 mil homens, necessitava de uma maneira de transportar as carnes de caça, colocando entre as selas e o lombo dos cavalos, assim a carne virava uma “pasta” e após isso moldada em forma de bolas achatadas bem mais rápidas de comer para enfrentar a batalha seguinte (VIDA DE COZINHEIRO, 2019).

Após isso, com a praticidade e rapidez em como as pessoas precisavam consumir comida de maneira mais rápida devido ao princípio da industrialização no mundo, com mais trabalho e menos tempo para atender as suas refeições surgiram

os primeiros hambúrgueres. De acordo com o site Super Interessante (2019) os hambúrgueres vieram com a imigração e inserção de alemães, dando origem ao bife de carne moída cozida entre dois pães que, ao longo dos anos foi se aperfeiçoando até chegar ao que conhecemos atualmente. A partir dos grandes resultados que essa refeição trouxe à população e de sua eficácia, originaram-se as companhias de hambúrgueres, como a *White Castle* que foi um dos primeiros a investir e dar preço ao alimento. Em seguida vieram muitos outros como o *McDonald's*, *Burger King*, e com eles outras opções e variações de sabores de hambúrgueres (SUPER INTERESSANTE, 2019).

Nesse sentido, vem a preocupação de aproveitar ainda mais o rendimento dos trabalhadores, com a evolução dos direitos humanos permitindo que de tempos em tempos se faça necessário que o trabalhador tenha o seu lazer e/ ou férias e um dos melhores jeitos de aproveitar é com a famosa cerveja gelada, muito consumida pelos brasileiros. As cervejas foram inseridas no Brasil em meados do séc. XIX, onde até o momento a bebida era desconhecida pelos brasileiros. Algumas delas começaram a chegar nos portos em 1808 e vinham direto da Inglaterra ou da Alemanha para os consumidores de elite, classe alta, donos de negócios e afins, pois era extremamente inacessível para as classes mais baixas. Mas ela foi se popularizando no Rio de Janeiro passando a ser uma concorrente da cachaça. Logo em seguida o consumo de bebidas alcoólicas tornou-se interessante, entretanto, as boas cervejas que eram as importadas e conseqüentemente tinham preços exorbitantes. Logo as bebidas passaram a ser produzidas no país com grandes variações brasileiras e ingredientes mais acessíveis, como gengibre, limão, cana-de-açúcar, entre outros (BRASIL DE FATO, 2019).

Recentemente o mercado alimentício gourmet tem crescido muito com o aumento dos que simpatizam com o consumo de hambúrgueres artesanais. De acordo com o Instituto Gastronômico das Américas de 1994 a 2014 foram cerca de mais de 57,5% de criações de marcas gourmet e apesar da pandemia do novo coronavírus, o mercado permaneceu crescendo a média de 50% no último ano.(INSTITUTO GASTRONÔMICO DAS AMÉRICAS IGA, 2014).

Muitos brasileiros aderiram ao hábito de se alimentar fora de casa, principalmente quando o assunto é um lanche rápido e de fácil consumo. Além disso,

nada é mais saboroso e combinativo com um fim de semana quanto a um bom lanche, bem-feito e caprichado. Um levantamento feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística em 2019 aponta que 32,8% do orçamento das famílias brasileiras é destinado às refeições fora do domicílio, levando em consideração que muitos precisam de algo prático no dia a dia, visando um melhor aproveitamento do tempo (UNIVERSO DOS NEGÓCIOS, 2020).

No que tange aos chopes e cervejas artesanais, esses tiveram início na sua história no Brasil com a chegada de Maurício de Nassau ao Recife em 1637, sendo esse um marco na história do país. As vendas da bebida no Brasil cresceram 5,3% em 2020, em comparação com 2019, na contramão da economia e do mercado global, segundo levantamento da Euromonitor. O percentual de brasileiros com mais de 18 anos que consumiu cerveja em casa atingiu a marca recorde de 68,6%, de acordo com dados da Kantar (EDUCAÇÃO DO BRASIL, 2020).

Considerando esses aspectos, os sócios da LUNARBURGUER, tem como dever facilitar a vida do consumidor, dando a eles a oportunidade de provar mais uma das evoluções do hambúrguer na sua beleza artesanal, que é tão pouco explorada, além de muito saborosa, como as cervejas são voltadas principalmente para o público maior de 18 anos trazendo uma variação de cervejas e chopes a base de trigo e vinho.

1.1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como foco principal a elaboração de um plano de negócios para a criação e implantação de uma Hamburgueria com diversas combinações e uma variedade de tipos de cerveja, situado na cidade de Presidente Epitácio – SP, uma cidade no interior, na divisa do estado de São Paulo com Mato Grosso do Sul. Cabe ressaltar que o local é famoso por abrigar vários turistas, pois a cidade possui o título do mais belo pôr do sol, portanto há um grande fluxo de pessoas diariamente da região.

Este trabalho visa esboçar um plano de negócios, cuja ideia central é estruturar a implantação de uma hamburgueria, onde o gestor deverá considerar vários fatores para o desenvolvimento do negócio.

O plano de negócio entra como uma peça fundamental para a gestão de um empreendimento, uma vez que, por meio dele, o gestor pode medir as incertezas e riscos que enfrentará. Poderá ainda fazer previsões, projeções e identificar as melhores oportunidades, sabendo como aproveitá-las.

O estudo apresenta de forma minuciosa todos os passos para que o objetivo proposto no projeto possa ser atingido. A elaboração do plano de negócio abrangerá o plano de marketing, e o Plano Financeiro, sendo que o último, será capaz de provar, através de projeção financeira, a rentabilidade do negócio, prevendo sua viabilidade.

A hamburgueria tem como alvo atender o público da cidade de Presidente Epitácio e Região, dentre os quais se mantém em foco os moradores, trabalhadores e turistas que passam pela cidade. Além de atender localização privilegiada na cidade, o local da antiga Bellenus, um lugar amplo que comporta em média de 11 pessoas para ser atendido e ficar no local ouvindo um som ambiente.

1.2 DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO

Trata-se de um restaurante especializado em hambúrgueres e cervejas artesanais.

1.3 RAZÃO SOCIAL (INCLUSIVE NA BASE COMERCIAL DO ESTADO DE SÃO PAULO)

Para o desenvolvimento deste Plano de Negócio optou-se por criar um nome a ser registrado para o projeto, a saber: LUNARBURGUER COMÉRCIO DE RESTAURANTE LTDA.

1.4 PESQUISA DE ENQUADRAMENTO NO CNAE

A empresa será enquadrada na Classificação Nacional de Atividade Econômica – CNAE, em dois códigos: 5611-2/03 e 5611-2/01. Ambos são para restaurantes, nem específico, porém em busca de se enquadrar corretamente no mercado alimentício.

1.5 MARCA DA EMPRESA

Figura 1: Marca da Empresa



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Dados da empresa

Nome Fantasia: LUNARBURGUER

A marca LUNARBURGUER foi uma ideia desenvolvida em conjunto por todos os sócios. A marca mostra a ilustração de um “hambúrguer lunar”, com características da lua para simbolizar a via láctea (FIGURA 1). A partir da ideia do “hambúrguer lunar” foi criada a abreviação LUNARBURGUER. Após a definição do nome da empresa foi desenvolvida a marca, estando ambos diretamente relacionados.

Em seu subtítulo, está apresentado qual a especialização da casa, que são os hambúrgueres artesanais e a venda de bebidas alcoólicas como as cervejas artesanais e chopes à base de trigo e vinho.

1.6 DADOS DOS EMPREENDEDORES

Quadro 1: Dados dos empreendedores

Dados Pessoais	
Nome:	Larissa Gonçalves de Oliveira
Endereço:	xxxxxxxxxx xxxx – xxxxxx
Cidade/Estado:	Presidente Epitácio – SP
Telefone/Celular:	(XX) XXXXX-XXXX
Informações Adicionais:	Solteira, 22 anos
Formação Acadêmica:	Formada no Ensino Médio em 2016 pela instituição E.E. 18 de Junho, e atualmente cursando o técnico em Administração no IFSP – Campus de Presidente Epitácio
Função:	Sócia administrativa

Dados Pessoais	
Nome:	Lidiane Nascimento Cardoso
Endereço:	xxxxxxxxxx xxxx – xxxxxx
Cidade/Estado:	Presidente Epitácio – SP
Telefone/Celular:	(XX) XXXXX-XXXX
Informações Adicionais:	Solteira, 17 anos
Formação Acadêmica:	Cursando 3º ano do Ensino Médio na instituição E.E. Antônio de Carvalho Leitão, e cursando o técnico em Administração no IFSP – Campus Presidente Epitácio
Função:	Sócia administrativa

Dados Pessoais	
Nome:	Rafael Henrique Chalegre da Silva
Endereço:	xxxxxxxxxx xxxx – xxxxxx
Cidade/Estado:	Presidente Epitácio – SP
Telefone/Celular:	(XX) XXXXX-XXXX
Informações Adicionais:	Solteira, 19 anos
Formação Acadêmica:	Formado no Ensino Médio e técnico em Mecatrônica no IFSP – Campus Presidente Epitácio em 2018, e cursando o técnico em Administração no IFSP – Campus Presidente Epitácio
Função:	Sócia administrativa

Dados Pessoais	
Nome:	Naum Gabriel Santana Dege
Endereço:	xxxxxxxxx xxxx – xxxxxx
Cidade/Estado:	Presidente Epitácio – SP
Telefone/Celular:	(XX) XXXXX-XXXX
Informações adicionais:	Solteiro, 20 anos
Formação Acadêmica:	Formado no Ensino Médio completo na instituição E.E. 18 de Junho em 2017, e atualmente cursando o técnico em Administração no IFSP – Campus de Presidente Epitácio
Função:	Sócio administrativo

Dados Pessoais	
Nome:	Gabrielle Cabral da Silva
Endereço:	xxxxxxxxx xxxx – xxxxxx
Cidade/Estado:	Presidente Epitácio – SP
Telefone/Celular:	(XX) XXXXX-XXXX
Informações Adicionais:	Solteira, 20 anos
Formação Acadêmica:	Formada no Ensino Médio completo na instituição E.E. 18 de Junho em 2018, e atualmente cursando o técnico em Administração no IFSP – Campus de Presidente Epitácio
Função:	Sócia administrativa

Fonte: Elaborado pelos próprios autores, 2021.

1.7 MISSÃO DA EMPRESA

A missão da LUNARBURGUER é mostrar a cidade de Presidente Epitácio uma outra perspectiva e forma em como saborear um rico hambúrguer artesanal, acompanhado de uma cerveja artesanal, que apesar da distinção de sabores se complementam. Apresentaremos como os dois se complementam, bem como a maneira em que se dará a sua comercialização gourmet, sofisticada e requintada.

Logo, a nossa declaração de missão é a seguinte: proporcionar a melhor experiência gastronômica da região de Presidente Epitácio, por meio de hambúrgueres artesanais.

1.8 VISÃO DA EMPRESA

Ser classificada como uma das melhores hamburguerias artesanais do Brasil segundo o Guia Michelin.

1.9 SETOR DE ATIVIDADES

O setor que a LUNARBURGUER pretende atuar é o de comércio varejista, com a venda de hambúrgueres e chope artesanais no nosso espaço físico com um ambiente muito agradável.

Tendo em vista o objetivo de trazer qualidade, compromisso, diversidade de refeições no nosso cardápio e agilidade no nosso atendimento, visando sempre o melhor para os nossos clientes.

1.10 FORMA JURÍDICA

A LUNARBURGUER se encaixa em uma forma jurídica de Sociedade Limitada, onde os sócios vão se responsabilizar conjuntamente pelo Capital Social da empresa limitando-se às cotas que cada sócio possuir.

Cada um dos cinco sócios terá uma participação de 20% na empresa, sendo essa uma participação igualitária entre os sócios.

1.11 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Optamos pelo enquadramento no Simples Nacional, em razão de algumas de suas características:

- Alíquotas tributárias atrativas (menor tributação e seus benefícios, em relação a outros tributos, podendo realizar vários tributos em uma guia: PIS/PASEP, CSLL, COFINS, ICMS, IPI, ISS).
- Faixa de faturamento compatível com os primeiros anos de funcionamento do negócio (para ser considerado é necessário ser microempresa e empresa de pequeno porte onde seu faturamento tende a ser menor ou igual a 360.000,00 para microempresas e de 360.000,00 a 3.600.000,00 para empresas de pequeno porte).

1.12 CAPITAL SOCIAL

Para a implantação do negócio será destinado ao capital social um recurso no valor de \$150.000,00 (Cento e cinquenta mil reais).

1.13 FONTES DE RECURSOS

- Investidor 1 – R\$30.000,00 (20%);
- Investidor 2 – R\$30.000,00 (20%);
- Investidor 3 – R\$30.000,00 (20%);
- Investidor 4 – R\$30.000,00 (20%);
- Investidor 5 – R\$30.000,00 (20%).

A seguir, apresenta-se o Estudo de mercado.

2 ESTUDO DE MERCADO

Nesta seção serão apresentados os resultados da pesquisa de mercado, que foram baseadas no Manual do Plano de Negócios do Sebrae. Os dados apresentados visam explicar de forma objetiva o planejamento.

Serão abordados os seguintes tópicos neste capítulo, a partir do Estudo de Mercado: (a) Apresentação das características demográficas e socioeconômicas de Presidente Epitácio e Região; (b) Análise de clientes; (c) Análise de Fornecedores; e (d) Análise de Concorrentes.

2.1 CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS E SOCIOECONÔMICAS DE PRESIDENTE EPITÁCIO E REGIÃO

Divisa a Mato Grosso do Sul (FIGURA 2) com uma área territorial de 1.260,281 km² (um mil e duzentos e sessenta, duzentos e oitenta e um), Presidente Epitácio possui uma estimativa populacional de aproximadamente 44.389 (quarenta e quatro mil e trezentos oitenta e nove) pessoas. Em sua densidade demográfica possui 32,79 hab./km² (trinta e dois, setenta e nove habitantes por quilômetros quadrados) e seu PIB per capita tem aproximadamente R\$19.364,06 (dezenove mil e trezentos e sessenta e quatro reais e seis centavos), de acordo com dados do IBGE (2020).

Figura 2: Visualização da localização privilegiada de Presidente Epitácio.



Fonte: Google Maps (2021).

A cidade Estância turística de Presidente Epitácio recebe visitantes regularmente, principalmente em eventos especiais como carnaval no Epifolia chega a receber aproximadamente 42.000 (quarenta e dois mil) turistas, e também principalmente no réveillon chega a receber em média 93.020 (noventa e três mil e vinte) pessoas e dentre outros eventos ao decorrer do ano (WIKIPÉDIA, 2017).

A seguir as demais cidades situadas na região de Presidente Epitácio.

2.1.1 Caiuá

Caiuá possui uma área territorial de 551.159 km² (quinhentos e cinquenta e um mil cento e cinquenta e nove) e uma estimativa populacional de 5.946 (cinco mil novecentas e quarenta e seis) pessoas. Sua densidade demográfica é de 9,16 hab./km² (nove, dezesseis habitantes por quilômetro quadrado) e o PIB per capita é de aproximadamente de R\$13.036,29 (treze mil e trinta e seis reais e vinte e nove centavos), de acordo com dado do IBGE (2020).

2.1.2 Bataguassu

Na divisa de São Paulo para Mato Grosso do Sul, apenas atravessando a ponte Rio Paraná e Ponte Hélio Serejo encontra-se a cidade de Bataguassu que possui uma área territorial de 2.392,48 km² (dois mil e trezentos e noventa e dois, e quarenta e oito quilômetros quadrados), sua estimativa populacional é de 23.325 (vinte e três mil e trezentas e vinte e cinco) pessoas, em sua densidade demográfica de 8,21 hab/ km² (oito, e vinte e uma pessoas por quilômetro quadrado), já o PIB per capita está cerca de R\$34.552,55 (trinta e quatro mil e quinhentos e cinquenta e dois, e cinquenta e cinco reais) de acordo com os dados do IBGE.

2.1.3 Presidente Venceslau

A cidade de Presidente Venceslau possui uma área territorial de 755.203 km² (setecentas e cinquenta e cinco mil e duzentos e três quilômetros quadrados) e uma estimativa populacional de 39.583 (trinta e nove mil e quinhentas e oitenta e três) pessoas. Sua densidade demográfica possui aproximadamente cerca de 50,10 km² (cinquenta, dez pessoas por quilômetro quadrado), seu PIB está em torno de R\$18.163,42 (dezoito mil e cento e sessenta e três reais e quarenta e dois centavos) de acordo com os dados do IBGE.

2.1.4 Presidente Prudente

Uma das maiores cidades da região, Presidente Prudente possui uma área territorial de 560.637 km² (quinhentos e sessenta mil e seiscentos e trinta e sete quilômetros quadrados), com uma estimativa populacional de 230.371 (duzentas e trinta mil trezentas e setenta e uma) pessoas, em sua densidade demográfica de 368,89 hab./km² (trezentos e sessenta e oito, e oitenta e nove pessoas por quilômetro quadrado), já o PIB per capita é de R\$35.207,07 (trinta e cinco mil e duzentos e sete reais e sete centavos) de acordo com os dados do IBGE.

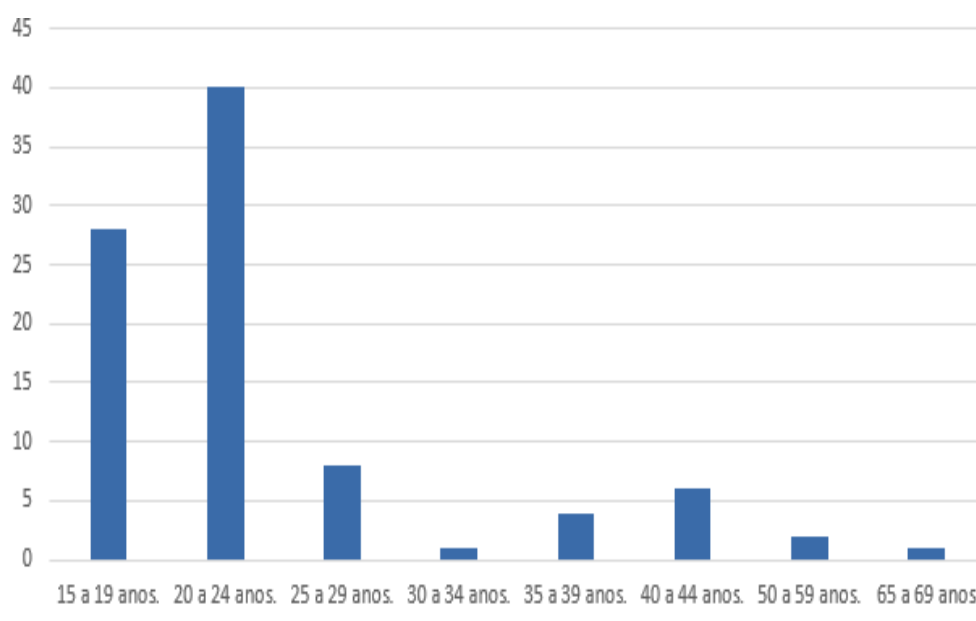
2.2 ANÁLISE DE CLIENTES

Em busca de entender melhor os nossos clientes, optamos por fazer uma análise que nos ajudará a saber o que é necessário trazer para nosso empreendimento.

Para tal, nos valem da técnica de amostragem não-probabilística por conveniência. Foram aplicados 200 questionários no período de 27 de maio a 17 de junho de 2021, que redundaram no retorno de 90 (noventa) formulários respondidos. O instrumento de coleta de dados foi elaborado em ferramenta do Google, no caso, o serviço de Formulários. Ele continha 25 (vinte e cinco) questões fechadas, as quais tinham como objetivo a identificação do público-alvo e suas preferências (Apêndice I). O questionário foi aplicado por meio eletrônico, a partir da disponibilização do link gerado pelo Google Formulários por *Whatsapp*, *Instagram* e *Facebook*, usando a rede de contatos dos sócios da empresa.

Após a coleta de dados foram elaborados gráficos para representar os resultados obtidos através do formulário, começando pelo gráfico 1.

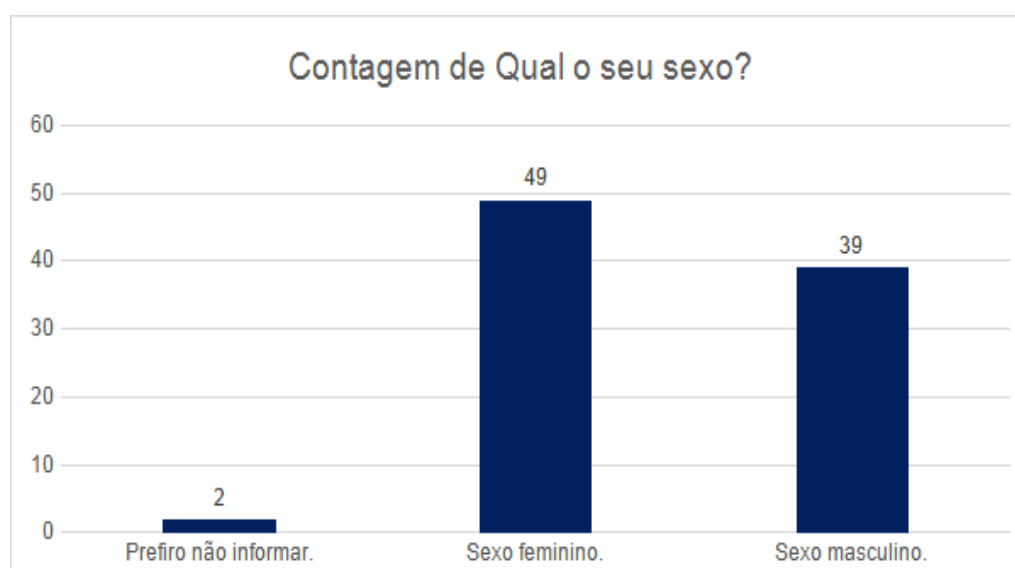
Gráfico 1: Faixa etária dos entrevistados.



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

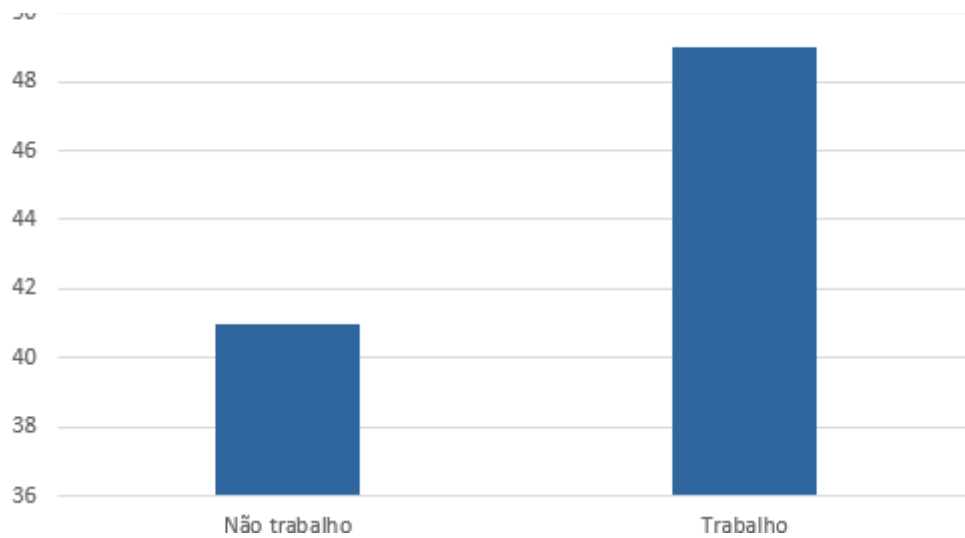
O gráfico demonstra que o maior do público que respondeu ao questionário possui entre 20 a 24 anos de idade, ficando em segundo lugar pessoas com idade menor que 19 anos. Mesmo assim, as outras faixas etárias não estão descartadas pois também são parte do público alvo.

Gráfico 2: Sexo dos entrevistados



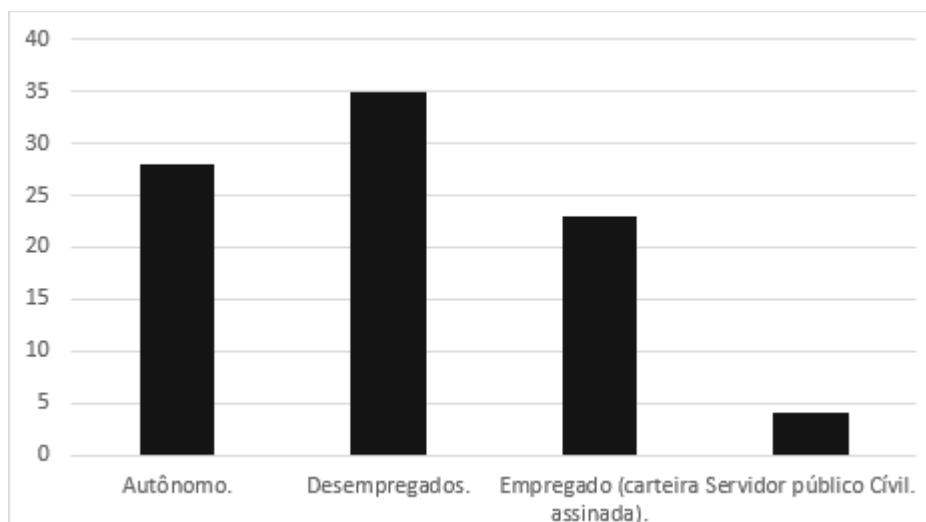
Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

O gráfico expressa a quantidade de homens e mulheres entrevistados. De acordo com as informações, 49 das pessoas entrevistadas são do sexo feminino, 39 masculinos e 2 pessoas que optaram por não informar. Sendo assim, é possível perceber que houve uma pequena diferença entre os sexos masculino e feminino.

Gráfico 3: Entrevistados que trabalham.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

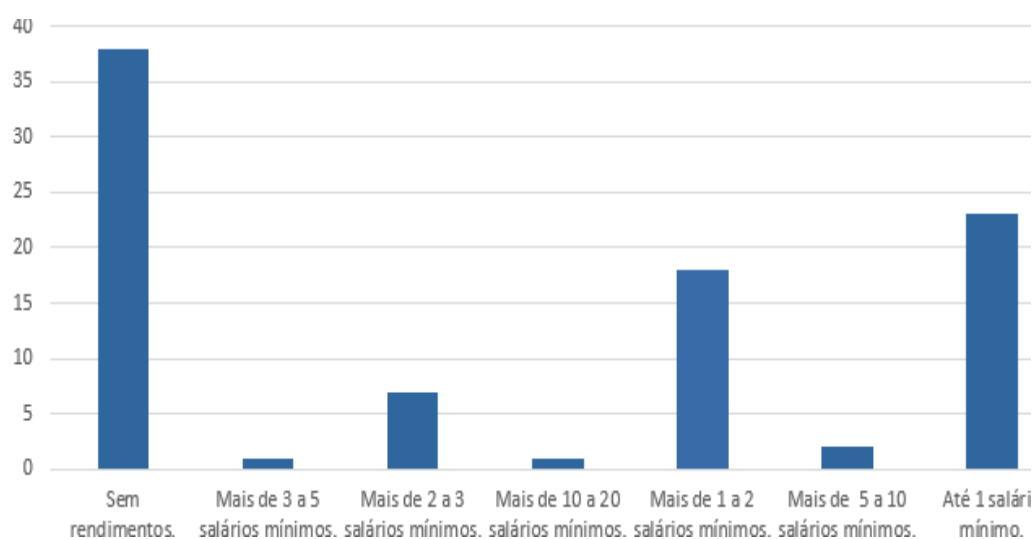
O gráfico expressa a quantidade de pessoas que estão empregadas até o momento da pesquisa, totalizando 49 pessoas atuando no mercado de trabalho. Para o desenvolvimento dessa pesquisa é de extrema importância a apresentação desses dados pois é necessário saber se a parte de trabalhadores na região estão sendo atingidos, para que assim possamos atraí-los para o nosso negócio.

Gráfico 4: Opções e posições categóricas de emprego dos entrevistados.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

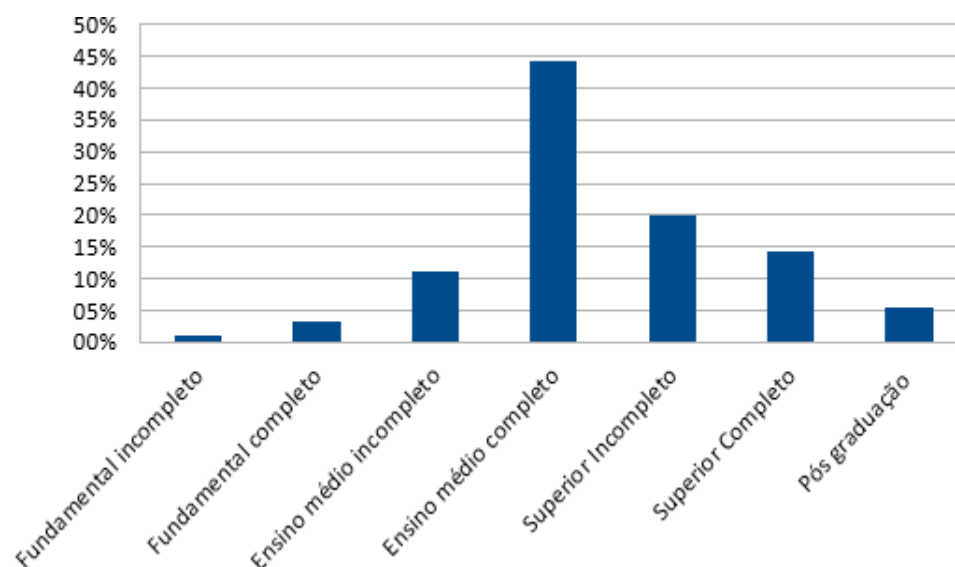
O gráfico demonstra a quantidade de pessoas nas categorias de emprego, bem como as desempregadas, que totalizam 35 pessoas. Ainda, 28 trabalhadores são autônomos, 23 possuem carteira assinada e 4 são servidores públicos. Isso mostra que há um grande número de empregados na região onde foi realizada a pesquisa de mercado.

Gráfico 5: Faixa salarial dos entrevistados.



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

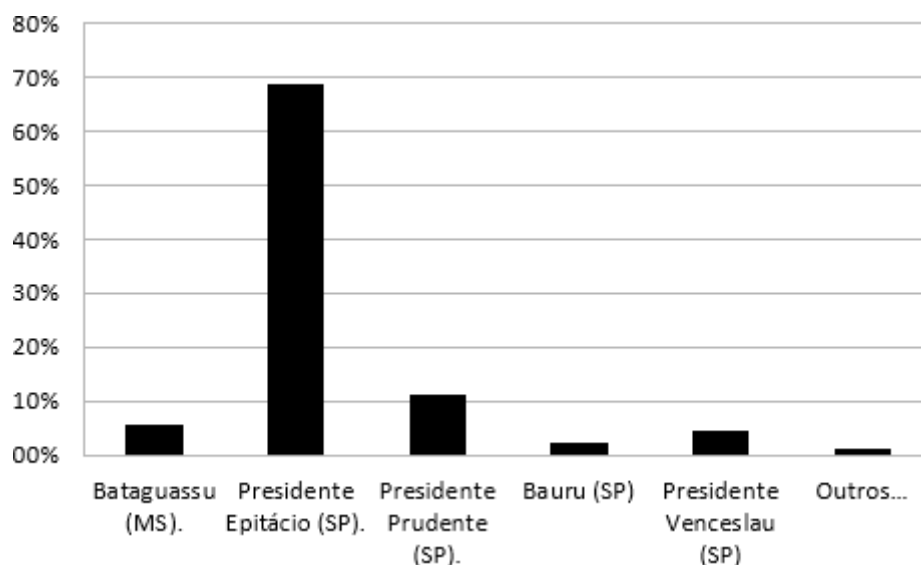
Conforme as informações do gráfico, 38 pessoas não possuem uma renda fixa, 23 pessoas apresentam renda de até 1 salário e 18 pessoas com até 2 salários. Não descartando as outras faixas salariais, o público por seu índice é maior entre as faixas mais baixas.

Gráfico 6: Nível de escolaridade dos entrevistados.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

No gráfico acima podemos observar os níveis de escolaridade dos entrevistados. Do total, 44,4% dos entrevistados possuem o ensino médio completo, outros 20% possuem superior incompleto, ou seja, não terminaram a formação de nível superior. 14,4 % completaram a formação de nível superior, outros 11, 1% possuem o ensino médio completo. Por outro lado, 3,3 % possuem o ensino fundamental completo e outros 1,1% não chegaram a concluí-lo.

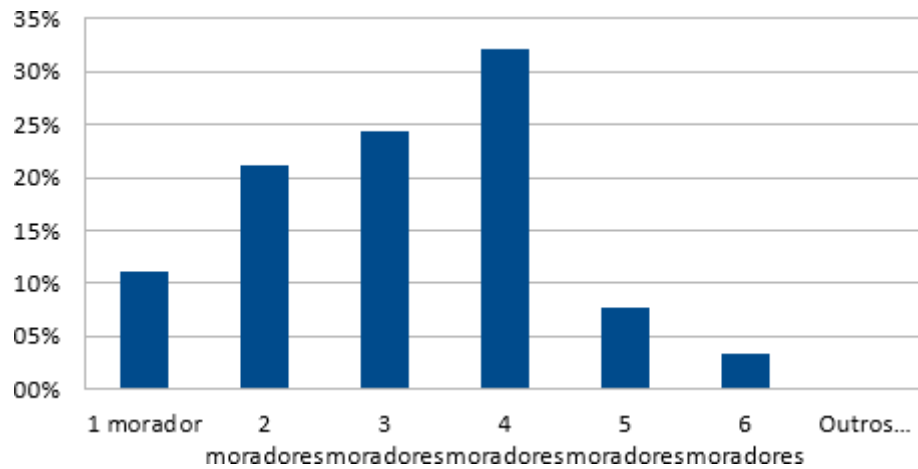
Com esses dados podemos afirmar que a maior parte dos entrevistados possuem o ensino médio completo.

Gráfico 7: Cidade em que os entrevistados residem.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

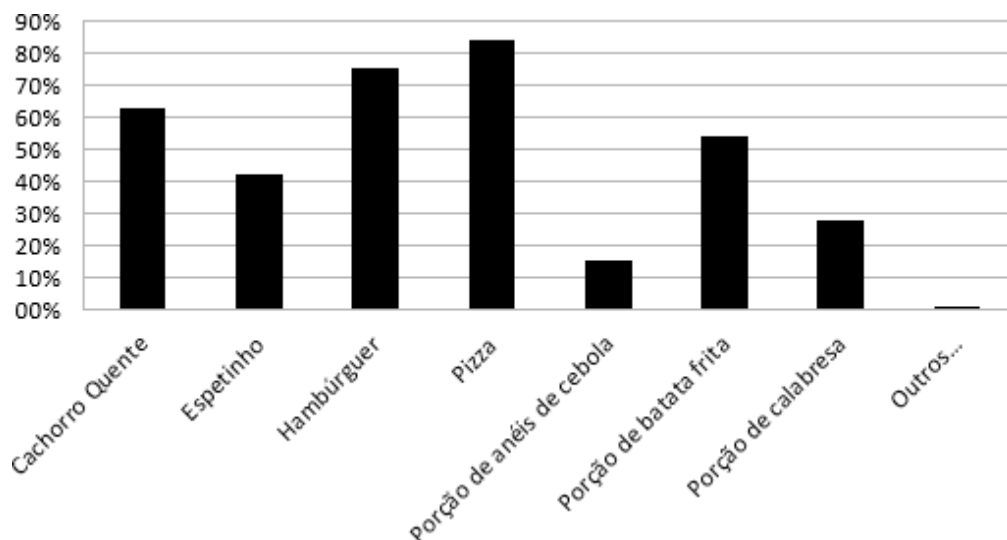
Podemos observar no gráfico que 68,9% das pessoas entrevistadas residem na cidade de Presidente Epitácio-SP, outras 11,1% residem na cidade de Presidente Prudente-SP. Outra parte que corresponde a 5,6% reside em Bataguassu-MS, em Presidente Venceslau-SP residem apenas 4,4% de entrevistados e 1.1% reside em Bauru-SP.

Com esses dados obtidos podemos concluir que a maioria dos entrevistados, que se enquadram como possíveis clientes se encontram em sua maior parte em Presidente Epitácio SP. Sendo assim o maior público serão os habitantes da cidade e o restante poderá se tornar clientes em potencial.

Gráfico 8: Moradores que residem na residência dos entrevistados.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

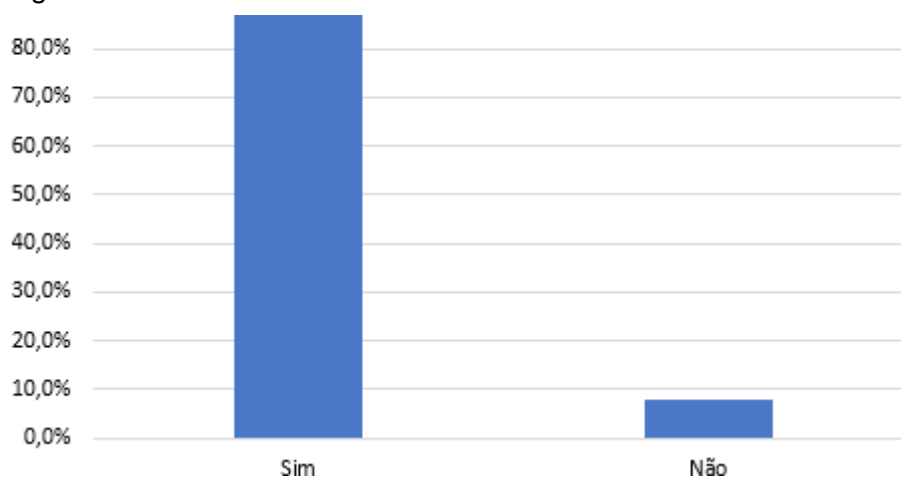
Podemos observar no gráfico acima que 32,2% dos entrevistados residem com 4 pessoas na mesma residência, já outros 24,4 % residem com 3 pessoas. 21,1% dos entrevistados afirmaram que residem com 2 moradores, outros 11,1% com apenas 1 morador. 7,8% residem com 5 moradores e outros 3,3% com 6 moradores. Isso significa que quanto mais moradores tiverem na mesma residência mais clientes em potencial teremos.

Gráfico 9: Preferência de refeições dos entrevistados.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Com base no gráfico acima podemos observar que cerca de 84,4% dos entrevistados preferem pizza, outros 75,6% hambúrguer, já 63,3% preferem cachorro quente, enquanto 42,2% dos entrevistados preferem espetinhos. Em relação às porções, a de batata frita com 54,4% foi a mais escolhida, seguida da porção de calabresa com 27,8% e da porção de anéis de cebola com 15,6%. Com esses dados podemos afirmar que boa parte dos entrevistados preferem pizza e a outra prefere hambúrguer e cachorro quente. A partir dessas informações podemos aprimorar nosso cardápio para oferecer o melhor aos nossos possíveis clientes e atender a todas as preferências.

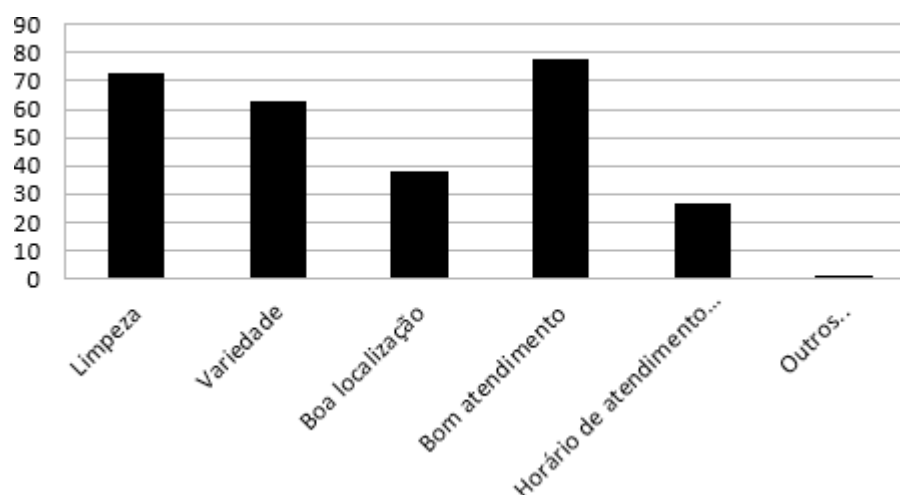
Gráfico 10: Interesse dos entrevistados em novos sabores de hambúrgueres



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Podemos concluir que 92,2% dos entrevistados tem interesse em experimentar novos tipos e sabores de hambúrgueres, e outros 7,8% não tem interesse. Com isso podemos perceber que existe a necessidade de inovação em nosso cardápio, pois isso pode vir a agradar nossos possíveis clientes.

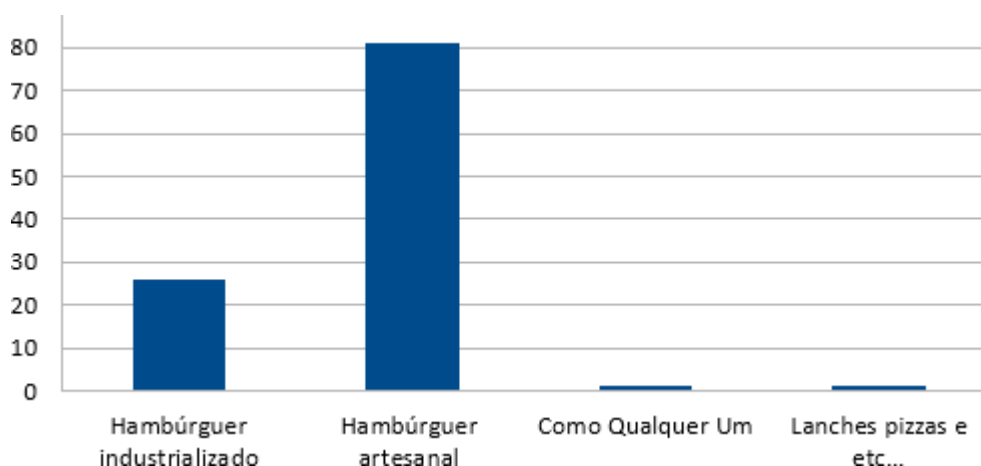
Gráfico 11: Componentes que não podem faltar em uma hamburgueria conforme a preferência dos entrevistados



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

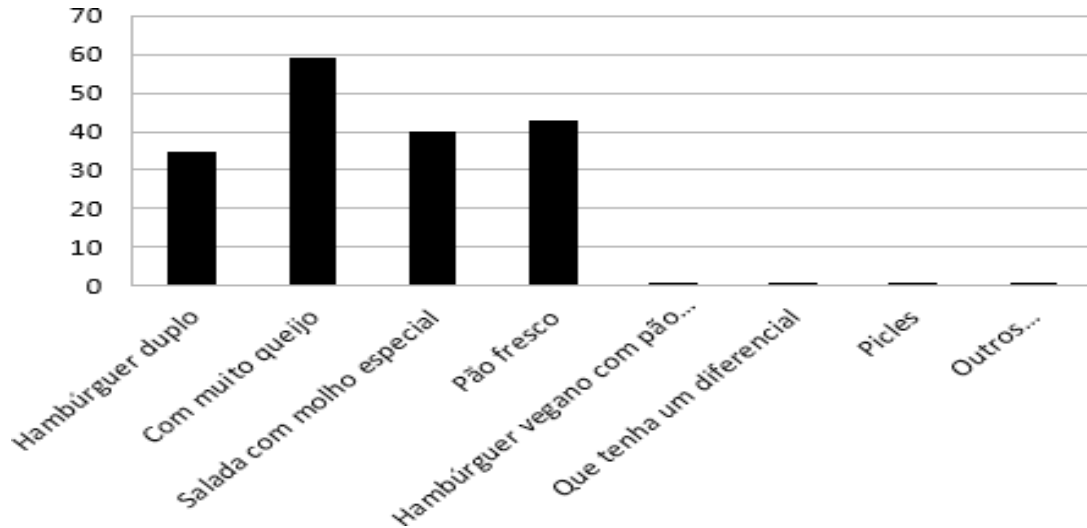
De acordo com a pesquisa podemos observar que as pessoas que participaram da mesma prezam pela limpeza, bom atendimento, variedade, boa localização e horário de atendimento estendido.

Gráfico 12: Preferência de hambúrgueres dos entrevistados.



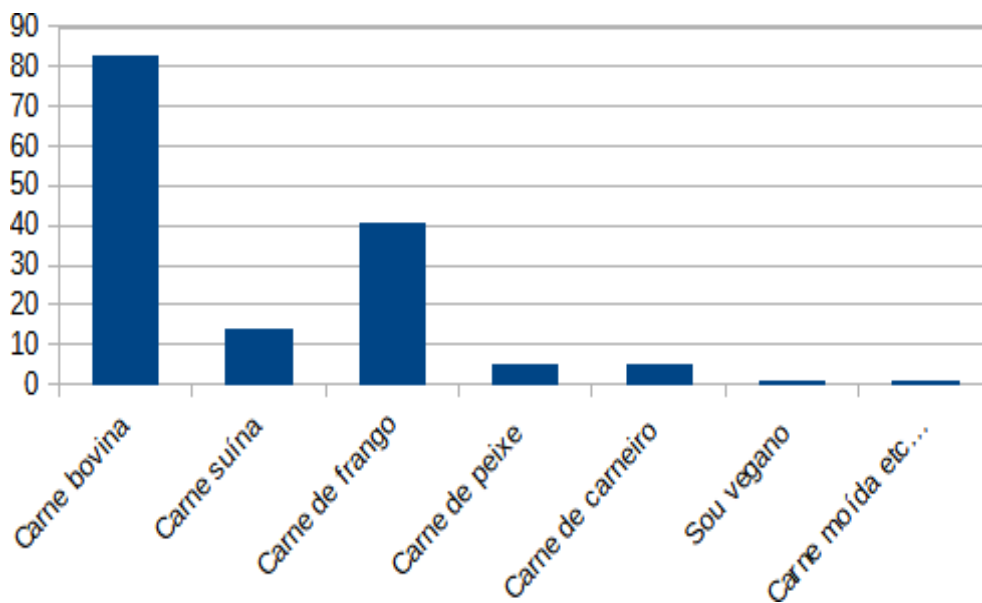
Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Podemos observar que 80 pessoas compoem a grande maioria dos entrevistados preferem o hambúrguer artesanal, sendo 25 pessoas a minoria preferem o hambúrguer industrializado.

Gráfico 13: Como seria um hambúrguer perfeito na preferência dos entrevistado

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

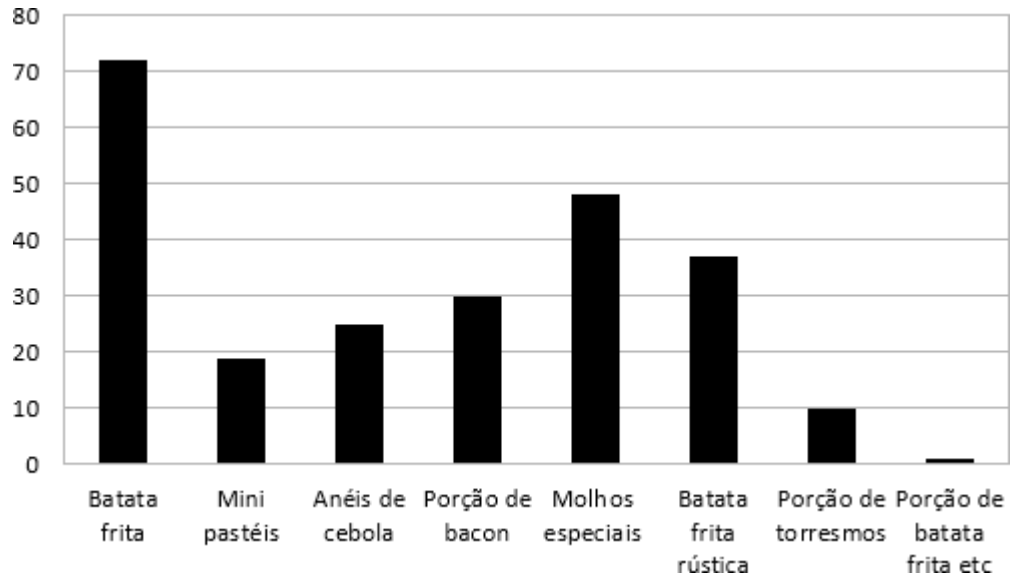
Segundo nossos entrevistados, um hambúrguer perfeito deve conter: muito queijo, pão fresco, salada com molho especial e hambúrguer duplo.

Gráfico 14: Tipos de carnes que os entrevistados preferem em seu hambúrguer.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Os tipos de hambúrguer preferidos são carne bovina, carne de frango, carne suína, carne de peixe e carneiro.

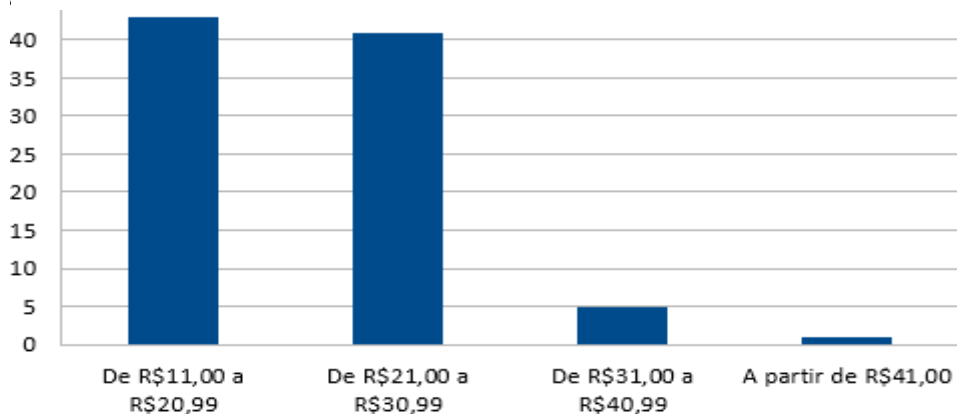
Gráfico 15: Acompanhamentos interessantes para os entrevistados.



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

De acordo com a pesquisa, os acompanhamentos preferidos são: batata frita, molhos especiais, batata rústica, porção de bacon, anéis de cebola, mini pastéis e porção de torresmo.

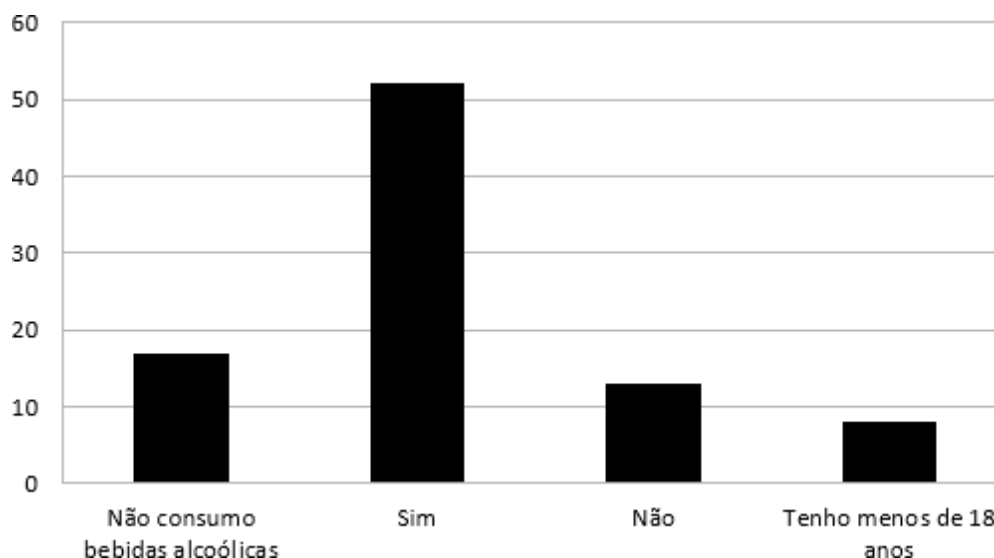
Gráfico 16: Preço máximo que os entrevistados pagariam em um hambúrguer artesanal



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

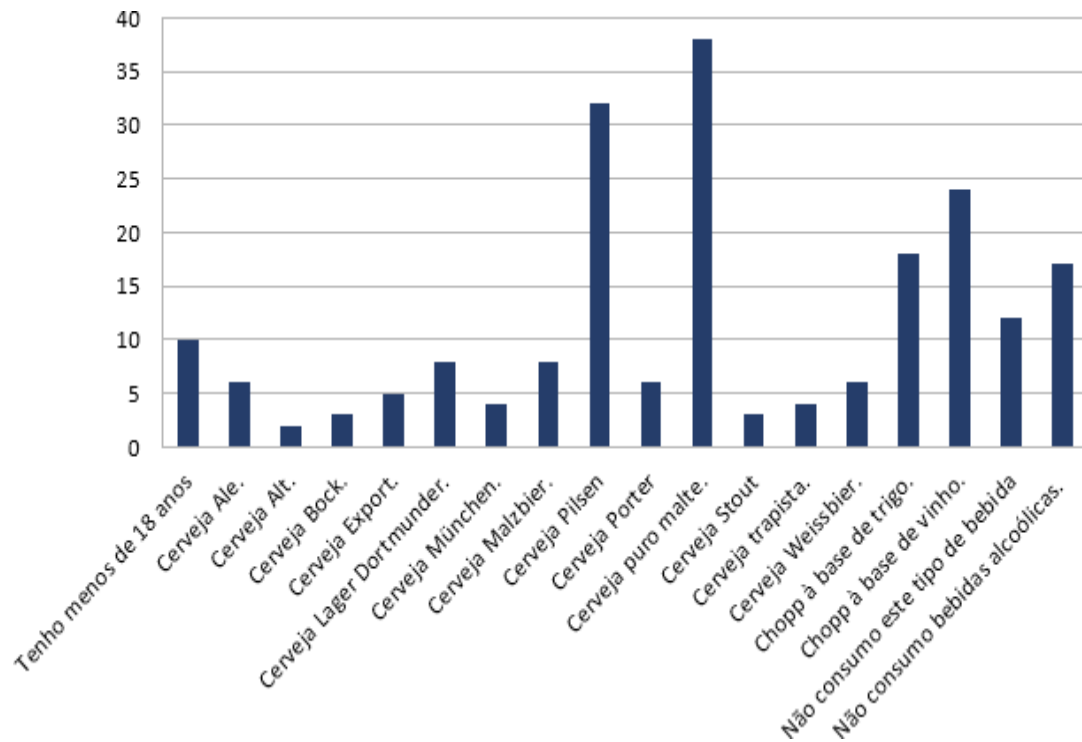
O gráfico mostra que a maioria das pessoas que responderam ao questionário estão dispostos a pagar entre R\$11,00 a R\$ 20,99 e entre R\$21,00 a R\$ 30,99 e a minoria pagariam de R\$ 31,00 a R\$ 40,99 e a partir de R\$41,00. Percebemos então que a faixa de preço que nossos clientes estariam dispostos a pagar seria de R\$11,00 a R\$30,99, informação essa que nos auxilia a estipular a faixa de preços para nossos hambúrgueres.

Gráfico 17: Interesse dos entrevistados em experimentar novas cervejas.



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

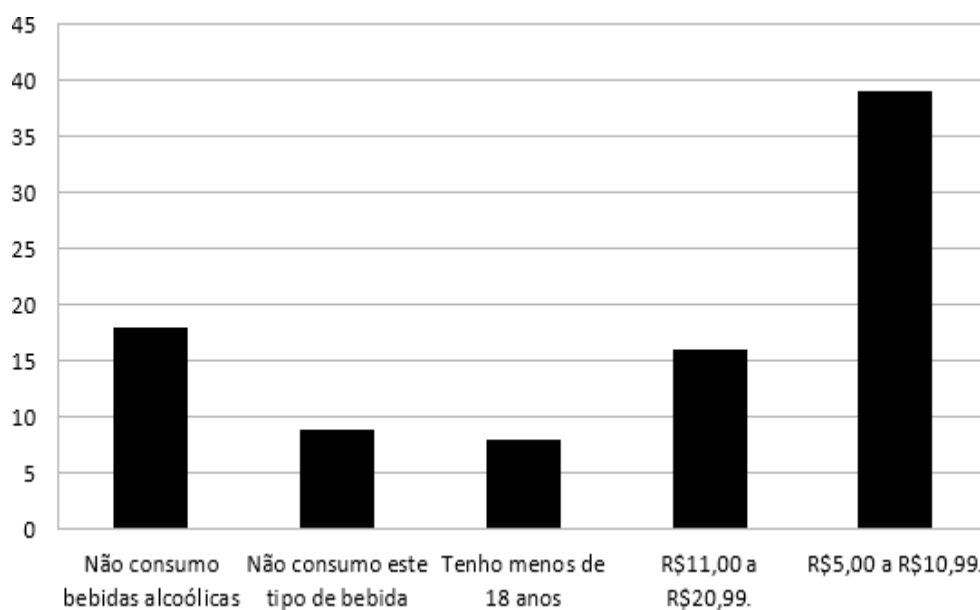
Como mostrado no gráfico, 52 pessoas se interessariam em experimentar novas cervejas, enquanto 13 não possuem essa vontade e com 25 pessoas não consomem bebidas alcoólicas ou são menores de 18 anos. Percebe-se que muitos de nossos clientes gostariam de experimentar novas cervejas, mas também estamos dispostos a servir outros tipos de bebidas não sendo alcoólicas, para os que não podem ou não as consomem.

Gráfico 18: Preferência de bebidas dos entrevistados.

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

No gráfico é mostrado que muitas pessoas gostam da Cerveja Pilsen e a Puro Malte, mas também observa-se que os chopps de base em trigo e vinho foram bastante escolhidos. Com isso podemos ter uma base dos tipos de cervejas e *chopes* que podemos ofertar em nosso estabelecimento.

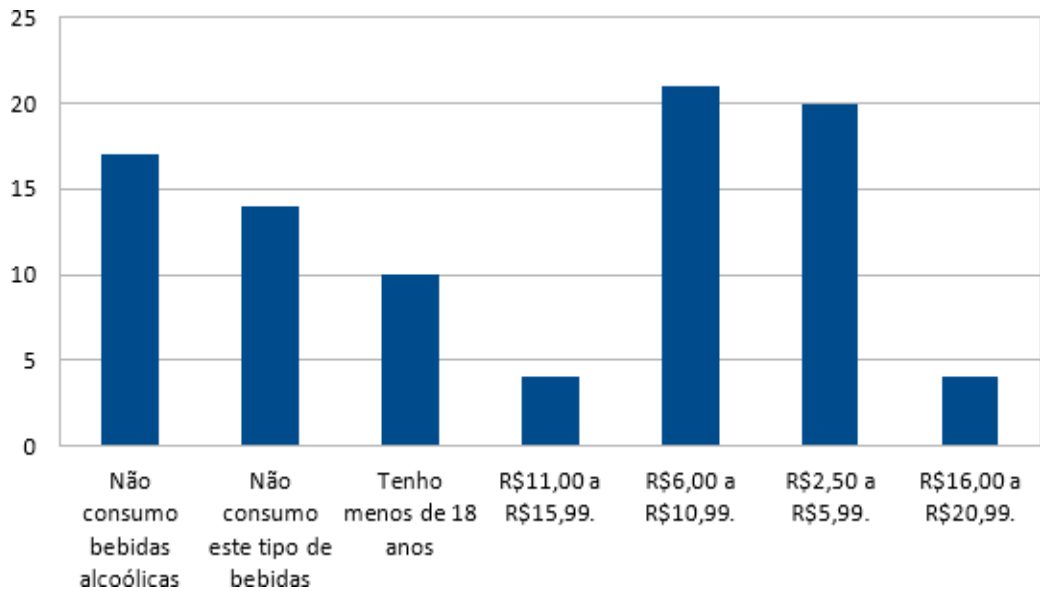
Gráfico 19: Valor que os entrevistados estariam dispostos a pagar em uma Long Neck.



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

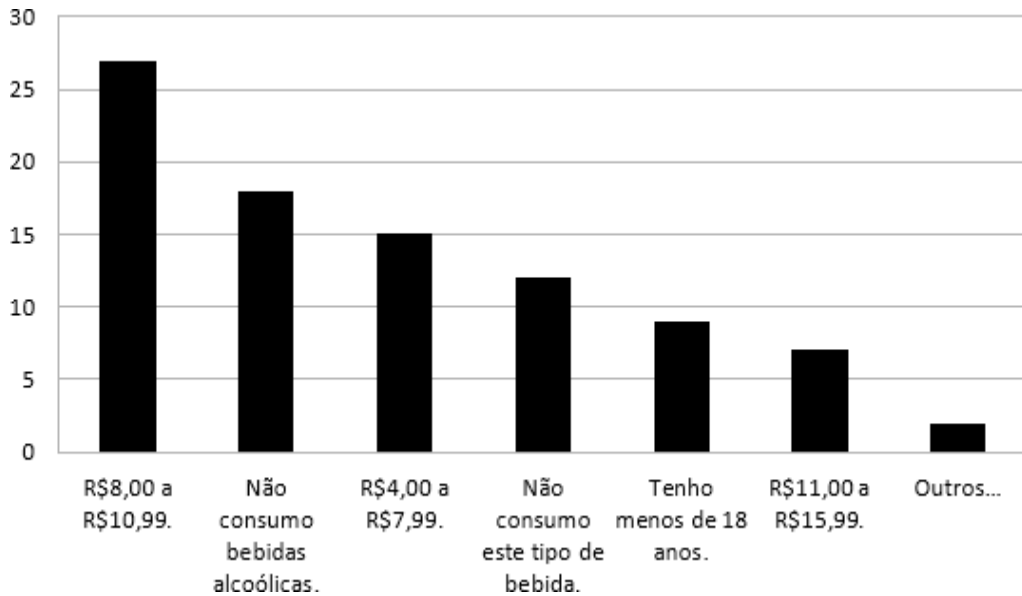
Observa-se no gráfico que 39 pessoas estão dispostas a pagar entre R\$5,00 a R\$10,99 em uma taça de *chope*, 16 pessoas pagariam de R\$11,00 a R\$20,99 e 35 pessoas possuem menos de 18 anos, não consomem bebidas alcoólicas ou esse tipo de bebida. A partir dessas informações tem-se uma base de quanto cobrar em uma taça de *chope*.

Gráfico 21: Valor que os entrevistados estariam dispostos a pagar em uma Long Neck.



Podemos observar no gráfico que 41 pessoas pagariam entre R\$2,50 a R\$10,99, 4 pagariam entre R\$11,00 a R\$15,99, 4 pagariam entre R\$16,00 a R\$20,99, os que não consomem bebidas alcoólicas, não bebem este tipo de bebida ou são de menor totalizam 31 pessoas. Nesse sentido, a faixa de preço adequada para os nossos clientes é de R\$2,50 a R\$10,99 em uma *long neck* dependendo de sua marca e preço de revenda.

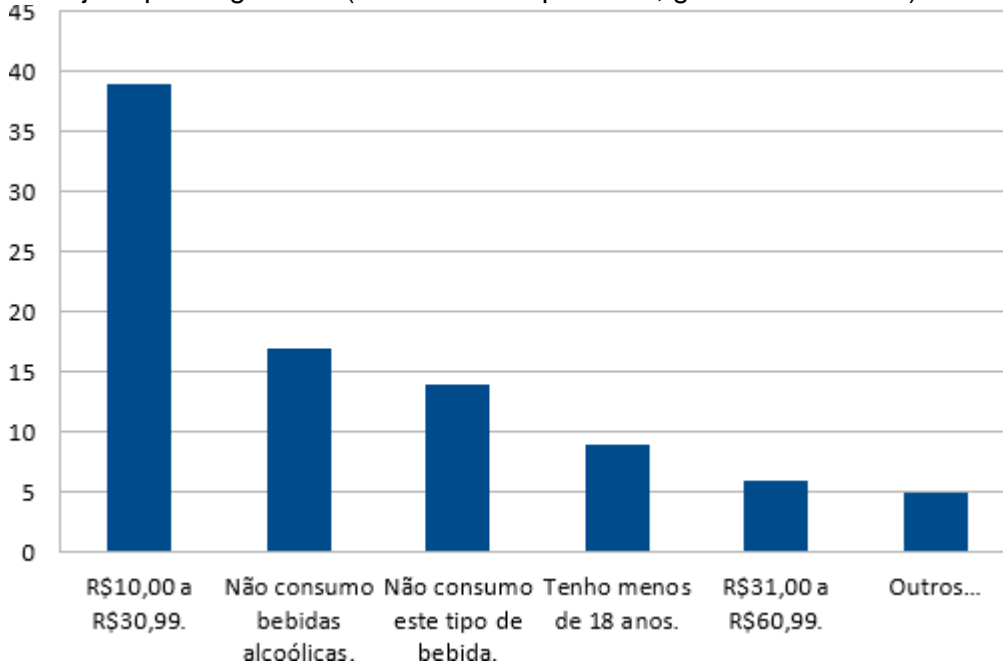
Gráfico 21: Valor que os entrevistados estariam dispostos a pagar em uma garrafa de cerveja de 660ml (produto nacional).



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

A partir do gráfico nota-se que o número de pessoas que ingerem bebidas alcoólicas é reduzido, os que foram mais votados estão entre R\$ 8,00 a R\$ 10.00 (56,7%), então dentre 90 pessoas que responderam o questionário 27 votaram que estão dispostas a pagar esse valor em uma cerveja de 660ml.

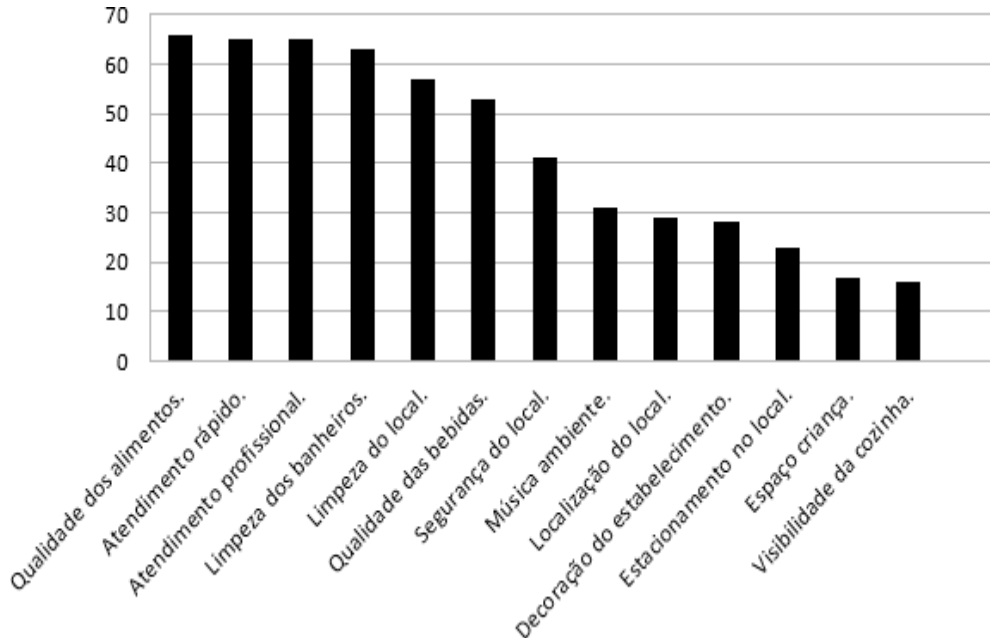
Gráfico 22: Valor que os entrevistados estariam dispostos a pagar em uma cerveja especial gourmet (nacionais e importadas, garrafas de 600ml).



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Nesse gráfico podemos observar que a demanda por bebidas na média de R\$10,00 a R\$30,99, uma vez que uma cerveja ou bebida alcoólica de 600ml não chegam a custar esse valor.

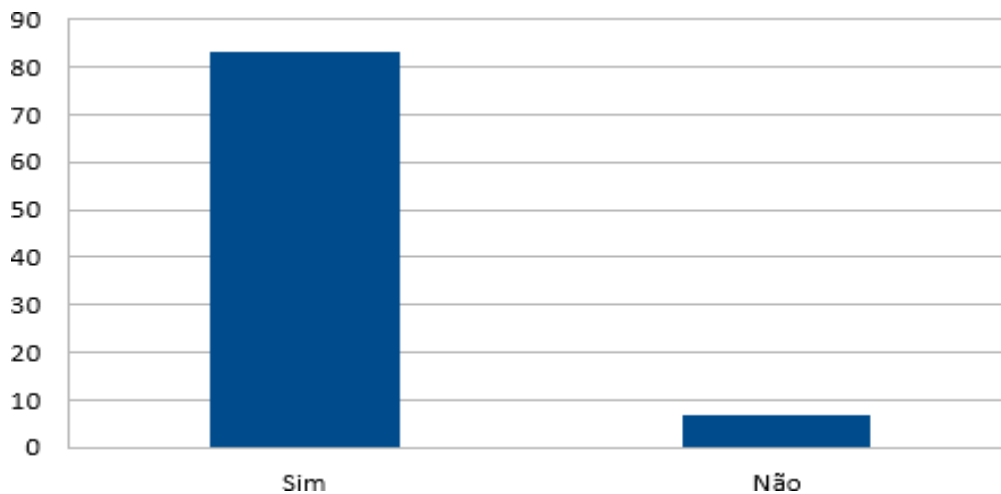
Gráfico 23: Fatores que os entrevistados gostariam de encontrar em uma lanchonete para sair com a família.



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Podemos observar que o atendimento é a alma do negócio, se o atendimento for bom, provavelmente o cliente será conquistado. Por outro lado, as pessoas não preferem ver a cozinha, por não ser de seu agrado.

Gráfico 24: Um programa de fidelidade tornaria os entrevistados clientes assíduos.



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Quando o comerciante ou o comércio tem um atendimento prestativo e recepciona o cliente bem, cria-se um vínculo e o cliente pode vir a frequentar o local de forma assídua.

Gráfico 25: Critérios considerados através dos serviços de delivery dos entrevistados.



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Do total de pessoas que responderam ao questionário, a maioria afirmou preferir receber o alimento em perfeito estado. É necessário também considerar a embalagem do produto e o modo de condução do alimento até o cliente, aspectos esses que podem influenciar diretamente na quantidade de clientes.

Na Tabela 1, apresenta-se a síntese dos resultados da pesquisa, prestigiando os resultados mais expressivos

Quadro 2: Dados da Pesquisa

Seq.	Questão	Respostas mais significativas
1	Qual a sua idade?	20 a 24 anos (44,4% dos respondentes).
2	Qual o seu sexo?	Sexo feminino (54,4% dos respondentes).
3	Você está trabalhando?	Sim (54,4% dos respondentes).
4	Qual a sua posição na ocupação e categoria do emprego?	Desempregados (38,9% dos respondentes), Autônomo (31,1% dos respondentes), Empregado (25,6% dos respondentes).
5	Qual a sua faixa salarial?	Sem rendimentos (42,2% dos respondentes), até 1 salário-mínimo (25,6% dos respondentes), Mais de 1 a 2 salários-mínimos (20% dos respondentes).
6	Qual o seu nível de escolaridade?	Ensino médio completo (44,4% dos respondentes).
7	Qual cidade você mora?	Presidente Epitácio (SP) (68,9% dos respondentes), Presidente Prudente (SP) (11,1% dos respondentes).
8	Quantas moradores residem na sua casa?	4 moradores (32,2% dos respondentes), 3 moradores (24,4% dos respondentes), 2 moradores (21,1% dos respondentes).
9	Qual é a sua comida favorita?	Pizza (84,4% dos respondentes), Hambúrguer (75,6% dos respondentes), Cachorro-quente (63,3% dos respondentes).
10	Você se interessa em experimentar novos sabores de hambúrgueres?	Sim (92,2% dos respondentes).
11	O que você acha que não pode faltar nas hamburguerias da sua cidade?	Bom atendimento (86,7% dos respondentes), Limpeza (81,1% dos respondentes).

12	Qual o tipo de hambúrguer preferido?	Hambúrguer artesanal (90% dos respondentes).
13	O que seria um hambúrguer perfeito para você?	Com muito queijo (65,6% dos respondentes), Pão fresco (47,8% dos respondentes), Salada com molho especial (44,4% dos respondentes).
14	Qual tipo de carne você prefere?	Carne bovina (92,2% dos respondentes), Carne de frango (45,6% dos respondentes).
15	Qual acompanhamento seria interessante para você?	Batata frita (80% dos respondentes).
16	Qual o preço máximo que você pagaria em um hambúrguer artesanal?	De R\$11,00 a R\$20,99 (47,8% dos respondentes), De R\$21,00 a R\$30,99 (45,6% De R\$21,00 a R\$30,99).
17	Você se interessaria em experimentar novas cervejas?	Sim (57,8% dos respondentes).
18	Qual tipo de bebida você prefere?	Cerveja puro malte (43,3% dos respondentes), Cerveja Pilsen (35,6% dos respondentes), Chope à base de trigo (16,7% dos respondentes), Chope à base de vinho (25,6% dos respondentes).
19	Quanto você estaria disposto a pagar numa taça de chope?	R\$5,00 a R\$10,99 (43,3% dos respondentes).
20	Quanto você estaria disposto a pagar numa <i>long neck</i>?	R\$6,00 a R\$10,99. (23,3% dos respondentes), R\$2,50 a R\$5,99 (22,2% dos respondentes).
21	Quanto você estaria disposto a pagar numa garrafa de cerveja de 660ml?	R\$8,00 a R\$10,99 (30% dos respondentes).

22	Quanto você estaria disposto a pagar em uma cerveja especial gourmet?	R\$10,00 a R\$30,99. (43,3% dos respondentes).
23	Quais os fatores você avalia num estabelecimento de alimentação que você e sua família gostam de frequentar?	Limpeza do local (86,7% dos respondentes), Qualidade dos alimentos (84,4% dos respondentes), Limpeza dos banheiros (78,9% dos respondentes).
24	Um programa de fidelidade o faria voltar mais vezes ao estabelecimento?	Sim (92,2% dos respondentes).
25	Quais critérios você considera quando utiliza um serviço de delivery?	Alimentos entregues em perfeito estado (88,9% dos respondentes), taxa de entrega justa (76,7% dos respondentes), Rapidez na entrega (72,2% dos respondentes).

Fonte: Elaborado pelos próprios autores, 2021.

Concluída a análise dos clientes, apresenta-se a seguir a Análise de Fornecedores.

2.3 ANÁLISE DE FORNECEDORES

A avaliação de fornecedores é um dos processos fundamentais para a seleção de parceiros que impactarão diretamente na qualidade dos produtos oferecidos pela LUNARBURGUER para medir a qualidade de seus fornecedores.

Logo, trata-se de importantes contribuintes para o estabelecimento de uma base estrutural, A boa escolha de fornecedores colabora para a boa reputação da

empresa. Alguns aspectos nesse processo de seleção de fornecedores, devem ser considerados:

- Em uma hamburgueria costuma-se utilizar diversos tipos de hambúrgueres. Além do hambúrguer que é o principal, são necessários acompanhamentos como: salada, pão, queijos e temperos.
- Para realizar o preparo do hambúrguer é necessário uma chapa, um refrigerador para guardar e armazenar as compras e os alimentos para o próximo dia de serviço.
- As despesas diretas são o aluguel do local, onde o restaurante está instalado, a luz e a água.
- As despesas indiretas são as embalagens, copos descartáveis e alguns adereços recicláveis.
- Os gastos serão necessários, porém os custos estarão centralizados naquilo que é realmente essencial.
- Investir em um bom atendimento, conseguir bater metas e alugar um local agradável, onde o cliente se sinta bem.

Isso posto, apresenta-se a seguir um rol inicial de fornecedores selecionados, para o atendimento das necessidades da LUNARBURGUER:

Quadro 3: Relação inicial de prováveis fornecedores da LUNARBURGUER

Razão Social	Endereço da empresa	Produto	Nome da Empresa
JBS-Swift Foods Company.	Rua Alameda Araguaia, 62 – Alphaville, Barueri – SP, 06455-000	Carnes Bovinas, Carnes Suínas, Carnes de Frango.	<i>Swift</i>
MMFOODS – Fábrica de pão de hambúrguer.	Rua Ramiz Galvão, 861 –Vila Medeiros. São Paulo – SP	Pães e salgados congelados.	<i>MMFOODS</i>
Distribuidora Hideal Empresa.	Rua Alberto Sampaio, 147 – Vila Santa Catarina, São Paulo – SP, 04373-030.	Bebidas alcoólicas, Refrigerantes, Sucos.	Distribuidora Hideal
Distribuidora de Energia S.A.	Rua São Paulo, 150 – Centro, Presidente Epitácio – SP, 19470- 000.	Energia elétrica.	Energisa sul
CIA. de Saneamento Básico do Estado de São Paulo.	Rua João Pessoa, 1085 – Pres. Epitácio –SP, 194070-000.	Água e esgoto.	Sabesp
<i>Pizzopack</i> Indústria e comércio de embalagens LTDA.	Rua Sertão do Cariri, 237 – Parque São Lucas, São Paulo – SP, 03263-080.	Sacos, embalagens personalizadas, Cartões de visita, Encartes, Folders, Panfletos, Tags.	<i>Pizzopack</i>
Magazine Luiza S/A.	Av. Pres. Vargas, 847 – Centro, Pres. Epitácio – SP, 19470-000.	Chapa Sanduicheira, queimadores com prensa, Fritadeira Profissional, Cubas 5 Litros.	Magazine Luiza

Companhia de entrepostos e armazéns de São Paulo	SP-270, 190 – Uep 6-S.3, Pres. Prudente – SP.	Frutas, verduras, legumes, temperos.	CEAGESP
Cnova Comércio Eletrônico S/A.	Av. Pres. Vargas, 847 – Centro, Pres. Epitácio – SP, 19470-000.	Notebook, impressora, móveis.	Casas Bahia
Telefônica Brasil S.A.	Av. Pres. Vargas, 17 – Centro, Pres. Epitácio – SP, 19470-000.	Internet, telefone fixo e telefone celular.	Vivo

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Após a descrição dos fornecedores, será apresentado a análise de concorrentes.

2.4 ANÁLISE DE CONCORRENTES

A análise de concorrentes tem como objetivo examinar a estrutura das outras companhias que oferecem o mesmo produto . Assim, faixas de preço, localização, produtos e principalmente o de diferencial em cada.

Assim sendo, a seguir, apresenta-se uma listagem principal de concorrentes devidamente analisados que serão prováveis concorrentes ou parceiros do LUNARBURGUER.

Quadro 4: Concorrentes

Razão Social	Endereço	Produtos	Faixa de preço	Loja
Fabiana de Andrade	R. Maceió, 1101 – Pres. Epitácio, SP, 19470-000	Lanche, Hambúrgueres, pastéis, sucos, porções	R\$5,00 a R\$90,00	Up! Lanche

Marcos Cezar do Carmo de Oliveira Ltda.	R. Maceió, 11-45 – CENTRO, Pres. Epitácio – SP, 19470- 000	Lanches, Hambúrgueres, sucos, Refrigerantes, porção de fritas	R\$10,00 a R\$60,00	<i>Woods</i>
<i>Griller</i> Indústria E Comércio Ltda.	Av. Pres. Vargas, 1161 – Centro, Pres. Epitácio – SP, 19470- 000	Lanches, Chope, Hamburgúgueress, Sucos, Porções de Fritas	R\$10,00 a R\$50,00	<i>Grilled</i>
Chapahalls Produções e Eventos Ltda.	R. João Pessoa, 1321 – Pres. Epitácio – SP, 19470-000	Lanches, Hambúrgueres, sucos, Refrigerantes, porção de fritas, Pizza	R\$8,00 a R\$50,00	<i>Chapa Halls</i>
<i>Rock Burguer</i> Hamburgueria Eireli Ltda.	R. Maceió, 12-82 – Centro, Pres. Epitácio – SP, 19470-000	Hambúrgueres, porções, refrigerantes e cervejas	R\$7,00 a R\$35,00	<i>Rock Burguer</i>
Tatiana Aparecida Ferreira dos Santos Lanchonete	R. Maceió, 12-25, Pres. Epitácio – SP, 19470-0	Hambúrgueres, cachorro quente, refrigerantes, sucos	R\$7,00 a R\$40,00	Paulinho Lanches

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Finalizado o estudo de mercado, apresenta-se a pesquisa de marketing.

3 PLANO DE MARKETING

3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

As operações de uma empresa de serviços, inclusive da área de alimentação e entretenimento, configuram-se no centro nervoso do negócio. Tratam-se de processos/procedimentos que criam a fidelização do negócio e ao mesmo tempo oferecem as condições/parâmetros de competitividade organizacional. Em linhas gerais, esse processo ocorre em razão dos clientes fazerem parte integral do processo de serviços. Face à tal entendimento, a eficiência, a eficácia e quaisquer outras condicionantes de sucesso do empreendimento depende de um adequado processo organizacional que deve incluir a composição de produtos e serviços e decisões coerentes relacionadas à (a) escolha do local das instalações, (b) do layout das instalações, (c) do projeto de produto, (d) do projeto do processo, (e) do cronograma, (f) do planejamento de produção, (g) da habilidade dos funcionários, (h) do controle de qualidade, (i) dos padrões de tempo, (j) dos pagamentos de salários e comissões, (l) do planejamento de capacidade, (m) da previsão (HOFFMAN& BATESON, 2003).

Os produtos oferecidos pela empresa LUNARBURGUER são de grande parte artesanal, com duas opções de hambúrgueres (carne bovina e carne de frango) com acompanhamento de batata frita e molhos conforme preferência do cliente, no estabelecimento haverá vendas de bebidas alcoólicas e não alcoólicas, tais como: cerveja puro malte, cerveja pilsen, chope à base de vinho, chope à base de trigo, refrigerante e água mineral. A empresa então, disporá de uma ampla variedade de bebidas para consumidores e público local.

A seguir, o Processo Operacional Padrão (POP), com ele será exposto de forma clara como será o roteiro do atendimento ao cliente, desde a chegada ao estabelecimento até a sua saída.

POP 1 – O cliente chega ao estabelecimento, escolhe sua mesa, o garçom vem até a mesa e o cliente escolhe o que vai querer consumir conforme as opções

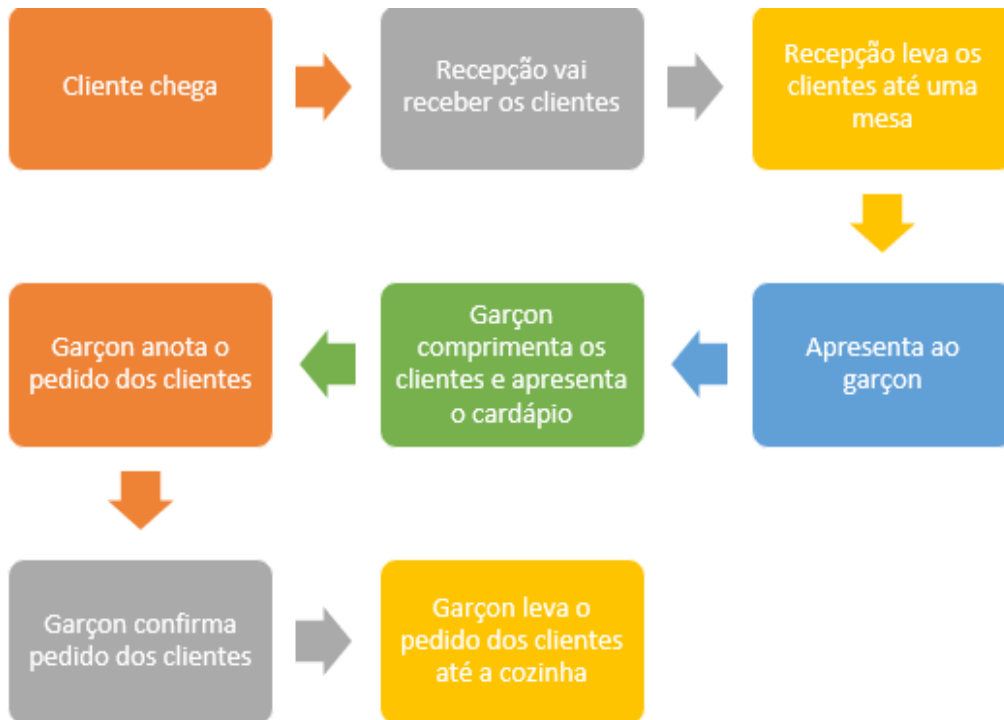
disponíveis do cardápio, que apresenta uma variedade de chopes, hambúrgueres e porções diversas. Após anotar o pedido, o garçom leva o pedido para a cozinha do restaurante e após ficar pronto, o garçom leva o pedido pronto até o cliente, pergunta se ele deseja mais alguma coisa caso a resposta seja negativa, o garçom separa a nota do valor a ser pago pelo cliente no caixa.

POP 2 – O cliente pode optar pelo serviço delivery se preferir ter alguma opção do nosso cardápio no conforto do seu lar. Para isso, ele liga para nosso telefone exclusivo para o atendimento. Em seguida, o cardápio digital é enviado com todas nossas opções disponíveis, o cliente escolhe o que deseja, anotamos o pedido e perguntamos ao cliente seu endereço para a entrega. Posteriormente informamos o valor total do pedido, perguntamos a forma de pagamento e ao entregarmos o pedido no endereço solicitado recebemos o pagamento do cliente.

POP 3 – O garçom leva à cozinha o pedido solicitado pelo cliente, o chefe de cozinha prepara o pedido conforme as especificações do cardápio, com produtos higienizados, frescos e de alta qualidade.

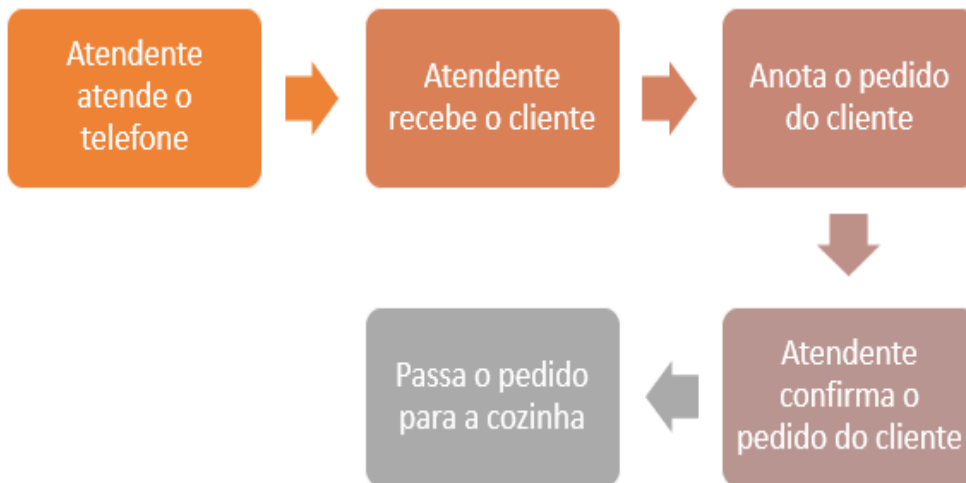
POP 4 – O local inteiro é limpo uma vez por dia, já as mesas são limpas e higienizadas assim que o cliente finalizar de consumir seu pedido, mantendo a higiene e a organização do local.

Figura 3: Fluxograma - Atendimento ao Cliente no Local.



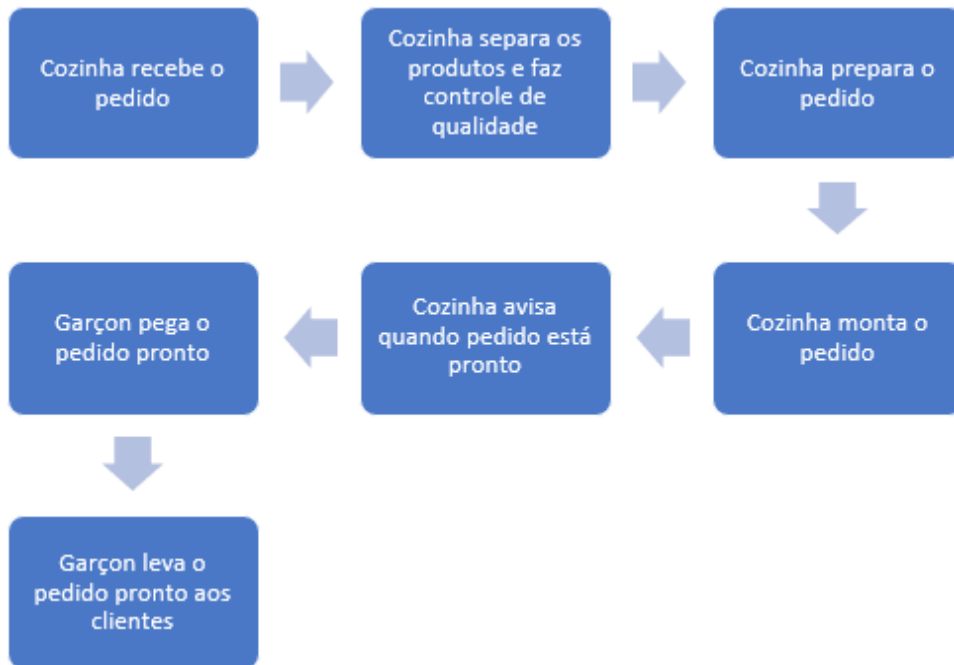
Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Figura 4: Fluxograma - Atendimento ao Cliente via Telefone/Aplicativo.



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Figura 5: Fluxograma - Preparo do Produto.



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Figura 6: Fluxograma - Limpeza e Organização do Local.



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Quadro 5: Produtos e Serviços da Empresa

Ponto de referência	Descrição Sucinta	Fonte da Imagem
	<p>Hambúrguer Bovino: a empresa oferecerá um tipos de hambúrguer bovinos: (a) com 1 hambúrguer, queijo e salada, (b) com 1 hambúrguer, queijo, bacon e salada com molho especial, (c) com hambúrguer, queijo, bacon e salada com molho especial.</p>	<p>Tripadvisor, 2021.</p>
	<p>Hambúrguer de Frango: forneceremos 1 tipo de hambúrguer de frango: (a) com 1 hambúrguer de frango, queijo, salada com molho especial, (b) queijo, bacon e salada com molho especial.</p>	<p>Casal Cozinha, 2021.</p>
	<p>Porção de batata frita: a empresa oferecerá dois tipos de bata frita: (a) batata frita com embalagem de 250g, (b) batata frita com embalagem de 400g.</p>	<p>MULTICAIXA S NET, 2021.</p>
	<p>Cerveja pilsen: a empresa oferecerá 3 tipos de cerveja: (a) Cerveja em Lata(330ml), (b) Cerveja Long Neck(355ml), (c) Cerveja de 660ml.</p>	<p>bluesoft cosmo, 2021.</p>
	<p>Cerveja puro malte: a empresa oferecerá 3 tipos de cerveja: (a) Cerveja em Lata(330ml), (b) Cerveja Long Neck(355ml), (c) Cerveja de 660ml.</p>	<p>GIRALE, 2021.</p>

	<p>Chopp de Vinho: a empresa oferecerá uma taça de chope de vinho(350ml).</p>	<p>O ESPANHOL tapas, 2021</p>
	<p>Chopp de Trigo: a empresa oferecerá uma taça de chope de trigo(350ml).</p>	<p>UNTAPPD, 2021</p>
	<p>Refrigerante: a empresa oferecerá 2 tipos de tamanho de refrigerante: (a) refrigerante em latinha(330ml), (b) refrigerante em garrafa pet(2l).</p>	<p>ARAUJO, 2021</p>
	<p>Garrafa de Água Mineral: a empresa oferecerá uma garrafa de água(600ml).</p>	<p>INDIANA, 2021</p>

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

A seguir, apresentamos o item 3.2, onde abordaremos sobre a política de preços dos produtos e serviços a serem praticados pela empresa.

3.2 PREÇO

O preço do ponto de vista do marketing baseia-se na estratégia que ajuda a definir o posicionamento e proposta de valor ofertada pelo produto. É a forma como o produto ou serviço estará posicionado na mente do consumidor. O mercado é quem define o preço e o cliente quem define o quanto está disposto a pagar. O preço não está ligado apenas ao produto ou serviço em si, mas também à percepção da marca pelo público. Por isso, marcas mais conhecidas ou com melhores percepções conseguem cobrar mais caro por um mesmo produto. Logo, é fundamental que o preço esteja alinhado ao mercado no qual a empresa se insere.

3.2.1. Sensibilidade ao preço do consumidor

Existem 4 fatores que influenciam a sensibilidade dos consumidores aos preços, o primeiro deles é o preço referência, o segundo é facilidade de comparação, o terceiro é o custo de troca e o quarto é a justiça, que basicamente se define em vários estudos que descobriram que a percepção de justiça dos consumidores tem influência substancial na sua sensibilidade ao preço. A sensibilidade do seu cliente ao preço é o grau em que o preço determina a sua inclinação para comprar o seu produto ou serviço. Normalmente, a sensibilidade ao preço é medida pela elasticidade-preço da demanda, ou seja, como uma variação percentual no preço afeta a quantidade demandada por seus clientes (PRICE BEAM BRASIL, 2018).

As faixas de preço viáveis na compra de um de nossos produtos conforme nossas pesquisas de marketing são de R\$11,00 a R\$ 20,99 em um hambúrguer, outra faixa viável seria a de R\$5,00 a R\$10,99 na compra de uma de nossas bebidas, oferecidas aos nossos consumidores. Já as não viáveis seriam a partir de R\$41,00. Nossa precificação será apresentada no capítulo que tratará sobre o Planejamento Financeiro e que considerará a técnica do Custo Pleno.

A seguir, apresentamos as estratégias promocionais.

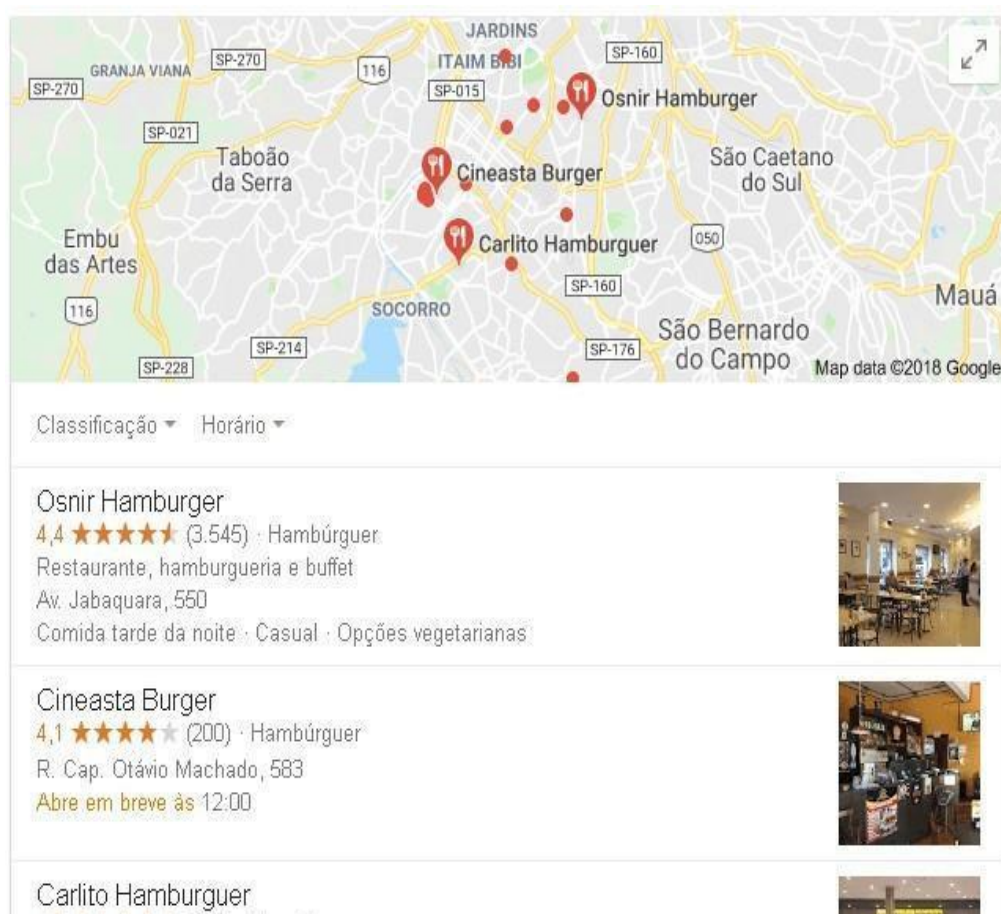
3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

As promoções são um meio bem comum para o engajamento de qualquer empresa. É uma estratégia para a divulgação do serviço ou produto oferecido por uma organização. Seja baixando os preços, formas de pagamentos, todos tem o objetivo de alcançar o maior número de consumidores. A LUNARBURGUER levará em consideração a utilização de meios que divulguem a empresa e ao mesmo tempo a qualidade de seus produtos, para ser apresentada para a região e chegar ao nosso público-alvo, atendendo às respectivas necessidades ou desejos, convidando-o para conhecer ao LUNARBURGUER COMÉRCIO DE RESTAURANTE LTDA. Em um primeiro momento será divulgada a inauguração da companhia, e para tal, serão utilizados materiais como panfletagem, divulgação por mensagens automáticas por aplicativos, e divulgação em carros de som e rádio, focando principalmente na cidade de Presidente Epitácio.

3.3.1 Estratégia 1

Para que a empresa possa ser bastante divulgada e anunciada para que as pessoas compareçam à inauguração, considera-se uma parceria com digitais *influencers* da cidade. Pois, considerando que o mundo está cada vez mais digital, interagir com os algoritmos do *Instagram* e *Facebook*, é o melhor e mais rápido meio de divulgação. Além disso, os custos seriam menores, uma vez que os próprios usuários de redes sociais compartilhariam e conseqüentemente, ajudam na divulgação.

Além de utilizar o mundo virtual a nosso favor e aproveitar os meios que as próprias ferramentas de aplicativos como *Facebook* e *Google* oferecem, o tráfego pago é uma ferramenta fácil de utilizar para manter a divulgação e contagem de acessos aos links de *whatsapp*, ou páginas. A ferramenta *Google Ads*, é a plataforma de anúncios do Google e que através dela é possível criar anúncios que engajem a divulgação, prática de usar, sendo possível escolher até mesmo à distância que seu anúncio deve percorrer, escolhendo várias cidades, estados e até mesmo países.

Figura 7: Google Ads

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Desse modo, em apenas uma pesquisa na plataforma, estarão disponíveis as informações referentes aos horários de atendimento, dias que estarão abertos, se o atendimento presencial será permitido ou não, além dos cardápios disponíveis. Ainda, essa é uma ótima ferramenta de avaliação onde os clientes poderão compartilhar suas opiniões.

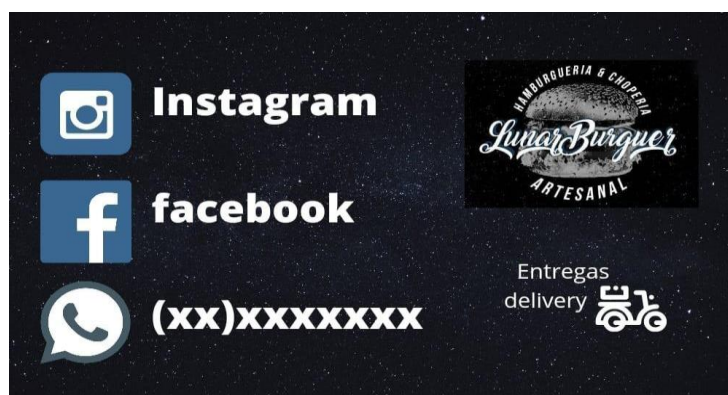
3.3.2 Estratégia 2

Muitas pessoas acreditam que o P de promoção envolve apenas os descontos em vendas – o que conhecemos também como promoção de vendas – mas na verdade vai muito além disso. Os descontos estão inclusos do P de promoção e normalmente são aplicados numa ação de conhecimento de um novo produto – para entrada no mercado – ou quando o ciclo de vida do mesmo está no fim – com o objetivo de limpar estoque.

Dentre outras ações de promoção estão a propaganda, a publicidade, e-mail marketing, mala direta, as fan pages, assessoria de imprensa e até mesmo links patrocinados. Qualquer ação com o intuito de divulgar o produto e atrair o público-alvo entra no P de promoção (eGestor, 2021).

Mesmo com a tecnologia tão presente, não podemos abrir mão da panfletagem e meios manuais de comunicação com os clientes. Como, por exemplo, utilização de carros de som e entregas de panfletos promocionais, trazendo descontos e utilizando um cartão de visita embutido no panfleto.

Figura 8: Cartão de visitas



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Figura 9: Cartão de visitas verso



Fonte: Elaborado pelos autore (2021).

Serão distribuídos aos nossos clientes cartões de visitas, com os principais meios de contatos, onde serão publicadas as promoções da semana e facilitarão o meio de comunicação entre o cliente e a empresa.

Figura 10: Panfleto



Lunar Burger
hamburgueria e choops

HAMBURGERS

	Embutidos fritos	R\$xx
	Batata frita	R\$xx
	Hamburguer	R\$xx
	Porção de frios	R\$xx

BEBIDAS

Água mineral	R\$xx
Água com gás	R\$xx
Choop	R\$xx
Chopp de vinho	R\$xx
Cerveja	R\$xx



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

O panfleto apresenta as especialidades de promoções da semana de forma breve, incluindo fotos, um pequeno cardápio, com alguns preços, e apresentação da hamburgueria.

3.4 ESTRUTURAÇÃO DE COMERCIALIZAÇÃO

Nesse tópico discutiremos a comercialização dos nossos produtos. Procuramos realizar esse processo de modo rápido para agradar nossos clientes. Para tal, contaremos com a rapidez na entrega feita por um motoboy que realizará o percurso com o alimento embalado.

Será apresentado as opções de pagamento, com a perspectiva de dar essa liberdade ao cliente de se sentir mais confortável com a melhor forma de pagamento possível, aceitando transferências via

PIX, cartões de crédito e débito, *Whatsapp* e principalmente dinheiro.

Tabela 1: Formas de Pagamento

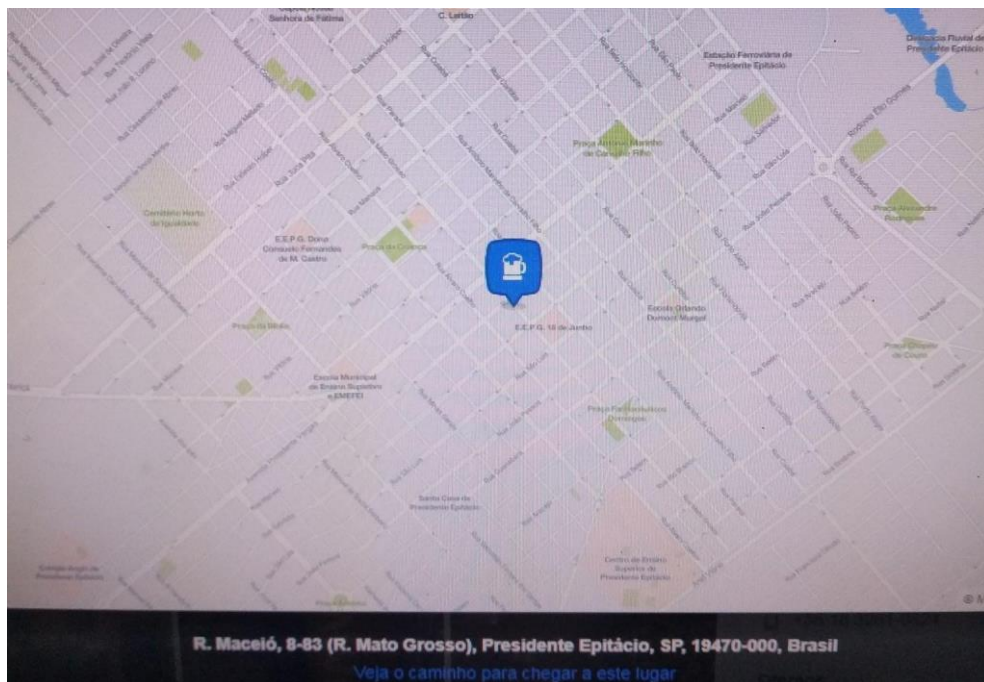
FORMA DE PAGAMENTO (R\$):	VALORES PERMITIDO PA- GAMENTO	LIMTE DE TEMPO PARA A ENTREGA:
PIX: XX.XXX.XXX/XXXX.XX	R\$5,00 A R\$300,00	Centro: 30 min. Máximo, Bairros distantes: 45 a 50 min.
CARTÃO DE CRÉDITO:	R\$5,00 A R\$ 150,00	Centro: 30 min. Máximo, Bairros distantes: 45 a 50 min.
CARTÃO DE DÉBITO:	R\$5,00 A R\$150,00	Centro: 30 min. Máximo, Bairros distantes: 45 a 50 min.
WHATSAPP:	R\$5,00 A R\$60,00	Centro: 30 min. Máximo, Bairros distantes: 45 a 50 min.
DINHEIRO:	A VONTADE, AVISANDO SE É NECESSÁRIO TROCO	Centro: 30 min. Máximo, Bairros distantes: 45 a 50 min.

Fonte: Elaborado pelos próprios autores (2021).

3.5 LOCALIZAÇÃO

O Local escolhido para nossa empresa está localizado na Rua Maceió nº8-83.

Figura 11: Centro de Presidente Epitácio – SP



Fonte: Google Maps (2021).

Figura 12: Local onde se localizava a antiga Bellenus



Fonte: Google Maps (2021).

O local tem uma excelente localização e de fácil acesso, além de ser um lugar grande e espaçoso, onde poderemos oferecer a nossos clientes comodidade e aconchego.

4 PLANO OPERACIONAL

A gestão de operações e serviços é um conjunto de atividades que transforma insumos (recursos) em bens e serviços (produtos) demandados pelos consumidores. Tais atividades ocorrem em todas as organizações. Alguns de seus aspectos são: definição dos objetivos estratégicos, as ferramentas técnicas ou quantitativas empregadas e gerenciamento dos recursos humanos. Atualmente temos em um conjunto a gestão de operações e serviços que interage com outras funções como, engenharia, *marketing* e finanças, auxiliando a organização no atendimento de seus objetivos estratégicos.

4.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO

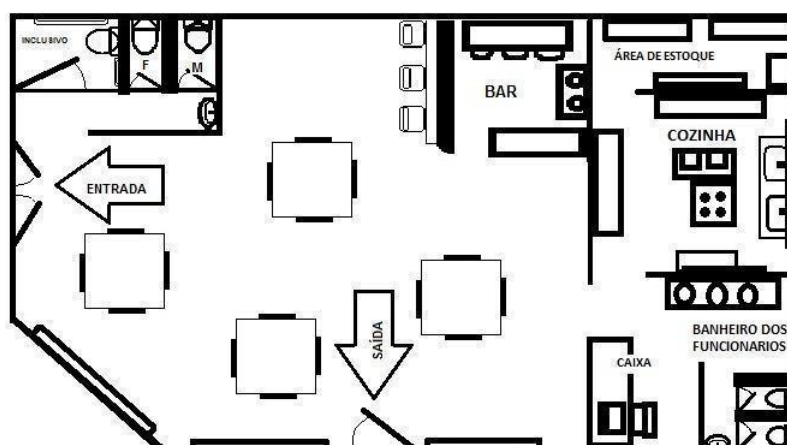
A seguir a planta baixa que apresenta o ambiente do LUNARBURGUER. Foram realizadas as medidas neste espaço físico para que as necessidades sejam atendidas, facilitando o fluxo de pessoas, tanto dos clientes quanto dos colaboradores da empresa. Atendendo às necessidades de espaço entre as mesas para o melhor fluxo de pessoas, será reservada uma pequena parte do salão de mesas para os sanitários masculinos e femininos. O tamanho do espaço do local a ser instalada a LUNARBURGUER é de 200 m², sendo 40 m² da área destinada ao atendimento aos clientes, já a cozinha para preparo dos alimentos possui 19 m². Nosso estoque possui uma área de 15 m², área administrativa 15 m², e já os sanitários para funcionários e clientes possui uma área de 16 m².

Quadro 6: Área de atendimento – Métricas relevantes

Item	Informações	Observações
Mesa quadrada	Mesa de madeira	1.00 x 1.00
Quantidade de cadeira por mesas	4 cadeiras	-
Área útil destinada ao atendimento dos clientes	40 m ²	-
Capacidade instalada de atendimento	13 clientes	40m ² /3m ² por cliente= Aproximadamente 13 clientes
Quantidade de mesas/ Cadeiras necessárias	4 mesas	13 clientes/4 lugares = 3,5 mesas ou 5 mesas

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Segundo Chiavenato (2005) o layout, ou arranjo físico, de uma empresa se refere à apresentação da distribuição física dos equipamentos dentro do local de forma calculada para uma melhor organização para que o trabalho seja executado da melhor forma possível.

Figura 13: Layout

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

A imagem tem como referência o local onde acontecerão os serviços da LUNARBURGUER. A planta apresenta a estrutura da localização da cozinha, de como funcionará a esquematização das mesas tendo até 3M2 entre cada uma para a melhor circulação de pessoas. Ao lado temos o bar, que apresenta a disposição das bebidas como uma ilha na divisória baixa para que os clientes também possam sentar. Ainda, a cozinha e o estoque se encontram vizinhos do bar e caixa principal.

A seguir, apresentaremos o tópico referente à capacidade produtiva, comercial e à prestação de serviços.

4.2. CAPACIDADE PRODUTIVA, COMERCIAL E DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

A administração de produção tem a função central de gerenciar os recursos de uma fabricação e a oferta dos bens e serviços. A produção de uma organização precisa ser organizada e programada, visando que o produto saia com a qualidade e os padrões esperados tanto pela empresa, quanto pelos clientes.

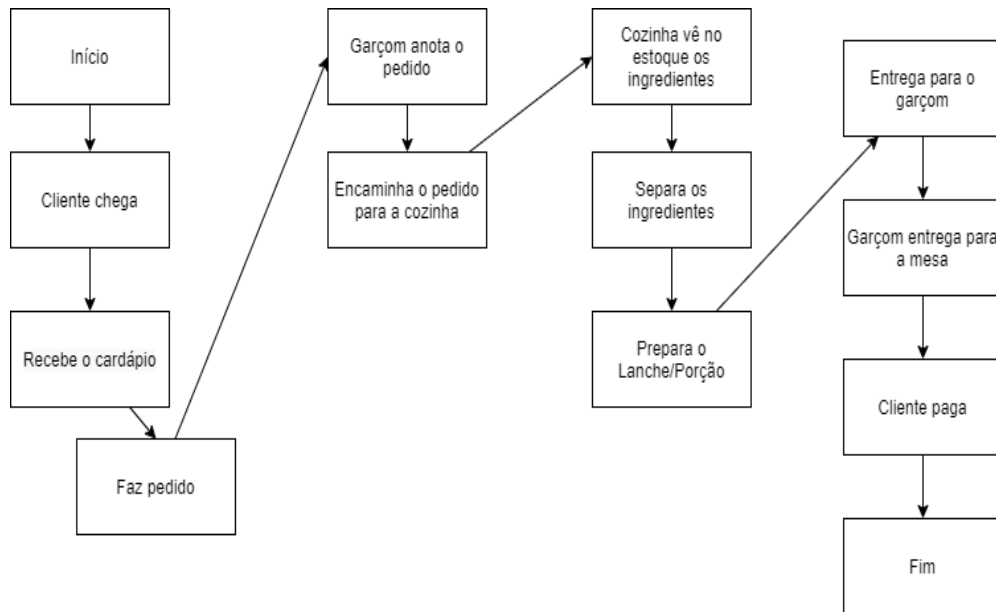
Nesse contexto, a Administração de Serviços se torna parte da produção e controle de qualidade em empresa de serviços, e agrega junto a produção e controle de qualidade, trazendo um crescimento na comercialização dos serviços. Tendo em vista que nossa empresa, que comercializa lanches e bebidas, faz-se necessário o uso da administração de serviços em conjunto com a de produção e a operação para garantir a qualidade no processo e crescimento dos serviços que prestamos.

A capacidade instalada de atendimento do restaurante é de 13 clientes, com o número de mesas de 4 lugares de 3,25 ou 4 mesas. Com o atendimento de 39 pessoas por noite, será necessário de 1 garçom para 4 mesas.

Tabela 2: Empregados

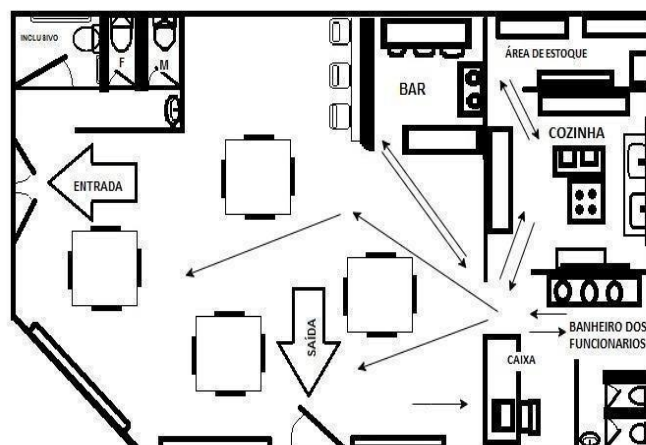
Período de serviço	Tempo
Recepção e acomodação	2 minutos
Entrega do cardápio – pedido das bebidas	1 minuto
Entrega das bebidas – pedido da refeição	5 minutos
Entrega da refeição	25 minutos
Consumo do pedido	25 minutos
Entrega da conta	5 minutos
Pagamento da conta	3 minutos
Despedida	1 minuto
Retirada dos pratos e preparação da mesa para um novo serviço	5 minutos
Tempo total do ciclo do serviço	1 hora e 12 minutos

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Figura 14: Fluxograma Global

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Os clientes chegam no estabelecimento, onde um dos garçons irão recebê-los e os acompanharão até a mesa. Em seguida, o cardápio será entregue e os clientes escolherão seu lanche, acompanhamento e bebida. Depois o garçom passará esse pedido à cozinha que separará os ingredientes fazendo a vistoria de sua validade e vencimento. Em seguida o pedido será preparado, e depois de pronto será entregue ao garçom que o entregará na mesa onde se encontra o cliente. Assim que o cliente estiver satisfeito, ele realizará o pagamento do que foi consumido no estabelecimento no caixa.

Figura 15: Mapofluxograma

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Havendo duas entradas e saídas os clientes poderão entrar e sair do restaurante da forma que preferirem. O fluxo dos garçons será da mesa da entrada à mesa do cliente. Em seguida, levando o pedido até a cozinha, após irão se deslocar até a cozinha e entregar o lanche ou porção nas mesas. A cozinha fará o controle do estoque e separação dos ingredientes. Depois de satisfeito o cliente poderá se dirigir ao caixa e pagar sua conta.

Com uma capacidade de 13 pessoas no estabelecimento, contamos que haverão 3 rotações de clientes a pelo menos 2 horas. Considerando a hora de chegada até a de saída do estabelecimento, podemos dizer que a capacidade do local chega a 78 pessoas em uma noite.

Tabela 3: Rotatividade de clientes no ambiente

Item	Informação	Observação
Horário de atendimento previsto	Das 18:00 horas às 00:00 horas	Seis horas corridas
Tempo médio de permanência no estabelecimento	2 horas	<i>THE FORK MANAGER (2021)</i>
Taxa de rotatividade	3	6 horas/2 horas = 3
Período de funcionamento semanal	Segunda a sábado	-
Total de atendimento capacidade instalada diária	39 pessoas	13 pessoas*3 rotações= 39 pessoas por noite
Total de atendimentos Capacidade instalada semanal	78 pessoas	13 pessoas*6 dias= 78 pessoas

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

4.2.1 Detalhamento do serviço oferecido ao cliente no estabelecimento.

O cliente chegará na hamburgueria e será recebido por um garçom, que o levará até a sua mesa e lhe entregará o cardápio. Ele poderá escolher até 3 lanches, 3 porções e bebidas como preferir seu pedido, que o anotará em seu bloco de notas.

Figura 16: Fluxograma de atendimento ao cliente no estabelecimento



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Para minimizar desperdícios, é necessário calcular o ciclo de serviços para manter uma organização e padronização de funcionamento, que acontece desde a chegada e recepção do cliente até sua saída.

Tabela 4: Cálculo do ciclo de serviços

Período de serviço	Tempo
Recepção e acomodação	2 minutos
Entrega do cardápio – pedido de bebidas	2 minutos

Entrega do cardápio – pedido de refeição	5 minutos
Entrega da refeição	30 minutos
Consumo do pedido	40 minutos
Entrega da conta	5 minutos
Pagamento da conta	4 minutos
Despedida	1 minuto
Retirada dos pratos e preparação da mesa para um novo serviço	5 minutos
Tempo total do ciclo de serviço	1:34h

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

A LUNARBURGUER também realizará entrega por delivery em Presidente Epitácio (SP), cidade onde está localizada.

4.2.2 Detalhamento do serviço oferecido ao cliente no sistema delivery

O cliente entrará em contato por meio das redes sociais ou ligação para a hamburgueria, o atendente será a pessoa responsável por atendê-lo, e tirar suas dúvidas em relação ao delivery. Após ser atendido via telefone celular ou rede social,

o atendente irá anotar o pedido e passar para a cozinha, que produzirá o pedido ao serviço de delivery e o *motoboy* que fará a entrega na casa do estabelecimento até o cliente, o serviço será pago no momento da entrega.

Figura 17: Fluxograma de atendimento ao cliente no estabelecimento



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

O serviço de delivery será de uma área de 10 km, abrangendo toda a cidade de Presidente Epitácio, com um tempo de 20 minutos para a entrega na casa do cliente em dias normais e 30 minutos em dias especiais, já incluso um tempo extra, pois caso algum imprevisto ocorra, o cliente não será afetado pela demora da entrega do pedido.

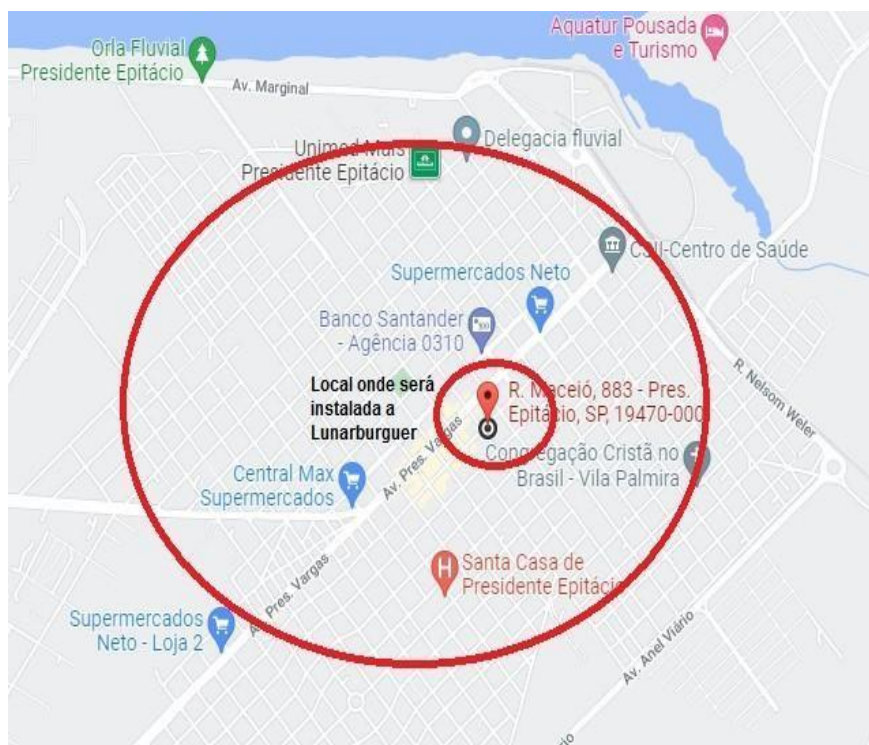
Quadro 7: Delivery

Item	Informação	Observação
Raio de atendimento a partir da sede	10 KM	Vide Figura
Regiões atendidas pelo sistema delivery	Jardim Alto do Mirante 1 e 2, Jardim Real 1 e 2, Jardim Tropical, Jardim Pioneiros, Jardim Primavera, Parque da Orla, Vila Bordon, Vila Cruzeiro, Vila Maria, Vila Maria 3, Vila Martins e Vila Palmira.	-
Tempo de deslocamento da sede até o ponto mais distante demarcado pela margem da área de atendimento	14 minutos	Moto
Tempo de atendimento (TED)	1:00 hora	-
Quantidade máxima de atendimentos por hora/dia	1:20 hora	5+30+20+5+20=80 minutos ou 1:20 hora

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

A imagem a seguir ilustra a área de nosso atendimento delivery na cidade.

Figura 18: Regiões atendidas pelo serviço de delivery da empresa.



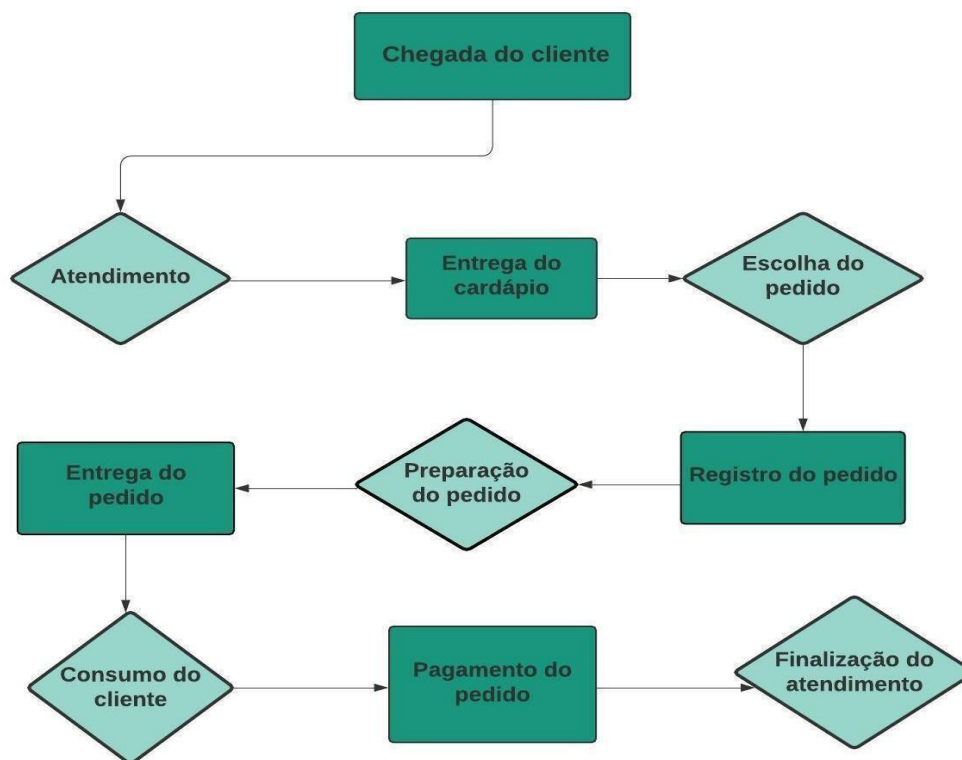
Fonte: Elaborado pelos próprios autores, 2021

4.3 PROCESSOS OPERACIONAIS

Os processos operacionais são de grande valia, pois é através deles que existirá a organização nos diversos setores e processamento. Portanto, toda atividade produtiva deve ser bem organizada e estruturada. Para a contratação de serviços da LUNARBURGUER, o cliente poderá entrar em contato por telefone, redes sociais, site ou ir até a loja física. Logo em seguida será apresentado ao cliente nosso cardápio, para que ele possa escolher os produtos.

A figura a seguir mostra o fluxograma da LUNARBURGUER, desde o ponto Inicial da chegada do cliente até a sua saída.

Figura 19: Fluxograma de processo de atendimento ao cliente da LUNARBURGUER.




Fonte: Elaborado pelos próprios autores, 2021.

4.4 FICHA TÉCNICA DE GASTRONOMIA


A ficha técnica é um documento que funciona como um manual de instrução sobre cada prato que o restaurante possui. Deve conter as informações essenciais que circundam a elaboração de determinado prato, como o custo dos ingredientes que são usados, a quantidade usada nas receitas, quantas porções rendem as receitas, o cálculo de uso de cada ingrediente, incluindo as perdas, entre outras.

A ficha técnica para restaurante é importante especialmente devido aos aspectos financeiro, logístico e operacional:


Quadro 8: Porção de batata frita com bacon e muçarela

Batata frita com bacon e muçarela:	 <p>Fonte: Google imagens (2021)</p>
Ingredientes:	<ul style="list-style-type: none"> • 400 gramas de batata frita congelada; • 100 gramas de muçarela; • 200 gramas de bacon cortado em cubinhos; • 1 litro de óleo.
<p>Modo de preparo:</p> <p>O primeiro passo desta receita para petiscar é fritar as batatas como de costume. Em uma panela separada com pouco óleo frite o bacon em cubinhos até dourarem e ficarem crocantes. Coloque a batata em um refratário, junte o bacon e o queijo e leve ao forno alto por 5 minutos ou até o queijo derreter.</p>	
Rendimento:	4 porções
Tempo:	15 minutos

Quadro 9: Porção de Anéis de cebola


Anéis de cebola:	 <p>Fonte: Google imagens (2021).</p>
Ingredientes:	<ul style="list-style-type: none"> • cebolas grandes; • 2 xícaras de farinha de trigo; • 2 colheres chá de sal; • 1 colher chá de pimenta do reino; • 1/2 xícara maisena; • 1 xícara de água fria; • 2 gemas; • 1 limão cortado em quatro; • 500 ml de óleo.
<p>Modo de preparo:</p> <p>Fatie as cebolas em anéis. Em uma tigela média, junte 1/2 xícara de farinha com o sal e a pimenta. Polvilhe os anéis de cebola com a farinha temperada. Em outra tigela, junte o resto da farinha, a maisena, a água e as gemas dos ovos, fazendo uma massa homogênea. Esquente o óleo em uma temperatura de mais ou menos 180º graus. Mergulhe na massa os anéis polvilhados. Retire o excesso de massa. Mergulhe os anéis no óleo para fritar por 2 a 3 minutos, até ficarem dourados.</p>	
Rendimento:	4 porções
Tempo:	25 minutos

Quadro 10: Porção de batata rústica


Batata rústica:	 <p>Fonte: Google imagens (2021).</p>
Ingredientes:	<ul style="list-style-type: none"> • 5 batatas; • 1 colher (sopa) de páprica picante (a gosto); • 5 colheres (sopa) de azeite; • 3 dentes de alho amassados; • Sal e alecrim (a gosto).
<p>Modo de preparo:</p> <p>Corte as batatas em tiras médias e proporcionais. Cozinhe-as em uma panela com água fervente até ficar al dente. Escorra, deixe amornar e coloque em uma forma. Junte a páprica, o azeite, o alho, sal, alecrim e misture bem. Leve ao forno alto, preaquecido, por 25 minutos ou até ficarem douradas.</p>	
Rendimento:	4 porções
Tempo:	30 minutos

A seguir, os pratos principais:


Quadro 11: Cachorro quente

<p>Cachorro quente</p>	 <p>Fonte: Google imagens (2021)</p>
<p>Ingredientes:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 300 g de salsicha; • Alface; • 1 tomate; • 1 colher de manteiga; • 1 copo de extrato de tomate; • 1 caixa de creme de leite; • ½ medidas do copo de extrato de tomate de água • batata palha; • milho.
<p>Modo de preparo:</p> <p>Pique a cebola e o tomate, refogue bem na manteiga. Acrescente o extrato de tomate, corte a salsicha em rodela e deixe cozinhar a gosto, se preciso acrescente a medida de água, depois de cozinhar bem acrescente o creme de leite, acrescente batata palha, milho verde, ketchup e maionese.</p>	
<p>Rendimento:</p>	<p>10 porções</p>
<p>Tempo:</p>	<p>30 minutos</p>

Quadro 12: Hamburguer Artesanal

Hambúrguer Artesanal	 <p>Fonte: Google imagens(2021).</p>
Ingredientes:	<ul style="list-style-type: none"> • 3 kg de carne moída (escolha uma carne magra e macia) 300 g de bacon moído • 1 ovo • 3 colheres (sopa) de farinha de trigo • 3 colheres (sopa) de tempero caseiro: feito com alho, sal, cebola, pimenta e cheiro verdes processadas no liquidificador • 30 ml de água gelada • Alface • Tomate • Queijo Cheddar Pão De Hambúrguer
Modo de preparo: Misture bem todos os ingredientes e amasse. Faça porções de 90 g a 100 g. Forre um plástico molhado em uma bancada e modele os hambúrgueres utilizando um aro como base, faça um de cada vez e retire o aro logo em seguida. Forre uma assadeira de metal com plástico, coloque os hambúrgueres e intercale camadas de carne e plásticos (sem apertar). Faça no máximo 4 camadas por forma e leve para congelar. Retire do congelador, frite ou asse.	
Rendimento:	39 porções
Tempo:	30 minutos

Quadro 13: Hamburguer artesanal de frango

Hambúrguer artesanal de frango	 <p>Fonte: Google imagens, 2021</p>
Ingredientes:	<ul style="list-style-type: none"> • 1 kg de peito de frango sem osso; • 5 dentes de alho picadinho; • 1 cebola picadinha; • 1 limão (suco); • 1 colher de sopa de cebolinha picada; • 4 colheres de sopa de azeite de oliva; • Sal e pimenta do reino (a gosto); • Alface e Tomate; • Queijo Cheddar; • Pão de hambúrguer;
<p>Modo de preparo:</p> <p>Comece por preparar o hambúrguer de frango caseiro: coloque no liquidificador a carne de frango cortada em pedaços, a cebola, o alho, o suco de meio limão, a cebolinha, sal e a pimenta a gosto. Bata até virar uma pasta de frango. Reserve a mistura na geladeira por 30 minutos, para ficar mais consistente. Depois unte suas mãos com óleo e modele 6 hambúrgueres com 150 a 200 gramas cada. Misture o azeite com 2 colheres de sopa de suco de limão e um pouco de cebolinha e pincele os hambúrgueres com esse vinagrete. Grelhe os hambúrgueres na churrasqueira, na chapa ou na grelha bem quente por cerca de 5 minutos de cada lado. Enquanto isso frite o bacon na própria gordura, corte os pães de hambúrguer em metades e doure na frigideira. E monte o hambúrguer normalmente.</p>	
Rendimento:	20 porções
Tempo:	30 minutos

4.5 NECESSIDADE DE PESSOAL

A administração de pessoas é a área responsável pela maior parte da gestão do quadro de colaboradores. Ainda é ela quem cuida da parte burocrática de uma empresa, desde admissão de funcionários, controle de ponto, demissão, entre outros.

É responsável por definir funções, o método de avaliação de cargos, a estrutura salarial, definir o recrutamento e seleção de pessoal, o procedimento para demissões.

O processo de recrutamento e seleção será realizado pela própria empresa LUNARBURGUER, as vagas serão postadas na internet e os currículos serão selecionados pelo e-mail que estará disponível no anúncio das vagas. Esse processo será realizado em média de 30 dias.

Para tal, os currículos serão selecionados. Em seguida, serão realizadas uma entrevistas pessoalmente, e após a seleção dos colaboradores, os mesmos serão encaminhados para o escritório contratado pela empresa para regularizar a contratação, portando os seguintes documentos necessários:

(1) Atestado médico admissional; (2) carteira de identidade; (3) Foto 3x4; (4) Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS); (5) Cartão de identificação do contribuinte no Cadastro de Pessoa Física (CPF); (6) Título de eleitor com os comprovantes de votação nas 3 últimas eleições; (7) Cartão de inscrição no Programa de Integração Social (PIS); (8) Certificado de reservista, caso o trabalhador tenha menos de 45 anos; (9) Cópia do comprovante de residência; (10) Cópia do comprovante de escolaridade; (11) CNH, para cargo ou profissão que exija a utilização de veículos; (12) Cópia da certidão de casamento, se for o caso; (13) Cópia da certidão de nascimento de filhos de até 21 anos; (14) Carteira de vacinação dos filhos menores de 7 anos; (15) Comprovante de frequência escolar dos filhos menores de 7 anos; (16) Comprovante de frequência escolar dos filhos maiores de 7 anos; (17) Atestado de invalidez dos filhos de qualquer idade, se for o caso.

O valor médio salarial será de 1.509,72, será oferecido como benefício o vale-alimentação. Cargos como o de chapeiro, auxiliar de cozinha e faxineira terão insalubridade. O uniforme será composto por calça preta, blusa uniforme com o logo da empresa, sapato fechado e touca, todos terão crachás de identificação.

Quadro 14: Análise de cargos

ANÁLISE DE CARGOS					
CBO MTE	CARGO	DESCRIÇÃO DO CARGO	REQUISITOS	COPETÊNCIAS	SALÁRIO EM R\$
5134-35	Chapeiro	Atuar no preparo e montagem de lanches quentes, pratos rápidos e porções em geral. Organiza o local de trabalho, utensílios e geladeiras.	Necessário disponibilidade de horário, experiência, ensino médio completo, não é necessário ensino superior completo mas será um diferencial.	Habilidades em liderança, facilidade para o trabalho em equipe, comunicação e organização.	R\$ 1.560,20

5134-05	Garçom	Atuar no atendimento aos clientes, servir os clientes, organizar o local e higienização dos utensílios e equipamentos no salão de mesas.	Necessário experiência profissional, ensino médio completo, disponibilidade de horário.	Bom relacionamento em equipe, agilidade, postura, pontualidade, boa dicção, compromisso com a empresa.	R\$ 1.433,93
5134-05	Auxiliar de cozinha	Auxiliar os outros profissionais da cozinha no pré- preparo, preparo e processamento de alimentos, na montagem de	Não é necessário experiência profissional, ensino médio completo, disponibilidade de horário.	Bom relacionamento em equipe, agilidade, saber trabalhar em grupo.	R\$ 1.414,67
2711-05	Chefe de cozinha	Controlar e dirigir o processo de preparação de pratos e quaisquer outras atividades relacionadas Elaborar cardápios com criações culinárias novas/existentes garantindo a variedade e qualidade do que é servido.	Experiência comprovada como Chef de Cozinha Capacidade excepcional comprovada de gerenciamento de cozinha Capacidade de dividir responsabilidade e monitorar o progresso.	Necessário disponibilidade de horário, experiência, ensino médio completo, necessário ensino superior completo Conhecimentos básicos de leitura e escrita; Conhecimentos básicos de cálculo numérico, pesos e	

		Aprovar e dar acabamento aos pratos antes de serem servidos ao cliente Planejar os pedidos de equipamento ou ingredientes de acordo com as insuficiências identificadas	Excelentes habilidades de comunicação e liderança em dia com as tendências culinárias e processos otimizados de cozinha, conhecimento prático de programas de informática úteis.	medidas; Dinamismo e capacidade para trabalhar em equipa;	R\$ 2.244,00
4110-10	Auxiliar Administrativo	Dar suporte administrativo e técnico nas áreas de recursos humanos, Administração, finanças e logística; atender usuários, fornecer e receber informações; tratar de documentos variados, cumprindo todo o procedimento necessário referente aos mesmos; preparar relatórios e planilhas; executar serviços áreas de escritório.	Necessário experiência profissional, ensino médio completo, disponibilidade de horário. Ensino superior completo.	Bom relacionamento em equipe, agilidade, postura, pontualidade, boa dicção, compromisso com a empresa.	R\$ 1.509,69

		Assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.			
--	--	---	--	--	--

Fonte: Elaborado pelos próprios autores, 2021.

Tabela 5: Faixa Salarial

FAIXAS SALARIAIS					
CBO	MÍNIMO	1º QUARTIL	2º QUARTIL	3º QUARTIL	MÁXIMO
MTE					
5134-35	R\$ 1.560,20	R\$ 1.195,12	R\$ 1.436,60	R\$ 2.041,57	R\$ 2.676,97
5134-05	R\$ 1.433,93	R\$ 1.308,85	R\$ 1.404,00	R\$ 1.589,65	R\$ 1.925,44
5134-05	R\$ 1.414,67	R\$ 1.304,95	R\$ 1.414,67	R\$ 1.529,98	R\$ 1.853,16
2711-05	R\$ 2.244,00	R\$ 1.530,00	R\$ 1.683,00	R\$ 2.244,00	R\$ 3.366,00
4110-05	R\$ 1.509,69	R\$ 1.282,49	R\$ 1.484,01	R\$ 1.779,43	R\$ 2.155,30
4221-05	R\$ 1.374,72	R\$ 1.202,02	R\$ 1.336,95	R\$ 1.572,38	R\$ 1.904,52
5143-20	R\$ 1.433,31	R\$ 1.203,18	R\$ 1.286,21	R\$ 1.802,73	R\$ 2.183,52

Fonte: Elaborado pelos próprios autores, 2021.

Tabela 6: Colaboradores

CARGO	QUANTIDADE DE COLABORADORES NECESSÁRIOS
Chapeiro	1
Garçom	2
Auxiliar de cozinha	2
Chefe de cozinha	1
Auxiliar administrativo	1
Recepcionista	1
Faxineiro	1

Fonte: Elaborado pelos próprios autores, 2021.

Após a finalização da apresentação do plano de operações que será utilizado pela empresa será apresentado na sequência o capítulo 5, discorrendo sobre o plano financeiro

5. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro está diretamente ligado às estratégias e questões financeiras da organização. Neste sentido, até mesmo dados econômicos tais como inflação, taxas de juros, índice geral de preços de mercado e outros ganham relevância nas análises e tomadas de decisões, onde com base nesses resultados permite que a empresa possa corrigir se necessário, aperfeiçoar ou formular novas ações e estratégias a serem executadas, para atingir as metas e objetivos.

O objetivo do planejamento financeiro é projetar as receitas e as despesas da sua empresa, buscando indicar a situação econômica dos seus negócios, e é com ele que se consegue visualizar o quanto você pretende faturar, gastar, investir e lucrar, podendo planejar a melhor forma de utilizar os recursos. (SEBRAE, 2017).

Não há como estabelecer um plano de negócio eficaz sem um planejamento financeiro adequado. O contrário compromete o desenvolvimento promissor de qualquer empresa.

5.1 APRESENTAÇÃO DO PLANO FINANCEIRO

A Estimativa de Investimento é a primeira etapa do Plano Financeiro a ser definida e colocada em prática. São todos os investimentos iniciais e essenciais para que se dê início ao funcionamento da empresa.

1) Orçamento de investimento fixo: nesse orçamento, apresentam-se todos os ativos não- circulantes imobilizados que far-se-ão necessários para a instalação física do negócio (desde a aquisição de móveis e utensílios até a reforma predial).

2) Orçamento de materiais e insumos: O orçamento de materiais compreende quatro peças: Consumo de materiais: que indica o custo dos materiais que serão consumidos pelo programa de produção. Estoque de materiais: que é decorrente da política de estocagem.

3) Orçamento de investimento pré-operacional: Ao contrário do investimento fixo que visa calcular os custos com aquisição de bens, o investimento pré-operacional é o cálculo que vai mensurar quanto custa as ações para que a sua empresa comece a funcionar.

4) Orçamento da folha de pagamento: É um dos itens mais importantes no departamento pessoal de uma empresa. Esse documento tem diversas finalidades, desde as mais operacionais como, por exemplo, organizar a contabilidade da empresa, até o papel fiscal e contábil.

5) Estrutura de custos: É um dos aspectos que deve ser levantado quando se elabora o modelo de negócios de uma empresa. Essa estrutura deve contemplar todos os custos necessários para que seu empreendimento possa funcionar e oferecer o que se propõe ao público.

6) Orçamento empresarial: É um recurso essencial para manter a saúde financeira da empresa. Controla os custos de operação do negócio e o quanto cada setor interno requer de investimentos.

A seguir, será apresentado o orçamento de investimento fixo, que basicamente é uma visão geral, o investimento fixo corresponde a toda parte de infraestrutura necessária para que o seu negócio funcione.

5.2. O ORÇAMENTO DE INVESTIMENTO FIXO

Trata-se de todo o recurso financeiro utilizado para adquirir bens e dar início ao negócio. Em uma visão geral, o investimento fixo corresponde a toda parte de infraestrutura necessária para que o seu negócio funcione. Nele estão inclusos os itens básicos que serão comprados para início das suas atividades, de acordo com o seu segmento, por exemplo: maquinários, móveis, equipamentos eletrônicos, decoração, estoque, veículos. Para chegar ao custo total do investimento fixo, precisamos listar tudo o que seja referente à infraestrutura, bem como o valor unitário e o valor total de cada item, de acordo com a quantidade necessária.

Tabela 7: Orçamentos Fixos

Orçamento de investimentos fixos						
Nome do item	Fornecedor consultado	Setor de utilização	Valor Unitário (R\$)	Quantidade	Medida (kg, m, unid)	Valor total (R\$)
Máquinas e equipamentos						
Fogão industrial 6 bocas	casas bahia	cozinha	R\$ 1.394,91	1,00	unidade	R\$ 1.534,91
Geladeira	casas bahia	cozinha	R\$ 2.482,17	1,00	unidade	R\$ 2.482,17
Chapa profissional	mercado livre	cozinha	R\$ 479,00	2,00	unidades	R\$ 958,00
Fritadeira elétrica	magazine luiza	cozinha	R\$ 551,49	2,00	unidades	R\$ 1.102,98
Freezer horizontal	americanas	cozinha	R\$ 1.673,65	1,00	unidade	R\$ 1.673,65
Liquidificador	casas bahia	cozinha	R\$ 132,05	3,00	unidades	R\$ 396,15
Extrator de frutas	casas bahia	cozinha	R\$ 161,40	1,00	unidade	R\$ 161,40
Chopeira elétrica	magazine luiza	salão	R\$ 4.369,05	1,00	unidade	R\$ 4.498,60
Móveis e utensílios						

Conjunto 4 cadeiras e 1 mesa	magazine luiza	salão	R\$ 330,60	10,00	unidades	R\$ 3.391,00
Balcão de recepção	magazine luiza	salão	R\$ 422,99	2,00	unidades	R\$ 845,98
Notebook <i>Acer Aspire</i>	magazine luiza	salão	R\$ 3.419,10	1,00	unidade	R\$ 3.419,10
Veículos						
TOTAL						R\$ 20.463,94

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

A seguir, será apresentado o orçamento de materiais e insumos, que basicamente é a compreensão de quatro peças: Consumo de materiais: que indica o custo dos materiais que serão consumidos pelo programa de produção. Estoque de materiais: que é decorrente da política de estocagem.

5.3. O ORÇAMENTO DE MATERIAIS E INSUMOS

É essencial para organização de uma empresa o controle de produtos evitando desperdício de matérias primas, indicando o consumo de matérias e custo de materiais que serão consumidos na produção, e também o estoque de materiais.

Tabela 8: Materiais e Insumos

Orçamento dos Materiais e dos Insumos						
Nome do item	Fornecedor consultado	Setor de utilização	Valor Unitário (R\$)	Qnt.	Medida (kg, m, unid)	Valor total (R\$)
Matérias-primas						
Batata-Frita Congelada	Atacadão	Cozinha	R\$ 16,12	7	Unidades	R\$ 112,84
Mussarela	Atacadão	Cozinha	R\$ 23,52	22	Kgs	R\$ 505,68
Bacon	Atacadão	Cozinha	R\$ 23,75	5	Kgs	R\$ 118,75
Óleo	Atacadão	Cozinha	R\$ 8,73	60	Unidades	R\$ 523,80
Azeite	Tenda Atacado	Cozinha	R\$ 76,45	5	Litros	R\$ 76,45
Cebola	Atacadão	Cozinha	R\$ 1,69	90	Kgs	R\$ 152,10
Farinha de Trigo	Atacadão	Cozinha	R\$ 3,49	70	Unidades	R\$ 244,30
Pimenta do Reino	Atacadão	Cozinha	R\$ 16,22	20	Kgs	R\$ 324,40
Maisena	Atacadão	Cozinha	R\$ 3,99	115	Unidades	R\$ 458,85
Ovo	Atacadão	Cozinha	R\$ 16,46	10	Unidades	R\$ 164,60
Batata	Cotabest	Cozinha	R\$ 4,99	20	Unidades	R\$ 99,80
Páprica Picante	Atacadão	Cozinha	R\$ 11,87	3	Unidades	R\$ 35,61
Dente de Alho	Super Neto	Cozinha	R\$ 27,69	3	Kgs	R\$ 83,07
Limão	Super Neto	Cozinha	R\$ 3,25	5	Kgs	R\$ 16,25
Sal	Atacadão	Cozinha	R\$ 1,58	5	Unidades	R\$ 7,90

Alecrim	Super Neto	Cozinha	R\$ 14,13	5	Unidades	R\$ 70,65
Salsicha	Atacadão	Cozinha	R\$ 10,69	30	Kgs	R\$ 320,70
Tomate	Atacadão	Cozinha	R\$ 7,26	20	Kgs	R\$ 145,20
Manteiga	Atacadão	Cozinha	R\$ 8,15	10	Unidades	R\$ 81,50
Extrato de Tomate	Atacadão	Cozinha	R\$ 1,86	50	Unidades	R\$ 93,00
Creme de Leite	Atacadão	Cozinha	R\$ 2,43	216	Unidades	R\$ 524,88
Batata Palha	Atacadão	Cozinha	R\$ 8,64	30	Unidades	R\$ 259,20
Milho	Atacadão	Cozinha	R\$ 18,32	2	Kgs	R\$ 36,64
Carne Moida	Atacadão	Cozinha	R\$ 28,98	250	Kgs	R\$ 7.245,00
Pimenta	Super Neto	Cozinha	R\$ 4,09	25	Unidades	R\$ 102,25
Cheiro Verde	Super Neto	Cozinha	R\$ 3,95	20	Unidades	R\$ 79,00
Alface	Central Max	Cozinha	R\$ 3,81	30	Unidades	R\$ 114,30
Queijo Cheddar	Atacadão	Cozinha	R\$ 61,79	8	Kgs	R\$ 494,32
Pão de Hamburguer	Tenda Atacado	Cozinha	R\$ 2,99	100	Pacotes	R\$ 299,00
Pão de Hotdog	Atacadão	Cozinha	R\$ 7,63	20	Unidades	R\$ 152,60
Alcatra	Atacadão	Cozinha	R\$ 38,74	48	Kgs	R\$ 1.859,52
Filé de Frango	Atacadão	Cozinha	R\$ 15,31	15	Kgs	R\$ 229,65
Calabresa	Atacadão	Cozinha	R\$ 52,21	40	Unidades	R\$ 2.088,40
Maracujá	SuperNeto	Cozinha	R\$ 9,45	25	Kgs	R\$ 236,25
Acerola	Atacadão	Cozinha	R\$ 23,70	15	Unidades	R\$ 355,50
Laranja	CentralMax	Cozinha	R\$ 5,69	25	Kgs	R\$ 142,25

Cerveja Longneck Brahma	Chicoentrega	Bar	R\$ 6,99	150	Unidades	R\$ 1.048,50
Cerveja Longneck Skol	Webcamer	Bar	R\$ 4,21	150	Unidades	R\$ 631,50
Cerveja Longneck antarctica	Webcamer	Bar	R\$ 2,90	150	Unidades	R\$ 435,00
Cerveja Longneck Crystal	Comper.com.br	Bar	R\$ 1,79	150	Unidades	R\$ 268,50
Cerveja Longneck Heineken	Atacadão	Bar	R\$ 5,38	150	Unidades	R\$ 807,00
Cerveja Longneck Império	Cidade Imperial	Bar	R\$ 38,18	13	Caixas	R\$ 496,34
Cerveja Lata Brahma	Atacadão	Bar	R\$ 2,86	150	Unidades	R\$ 429,00
Cerveja Lata Skol	Atacadão	Bar	R\$ 2,74	150	Unidades	R\$ 411,00
Cerveja Lata antarctica	Atacadão	Bar	R\$ 2,29	150	Unidades	R\$ 343,50
Cerveja Lata Itaipava	Atacadão	Bar	R\$ 2,30	150	Unidades	R\$ 345,00
Cerveja Lata Bohemia	Atacadão	Bar	R\$ 2,84	150	Unidades	R\$ 426,00
Cerveja Lata Império	Atacadão	Bar	R\$ 2,77	150	Unidades	R\$ 415,50
Coca cola - 2L	Atacadão	Bar	R\$ 6,98	70	Unidades	R\$ 488,60
Fanta Laranja - 2L	Atacadão	Bar	R\$ 6,19	70	Unidades	R\$ 433,30
Pespi - 2L	Atacadão	Bar	R\$ 5,30	70	Unidades	R\$ 371,00
Coca cola - Lata	Atacadão	Bar	R\$ 2,38	100	Unidades	R\$ 238,00

Fanta laranja- Lata	Atacadão	Bar	R\$ 2,44	100	Unidades	R\$ 244,00
Fanta Uva - Lata	Atacadão	Bar	R\$ 2,55	100	Unidades	R\$ 255,00
Chope de Trigo Pilsen	Chopp Mais Facil	Bar	R\$ 9,96	30	Litros	R\$ 348,90
Chope de Vinho	Chopp Mais Facil	Bar	R\$ 12,84	30	Litros	R\$ 449,70
Água com gás	Atacadão	Bar	R\$ 1,58	50	Unidades	R\$ 79,00
Gelo	Atacadão	Bar	R\$ 25,60	50	Unidades	R\$ 1.280,00
Água sem gás	Atacadão	Bar	R\$ 0,67	50	Unidades	R\$ 33,50
Insumos						
Sachê Ketchup	Atacadão	Cozinha	R\$ 9,54	20	Caixas	R\$ 190,80
Sachê Mostarda	Atacadão	Cozinha	R\$ 9,54	20	Caixas	R\$ 190,80
Sachê Maionese	Atacadão	Cozinha	R\$ 10,04	20	Caixas	R\$ 200,80
Sachê Barbecue	Atacadão	Cozinha	R\$ 15,18	20	Caixas	R\$ 303,60
Guardanapo	Atacadão	Cozinha	R\$ 1,86	30	Pacotes	R\$ 55,80
Caixa de papelão	Multi Caixas	Cozinha	R\$ 108,40	50	Pacotes	R\$ 5.420,00
Papel acoplado para lanche	Multi Caixas	Cozinha	R\$ 54,00	15	Pacotes	R\$ 810,00
Copo	Atacadão	Cozinha/Bar	R\$ 10,90	50	unidades	R\$ 545,00
Caneca de vidro	Feira da madrugada	Cozinha/Bar	R\$ 9,35	50	unidades	R\$ 9,35
Tulipa	Atacadão	Cozinha/Bar	R\$ 6,90	50	unidades	R\$ 345,00
Espetinho para Churrasco	Americanas	Cozinha	R\$ 15,10	10	Pacotes	R\$ 151,00

Copo descartável	Atacadão	Cozinha	R\$ 3,85	5	Pacotes	R\$ 19,25
Canudo	Atacadão	Cozinha	R\$ 20,96	5	Pacotes	R\$ 104,80
Saco plastico leitoso	Mercado livre	Cozinha	R\$ 6,90	500	Unidades	R\$ 72,51
Saco papel kraft	Mercado livre	Cozinha/Delivery	R\$ 2,78	200	Unidades	R\$ 72,00
Etiqueta	Mercado livre	Cozinha/Delivery	R\$ 0,02	1000	Unidades	R\$ 21,75
TOTAL			R\$ 996,98	4152		R\$ 36.468,90

Fonte: Elaborado pelos próprios autores, 2021.

A seguir, será apresentado o orçamento de investimentos pré operacionais, que são detalhados os inúmeros gastos da empresa, os custos operacionais antes e durante o desenvolvimento das atividades da empresa.

5.4. ORÇAMENTO DE INVESTIMENTO PRÉ-OPERACIONAL

O investimento pré-operacional é o cálculo que vai mensurar quanto custa as ações para que a sua empresa comece a funcionar.

Quadro 15: Despesas Pré-Operacionais

Orçamento de Despesas Pré-Operacionais			
Descrição	Fornecedor	Tipo (taxa, custeio)	Valor em R\$
Despesas de formalização			
Abertura de empresa - Contador	Escritório Real	Custeio	R\$ 2.000,00
Taxa Junta Comercial	JUCESP	Taxa	R\$ 160,00
Alvará da Prefeitura	Presidente Epitácio	Taxa	R\$ 1.000,00
Alvará do Corpo de Bombeiros	Corpo de Bombeiros	Taxa	R\$ 1.000,00
Obras civis ou reformas			
Reforma do edifício para instalação da empresa	Habitissimo	Taxa	R\$ 5.000,00
Instalação de ar condicionado	WebArcondicionado	Taxa	R\$ 30.000,00
Instalação de internet	Porto Net	Taxa	R\$ 500,00
Identidade visual			
Adesivação	Spotpress	Taxa	R\$ 200,00
Sinalização	AfixGraf	Taxa	R\$ 1.000,00
Fachada	Forthlux	Taxa	R\$ 1.000,00
Letreiros	Habitissimo	Taxa	R\$ 500,00
Uniformes da equipe	Mix Malhas	Taxa	R\$ 400,00
Crachás para a equipe	Sua Marca Aqui	Taxa	R\$ 198,00
Marketing e Publicidade			
Site e Aplicativo	View Sites	Custeio	R\$ 50,00
Redes sociais	Instagram, Facebook e Twitter	Custeio	R\$ 600,00
Publicidade	Google Ads	Custeio	R\$ 150,00
Treinamento da equipe			
Cursos e capacitações	Brava Cursos	Taxa	R\$ 60,00

Outras despesas pré-operacionais			
Produtos de limpeza	Tenda Atacado	Taxa	R\$ 300,00
TOTAL			R\$ 44.118,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

A seguir, será apresentado a síntese do orçamento do investimento total, que trata-se basicamente de compreender todo o investimento fixo.

5.5. SÍNTESE DO ORÇAMENTO DO INVESTIMENTO TOTAL

O investimento total compreende todo o investimento fixo, investimento pré-operacional e o capital de giro. Nesse sentido, é a designação do valor inicial a ser investido para dar início ao negócio.

Tabela 9: Investimentos

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTOS	
Orçamento de Investimentos	R\$ 21.358,66
Orçamento de Materiais e Insumos	R\$ 36.468,90
Orçamento de Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 44.118,00
TOTAL	R\$ 101.945,56

Fonte: Elaborado pelos próprios autores, 2021.

A seguir, será apresentado o orçamento da folha de pagamento. Que é de extrema importância para uma empresa, pois o documento tem o propósito de organizar e registrar valores referentes a remunerações dos colaboradores, com os devidos descontos e acréscimos.

5.6. ORÇAMENTO DA FOLHA DE PAGAMENTO

A folha de pagamento é um documento muito essencial para uma empresa, pois através dela é possível fazer a organização e registro de valores referentes a remunerações dos colaboradores, com os devidos descontos e acréscimos. Ela é importante para o empregador, pois possibilita a visualização de diversas informações. A folha tem validade legal para comprovação de renda e atividade remunerada. Dessa maneira, o documento tem função contábil e fiscal, além de sua importância operacional.

Tabela 10: Folha de Pagamento

NOME	DEPARTAMENTO	SALÁRIO BRUTO	VALE TRANSPORTE	INSS	IRPF	Insalubridade	Periculosidade	TOTAL DESCONTOS	SALÁRIO LÍQUIDO
Chapista	Cozinha	R\$ 2.000,00	R\$ 120,00	R\$ 180,00	R\$ (6,30)	R\$ 400,00	R\$ -	R\$ 293,70	R\$ 2.106,30
Garçom 1	Atendimento	R\$ 1.200,00	R\$ 72,00	R\$ 96,00	R\$ (60,00)	R\$ 120,00	R\$ -	R\$ 108,00	R\$ 1.212,00
Garçom 2	Atendimento	R\$ 1.200,00	R\$ 72,00	R\$ 96,00	R\$ (60,00)	R\$ -	R\$ -	R\$ 108,00	R\$ 1.092,00
Garçom 3	Atendimento/ Bar	R\$ 1.200,00	R\$ 72,00	R\$ 96,00	R\$ (60,00)	R\$ -	R\$ -	R\$ 108,00	R\$ 1.092,00
Auxiliar de cozinha	Cozinha	R\$ 1.100,00	R\$ 66,00	R\$ 88,00	R\$ (66,90)	R\$ -	R\$ -	R\$ 87,10	R\$ 1.012,90
Faxineiro	Geral	R\$ 1.010,00	R\$ 60,60	R\$ 80,80	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 141,40	R\$ 868,60
Entregador (terceirizado 3 dias na semana)	Delivery	R\$ 600,00	R\$ 36,00	R\$ 48,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 180,00	R\$ 84,00	R\$ 696,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

5.7. ESTRUTURA DE CUSTOS DA EMPRESA

Basicamente trata-se de uma forma viável que calcula o custo que se obteve com as mercadorias vendidas com base no estoque e no que foi pago por elas. Esse cálculo é de extrema importância, pois permite que a empresa tenha o conhecimento e o controle de cada produto do seu estoque.

Quadro 16: BOM - Batata Frita Com Bacon e Muçarela

ESTRUTURA DO PRODUTO - BOM (BILL OF MATERIAL)		
Nível 0	Nível 1	Nível 2
<i>Produto ou serviço final especificado</i>	<i>Conjuntos básicos que formam o produto ou serviço final</i>	<i>Subconjuntos que formam os conjuntos básicos</i>
Batata Frita com bacon e muçarela	Batata	Batatas
		Sal
		Bacon
		Muçarela
		Óleo
	Embalagem	Caixinhas para batatas
		Papel toalha
		Guardanapo

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Quadro 17: BOM - Batata Rústica

ESTRUTURA DO PRODUTO - BOM (BILL OF MATERIAL)			
Nível 0	Nível 1	Nível 2	Nível 3
<i>Produto ou serviço final especificado</i>	<i>Conjuntos básicos que formam o produto ou serviço final</i>	<i>Subconjuntos que formam os conjuntos básicos</i>	<i>Partes ou peças que formam os subconjuntos</i>
Batata rústica	Batata	<i>Batatas</i>	<i>Paprica picante</i>
		<i>Sal</i>	
		<i>Alecrim</i>	
		<i>Alho</i>	
		<i>Azeite</i>	
	Embalagem	<i>Caixinhas para batatas</i>	
		<i>Papel toalha</i>	
		<i>Guardanapo</i>	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Quadro 18: BOM - Anéis de Cebola

ESTRUTURA DO PRODUTO - BOM (BILL OF MATERIAL)			
Nível 0	Nível 1	Nível 2	Nível 3
<i>Produto ou serviço final especificado</i>	<i>Conjuntos básicos que formam o produto ou serviço final</i>	<i>Subconjuntos que formam os conjuntos básicos</i>	<i>Partes ou peças que formam os subconjuntos</i>
Anéis de Cebola	Cebola	<i>Cebolas</i>	<i>Pimenta do reino</i>
		<i>Farinha de trigo</i>	<i>Limão</i>
		<i>Sal</i>	
		<i>Maisena</i>	
		<i>Ovo</i>	
	Embalagem	<i>Caixinhas para cebolas</i>	
		<i>Papel Toalha</i>	
		<i>Guardanapo</i>	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Quadro 19: BOM - Refrigerante

ESTRUTURA DO PRODUTO - BOM (BILL OF MATERIAL)		
Nível 0	Nível 1	Nível 2
<i>Produto ou serviço final especificado</i>	<i>Conjuntos básicos que formam o produto ou serviço final</i>	<i>Subconjuntos que formam os conjuntos básicos</i>
Refrigerante	Refrigerante	Coca cola - Lata
		Fanta laranja- Lata
		Fanta Uva - Lata
	Embalagem	Copos
		Canudinhos

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Quadro 20: Refrigerante 2L

ESTRUTURA DO PRODUTO - BOM (BILL OF MATERIAL)		
Nível 0	Nível 1	Nível 2
<i>Produto ou serviço final especificado</i>	<i>Conjuntos básicos que formam o produto ou serviço final</i>	<i>Subconjuntos que formam os conjuntos básicos</i>
Refrigerante 2L	Refrigerante	Coca cola - 2L
		Fanta Laranja - 2L
		Pespi - 2L
	Embalagem	Copos

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Quadro 21: BOM - Cerveja Artesanal

ESTRUTURA DO PRODUTO - BOM (BILL OF MATERIAL)		
Nível 0	Nível 1	Nível 2
<i>Produto ou serviço final especificado</i>	<i>Conjuntos básicos que formam o produto ou serviço final</i>	<i>Subconjuntos que formam os conjuntos básicos</i>
Cerveja artesanal Longneck	Cerveja	Cerveja Longneck Brahma
		Cerveja Longneck Skol
		Cerveja Longneck antarctica
		Cerveja Longneck Crystal
		Cerveja Longneck Heineken
		Cerveja Longneck Império
	Embalagem	<i>Tulipa</i>
		<i>Gelo</i>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Quadro 22: BOM - Cerveja

ESTRUTURA DO PRODUTO - BOM (BILL OF MATERIAL)		
Nível 0	Nível 1	Nível 2
<i>Produto ou serviço final especificado</i>	<i>Conjuntos básicos que formam o produto ou serviço final</i>	<i>Subconjuntos que formam os conjuntos básicos</i>
Cerveja	Cerveja	Cerveja Lata Brahma
		Cerveja Lata Skol
		Cerveja Lata antarctica
		Cerveja Lata Itaipava
		Cerveja Lata Bohemia
		Cerveja Lata Império
	Embalagem	<i>Tulipa</i>
		<i>Gelo</i>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Quadro 23: BOM - Chopps

ESTRUTURA DO PRODUTO - BOM (BILL OF MATERIAL)		
Nível 0	Nível 1	Nível 2
<i>Produto ou serviço final especificado</i>	<i>Conjuntos básicos que formam o produto ou serviço final</i>	<i>Subconjuntos que formam os conjuntos básicos</i>
Chopps	Chopp	<i>Chopp de Trigo Pilsen</i>
		<i>Chopp de Vinho</i>
	Embalagem	<i>caneca de vidro</i>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Quadro 24: BOM - Hambúrguer Artesanal

ESTRUTURA DO PRODUTO - BOM (BILL OF MATERIAL)			
Nível 0	Nível 1	Nível 2	Nível 3
<i>Produto ou serviço final especificado</i>	<i>Conjuntos básicos que formam o produto ou serviço final</i>	<i>Subconjuntos que formam os conjuntos básicos</i>	<i>Partes ou peças que formam os subconjuntos</i>
Hambúrguer Artesanal	Pão	<i>Gergelim</i>	
		<i>Trigo</i>	
		<i>Sal</i>	
		<i>Fermento</i>	
	Hambúrguer	<i>Carne Moída</i>	
		<i>Trigo</i>	
		<i>Sal</i>	
	Complementos	<i>Tomate</i>	<i>Fatiado</i>
		<i>Tempeiro caseiro</i>	<i>Alho</i>
			<i>Cebola</i>
			<i>Pimenta</i>
			<i>Cheiro verde</i>
<i>Bacon</i>		<i>Moído</i>	
<i>Queijo cheddar</i>			

		<i>Alface</i>	<i>Folhas</i>
Embalagem		<i>Papel acoplado para lanche</i>	
		<i>Caixa de papelão</i>	
		<i>Etiqueta</i>	
		<i>Guardanapo</i>	
Sachês de molhos		<i>Sachê de Ketchup</i>	
		<i>Sachê de Maionese</i>	
		<i>Sachê de Mostarda</i>	
		<i>Sachê de Barbecue</i>	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Quadro 25: BOM - hambúguer Artesanal de Frango

ESTRUTURA DO PRODUTO - BOM (BILL OF MATERIAL)				
Nível 0	Nível 1	Nível 2	Nível 3	
<i>Produto ou serviço final especificado</i>	<i>Conjuntos básicos que formam o produto ou serviço final</i>	<i>Subconjuntos que formam os conjuntos básicos</i>	<i>Partes ou peças que formam os subconjuntos</i>	
Hamburguer Frango Artesanal	Pão			
		<i>Gergelim</i>		
		<i>Trigo</i>		
		<i>Sal</i>		
		<i>Fermento</i>		
	Hambúguer		<i>Peito de frango</i>	
			<i>Sal</i>	
	Complementos		<i>Tomate</i>	<i>Fatiado</i>
		<i>Tempero caseiro</i>		<i>Alho</i>
				<i>Cebola</i>
			<i>Pimenta</i>	

			<i>Cheiro verde</i>
		<i>Azeite</i>	<i>Moído</i>
		<i>Queijo cheddar</i>	
		<i>Alface</i>	<i>Folhas</i>
	Embalagem	<i>Papel acoplado para lanche</i>	
		<i>Caixa de papelão</i>	
		<i>Etiqueta</i>	
		<i>Guardanapo</i>	
	Sachês de molhos	<i>Sachê de Ketchup</i>	
		<i>Sachê de Maionese</i>	
		<i>Sachê de Mostarda</i>	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Quadro 26: Cachorro Quente

ESTRUTURA DO PRODUTO - BOM (BILL OF MATERIAL)				
Nível 0	Nível 1	Nível 2	Nível 3	
<i>Produto ou serviço final especificado</i>	<i>Conjuntos básicos que formam o produto ou serviço final</i>	<i>Subconjuntos que formam os conjuntos básicos</i>	<i>Partes ou peças que formam os subconjuntos</i>	
Cachorro Quente	Pão	<i>Pão de hotdog</i>		
		<i>Salsicha</i>		
	Complementos	<i>Molho</i>	<i>Extrato de tomate</i>	
			<i>Creme de leite</i>	
			<i>Aguá</i>	
		<i>Azeite</i>		
		<i>Milho</i>		
		<i>Batata palha</i>		
	<i>Alface</i>	<i>Folhas</i>		

	Embalagem	<i>Papel acoplado para lanche</i>	
		<i>Caixa de papelão</i>	
		<i>Etiqueta</i>	
		<i>Guardanapo</i>	
	Sachês de molhos	<i>Sachê de Ketchup</i>	
		<i>Sachê de Maionese</i>	
		<i>Sachê de Mostarda</i>	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Quadro 27: BOM - Combo Nº 1

ESTRUTURA DO PRODUTO - BOM (BILL OF MATERIAL)			
Nível 0	Nível 1	Nível 2	Nível 3
<i>Produto ou serviço final especificado</i>	<i>Conjuntos básicos que formam o produto ou serviço final</i>	<i>Subconjuntos que formam os conjuntos básicos</i>	<i>Partes ou peças que formam os subconjuntos</i>
COMBO Nº 1	Hambúrguer Artesanal	Pão	<i>Gergelim</i>
			<i>Trigo</i>
			<i>Sal</i>
			<i>Fermento</i>
		Hambúrguer	<i>Carne moída</i>
			<i>Trigo</i>
			<i>Sal</i>
			<i>Óleo</i>
		Complementos	<i>Molho Especial</i>
			<i>Tomate</i>
			<i>Queijo cheddar</i>
			<i>Bacon</i>
			<i>Alface</i>

		Embalagem	<i>Papel acoplado para lanche</i>
			<i>Caixa de papelão</i>
			<i>Etiqueta</i>
			<i>Guardanapo</i>
	Sachês de molhos	Sachê de Ketchup	
		Sachê de Maionese	
		Sachê de Mostarda	
		Sachê de Barbecue	
	Batata Rustica	Batata	<i>Batatas</i>
			<i>Sal</i>
			<i>Alecrim</i>
			<i>Alho</i>
			<i>Azeite</i>
		Embalagem	<i>Caixinha para batata</i>
	Refrigerante	Refrigerante	<i>Coca cola - Lata</i>
Embalagem		<i>Copo descartável</i>	
		<i>Canudinho</i>	
Embalagem geral	Saco de papel kraft		

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Quadro 28: BOM - Combo Nº 2

ESTRUTURA DO PRODUTO - BOM (BILL OF MATERIAL)			
Nível 0	Nível 1	Nível 2	Nível 3
<i>Produto ou serviço final especificado</i>	<i>Conjuntos básicos que formam o produto ou serviço final</i>	<i>Subconjuntos que formam os conjuntos básicos</i>	<i>Partes ou peças que formam os subconjuntos</i>
	Batata Frita	Batata	<i>Batatas</i>
			<i>Sal</i>

COMBO Nº 2			<i>Bacon</i>
			<i>Muçarela</i>
			<i>Óleo</i>
		Chope	<i>Chope de Trigo Pilsen</i>
			<i>Chope de Vinho</i>
	Insumos	Caneca de vidro	
	Sachês de molhos	<i>Sachê de Ketchup</i>	
		<i>Sachê de Maionese</i>	
		<i>Sachê de Mostarda</i>	
		<i>Sachê de Barbecue</i>	
	Embalagem	<i>Caixinha para batata</i>	
		<i>Guardanapo</i>	
<i>Copo descartável</i>			

Fonte: Elaborado pelos autores. 2021.

Tabela 11: Custeamento Hambúguer

Custeamento da estrutura de produto							
Produto/Material	Dados da estrutura do produto					Dados de custos	
	Especificação	Nvl. da estrutura	Origem	Qnt.	Unidade de medida	Custo unitário	Custo total
HAMBÚRGUER	TIPO 1 (CARNE BOVINA)	1					
PÃO	Tipo hambúrguer 2 faces	2	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,07	R\$ 0,07
HAMBÚRGUER	Carne bovina	2	Comprado	1	Unidade	R\$ 1,15	R\$ 1,15
COMPLEMENTOS	Combinação 1	2	Fabricado				
<i>Bacon</i>	Atacadão	2	Comprado	5	Gramas	R\$ 0,21	R\$ 1,05
<i>Queijo cheddar</i>	Atacadão	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,12	R\$ 0,12
<i>Tempero caseiro</i>	Sabor Pesto	3	Fabricado	5	Gramas	R\$ 0,47	R\$ 2,35
<i>Tomate</i>	Graúdo	3	Comprado	1	fatia	R\$ 0,36	R\$ 0,36
<i>Alface</i>	Americana	3	Comprado	1	Gramas	R\$ 0,13	R\$ 0,13
<u>SUBTOTAL 1</u>							R\$ 5,23
EMBALAGEM	Tipo 1	2	Fabricado				
<i>Papel acoplado para lanche</i>	Acoplado 30X28 estilizado	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,08	R\$ 0,08

<i>Caixa de papelão</i>	Embalagem tradicional 275mg 11cmX11cmX8cm	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,60	R\$ 0,60
<i>Etiqueta</i>	Lacre de segurança estilizado	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,02	R\$ 0,02
<i>Guardanapo</i>	Guardanapo em sachê estilizado 20X20cm	3	Comprado	2	Unidade	R\$ 1,86	R\$ 3,72
SACHÊS DE MOLHOS	Tipo 1	2	Comprado				
<i>Sachê de Ketchup</i>	Sachê de Ketchup Heinz	2	Comprado	3	Unidade	R\$ 0,05	R\$ 0,15
<i>Sachê de Maionese</i>	Sachê de Maionese Heinz	2	Comprado	2	Unidade	R\$ 0,06	R\$ 0,12
<i>Sachê de Mostarda</i>	Sachê de Mostarda Heinz	2	Comprado	3	Unidade	R\$ 0,05	R\$ 0,15
<i>Sachê de Barbecue</i>	Sachê de Barbecue Hemmer	2	Comprado	2	Unidade	R\$ 0,09	R\$ 0,18
<u>SUBTOTAL 2</u>							R\$ 5,02
<u>TOTAL GERAL</u>							R\$ 10,25

Fonte: Elaborado pelos autores. 2021.

Tabela 12: Custeamento Hambúrguer de Frango

Custeamento da estrutura de produto							
Produto/Material	Dados da estrutura do produto					Dados de custos	
	Especificação	Nvl. da estrutura	Origem	Quantidade	Unidade de medida	Custo unitário	Custo total
HAMBÚRGUER	TIPO 2 (CARNE DE AVES)	1					
<i>PÃO</i>	Tipo hambúrguer 2 faces	2	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,07	R\$ 0,07
<i>HAMBÚRGUER</i>	Filé de frango	2	Comprado	1	Unidade	R\$ 1,02	R\$ 1,02
COMPLEMENTOS	Combinação 1	2	Fabricado				
<i>Azeite</i>	Atacadão	2	Comprado	5	Gramas	R\$ 0,21	R\$ 1,05
<i>Queijo cheddar</i>	Atacadão	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,12	R\$ 0,12
<i>Tempero caseiro</i>	Sabor Pesto	3	Fabricado	5	Gramas	R\$ 0,47	R\$ 2,35
<i>Limão</i>	Médio	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,03	R\$ 0,03
<i>Tomate</i>	Graúdo	3	Comprado	1	fatia	R\$ 0,36	R\$ 0,36
<i>Alface</i>	Americana	3	Comprado	1	Gramas	R\$ 0,13	R\$ 0,13
<u>SUBTOTAL 1</u>							R\$ 5,13
EMBALAGEM	Tipo 1	2	Fabricado				
<i>Papel acoplado para lanche</i>	Acoplado 30X28 estilizado	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,08	R\$ 0,08
<i>Caixa de papelão</i>	Embalagem tradicional 275mg 11cmX11cmX8cm	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,60	R\$ 0,60

<i>Etiqueta</i>	Lacre de segurança estilizado	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,02	R\$ 0,02
<i>Guardanapo</i>	Guardanapo em sachê estilizado 20X20cm	3	Comprado	2	Unidade	R\$ 1,86	R\$ 3,72
SACHÊS DE MOLHOS	Tipo 1	2	Comprado				
<i>Sachê de Ketchup</i>	Sachê de Ketchup Heinz	2	Comprado	3	Unidade	R\$ 0,05	R\$ 0,15
<i>Sachê de Maionese</i>	Sachê de Maionese Heinz	2	Comprado	2	Unidade	R\$ 0,06	R\$ 0,12
<i>Sachê de Mostarda</i>	Sachê de Mostarda Heinz	2	Comprado	3	Unidade	R\$ 0,05	R\$ 0,15
<i>Sachê de Barbecue</i>	Sachê de Barbecue Hemmer	2	Comprado	2	Unidade	R\$ 0,09	R\$ 0,18
<u>SUBTOTAL 2</u>							R\$ 5,02
<u>TOTAL GERAL</u>							R\$ 10,15

Fonte: Elaborado pelos autores. 2021.

Tabela 13: Custeamento Cachorro Quente

Custeamento da estrutura de produto							
Produto/Material	Dados da estrutura do produto					Dados de custos	
	Especificação	Nível da estrutura	Origem	Qt.	Unidade de medida	Custo unitário	Custo total
	TIPO 1 (CARNE BOVINA)	1					
PÃO	Tipo hambúrguer 2 faces	2	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,06	R\$ 0,06
COMPLEMENTOS	Combinação 1	2	Fabricado				
<i>Salsicha</i>	Atacadão	2	Comprado	1	Gramas	R\$ 2,80	R\$ 2,80
<i>Milho</i>	Atacadão	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,11	R\$ 0,11
<i>Molho</i>	Atacadão	3	Fabricado	1	Gramas	R\$ 0,15	R\$ 0,15
<i>Batata palha</i>	Atacadão	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,02	R\$ 0,02
<i>Tomate</i>	Graúdo	3	Comprado	1	fatias	R\$ 0,36	R\$ 0,36
<i>Alface</i>	Americana	3	Comprado	1	Folhas	R\$ 0,13	R\$ 0,13
<u>SUBTOTAL 1</u>							R\$ 3,63
EMBALAGEM	Tipo 1	2	Fabricado				
<i>Papel acoplado para lanche</i>	Acoplado 30X28 estilizado	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,08	R\$ 0,08

<i>Caixa de papelão</i>	Embalagem tradicional 275mg 11cmX11cmX8cm	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,60	R\$ 0,60
<i>Etiqueta</i>	Lacre de segurança estilizado	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,02	R\$ 0,02
<i>Guardanapo</i>	Guardanapo em sachê estilizado 20X20cm	3	Comprado	2	Unidade	R\$ 1,86	R\$ 3,72
SACHÊS DE MOLHOS	Tipo 1	2	Comprado				
<i>Sachê de Ketchup</i>	Sachê de Ketchup Heinz	2	Comprado	3	Unidade	R\$ 0,05	R\$ 0,15
<i>Sachê de Maionese</i>	Sachê de Maionese Heinz	2	Comprado	2	Unidade	R\$ 0,06	R\$ 0,12
<i>Sachê de Mostarda</i>	Sachê de Mostarda Heinz	2	Comprado	3	Unidade	R\$ 0,05	R\$ 0,15
<i>Sachê de Barbecue</i>	Sachê de Barbecue Hemmer	2	Comprado	2	Unidade	R\$ 0,09	R\$ 0,18
<u>SUBTOTAL 2</u>							R\$ 5,02
<u>TOTAL GERAL</u>							R\$ 8,65

Fonte: Elaborado pelos autores. 2021.

Tabela 14: Custeamento Combo 1

Custeamento da estrutura de produto							
Produto/Material	Dados da estrutura do produto					Dados de custos	
	Especificação	Nvl. da estrutura	Origem	Qtd.	Unidade de medida	Custo unitário	Custo total
Combo 1	TIPO 1 (CARNE BOVINA)	1					
PÃO	Tipo hambúrguer 2 faces	2	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,07	R\$ 0,07
HAMBÚRGUER	Carne bovina	2	Comprado	1	Unidade	R\$ 1,15	R\$ 1,15
COMPLEMENTOS	Combinação 1	2	Fabricado				
<i>Bacon</i>	Atacadão	2	Comprado	5	Gramas	R\$ 0,15	R\$ 0,75
<i>Queijo cheddar</i>	Atacadão	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,12	R\$ 0,12
<i>Tempero caseiro</i>	Sabor Pesto	3	Fabricado	5	Gramas	R\$ 0,47	R\$ 2,35
<i>Tomate</i>	Graúdo	3	Comprado	1	fatia	R\$ 0,36	R\$ 0,36
<i>Alface</i>	Americana	3	Comprado	1	Gramas	R\$ 0,13	R\$ 0,13
REFRIGERANTE	Coca-cola lata	1	Comprado	350	MI	R\$ 2,38	R\$ 2,38
<u>Batata frita</u>	Batata rústica	1	Fabricado	4	Porção	R\$ 1,91	R\$ 7,64
SUBTOTAL 1							R\$ 14,95
EMBALAGEM	Tipo 1	2	Fabricado				
<i>Papel acoplado para lanche</i>	Acoplado 30X28 estilizado	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,08	R\$ 0,08

<i>Caixa de papelão</i>	Embalagem tradicional 275mg 11cmX11cmX8cm	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,60	R\$ 0,60
<i>Etiqueta</i>	Lacre de segurança estilizado	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,02	R\$ 0,02
<i>Canudo</i>	Biodegradável 19,5cm x 5mm	1	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,02	R\$ 0,02
<i>Guardanapo</i>	Guardanapo em sachê estilizado 20X20cm	3	Comprado	2	Unidade	R\$ 1,86	R\$ 3,72
SACHÊS DE MOLHOS	Tipo 1	2	Comprado				
<i>Sachê de Ketchup</i>	Sachê de Ketchup Heinz	2	Comprado	3	Unidade	R\$ 0,05	R\$ 0,15
<i>Sachê de Maionese</i>	Sachê de Maionese Heinz	2	Comprado	2	Unidade	R\$ 0,06	R\$ 0,12
<i>Sachê de Mostarda</i>	Sachê de Mostarda Heinz	2	Comprado	3	Unidade	R\$ 0,05	R\$ 0,15
<i>Sachê de Barbecue</i>	Sachê de Barbecue Hemmer	2	Comprado	2	Unidade	R\$ 0,09	R\$ 0,18
SUBTOTAL 2							R\$ 5,02
TOTAL GERAL							R\$ 19,97

Fonte: Elaborado pelos autores. 2021.

Tabela 15: Custeamento Combo 2

Custeamento da estrutura de produto							
Produto/Material	Dados da estrutura do produto					Dados de custos	
	Especificação	Nvl. da estrutura	Origem	Qtd.	Unidade de medida	Custo unitário	Custo total
Combo 2	Batata congelada	1					
Batata frita	Batata frita com bacon e muçarela	1	Fabricado	1	Porção	R\$ 10,37	R\$ 10,37
Chope	Chope pilsen	1	Comprado	1	ml	R\$ 9,92	R\$ 9,92
<u>SUBTOTAL 1</u>							R\$ 20,29
EMBALAGEM	Tipo 1	2	Fabricado				
<i>Caixa de papelão</i>	Embalagem tradicional 275mg 11cmX11cmX8cm	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,60	R\$ 0,60
<i>Caneca de Vidro</i>	350 ml	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 9,35	R\$ 9,35
<i>Etiqueta</i>	Lacre de segurança estilizado	3	Comprado	1	Unidade	R\$ 0,02	R\$ 0,02
<i>Guardanapo</i>	Guardanapo em sachê estilizado 20X20cm	3	Comprado	2	Unidade	R\$ 1,86	R\$ 3,72
<i>Sachê de Ketchup</i>	Sachê de Ketchup Heinz	2	Comprado	3	Unidade	R\$ 0,05	R\$ 0,15
<i>Sachê de Barbecue</i>	Sachê de Barbecue Hemmer	2	Comprado	2	Unidade	R\$ 0,09	R\$ 0,18
<u>SUBTOTAL 2</u>							R\$ 14,02
<u>TOTAL GERAL</u>							R\$ 34,31

Fonte: Elaborado pelos autores. 2021.

Tabela 16: Cálculo Horário de Trabalho

CÁLCULO DO CUSTO HORÁRIO DIRETO DE FABRICAÇÃO					<i>Total de dias trabalhados no Mês</i>	26
	Atividades-Fim				<i>Total de horas trabalhadas por dia</i>	6
	Cozinha	Atendimento	Entrega	Segurança	<i>Total de horas trabalhadas no mês</i>	156
Gastos totais	R\$ 74.282,58	R\$ 17.940,54	R\$ 5,00	R\$ 1.794,00		
Horas trabalhadas	156	156	156	156	<i>Folha mensal equipe cozinha</i>	R\$ 18.000,00
					<i>Folha mensal equipe atendimento</i>	R\$ 12.000,00
Custo horário fabricação	R\$ 115,38	R\$ 76,92	R\$ 32,05	R\$ 16,03	<i>Folha mensal equipe entrega</i>	R\$ 5.000,00
Custo minuto fabricação	R\$ 1,92	R\$ 1,28	R\$ 0,53	R\$ 0,27	<i>Folha mensal equipe segurança</i>	R\$ 2.500,00

Fonte: Elaborado pelos autores. 2021.

Tabela 17: Custos Indiretos

CUSTOS INDIRETOS	
Elementos dos custos Indiretos	Total (R\$)
Custos com Mão-de-obra indireta	R\$ 10.717,13
Pessoal administrativo	R\$ 1.851,39
Pessoal vendas	R\$ 6.291,74
Pessoal terceirizado	R\$ 2.574,00
Despesas Gerais	R\$ 14.748,00
Energia Elétrica	R\$ 5.050,00
Água	R\$ 900,00
Telefone	R\$ 500,00
Mídias Sociais e Publicidade	R\$ 5.200,00
Materiais de Limpeza	R\$ 3.098,00
Papelaria	R\$ -
Outras despesas	R\$ -
Depreciações	R\$ 47.807,86
Máquinas e equipamentos	R\$ 12.807,86
Edificações	R\$ 35.000,00
Veículos	R\$ -
Custos indiretos	R\$ 73.272,99

Fonte: Elaborado pelos autores. 2021.

Tabela 18: Custos por Produtos

Síntese dos custos por produto				
Custeamento de Produtos	Custo produto	Custo Processo de Fabricação	Custo total de Fabricação	Ranking ABC
Hamburguer 1	R\$ 10,25	R\$ 23,08	R\$ 33,33	A
Hamburguer 2	R\$ 10,15	R\$ 23,08	R\$ 33,23	A
Cachorro Quente	R\$ 8,65	R\$ 23,08	R\$ 31,73	A
Combo 1	R\$ 19,97	R\$ 23,08	R\$ 43,05	B
Combo 2	R\$ 34,31	R\$ 23,08	R\$ 57,39	C

Fonte: Elaborado pelos autores. 2021.

Tabela 19: Custeio ABC

Método de Custeio ABC										
	Total em R\$	Part. %	Inversão %	Custo a ser absorvido em R\$	Número de dias trabalhados/semana	Anexador mensal	Qnt. dias mês	Custo a ser absorvido diário - R\$	Itens estimados / dia	Custo a ser absorvido por item
Produtos A	R\$ 98,28	49%	29%	R\$ 21.249,17	6	4,5	27	R\$ 787,01	80	R\$ 9,84
Produtos B	R\$ 43,05	22%	22%	R\$ 16.120,06	6	4,5	27	R\$ 597,04	80	R\$ 7,46
Produtos C	R\$ 57,39	29%	49%	R\$ 35.903,77	6	4,5	27	R\$ 1.329,77	80	R\$ 16,62
Total	R\$ 198,71	100%	100%	R\$ 73.272,99	6	4,5	27	R\$ 2.713,81	240	
Custo Indireto total	R\$ 73.272,99									

Fonte: Elaborado pelos autores. 2021.

Tabela 20: Preços de Vendas

Cálculo do Preço de Vendas											
Produtos	Classificação ABC	Custo do produto (em R\$)	Custo do Processo de Fabricação (em R\$)	Custo de Produção (em R\$)	Custo a ser absorvido em R\$	Custo total do produto (em R\$)	Alíquota Tributária (em %)	Impostos indicidos (em R\$)	Margem de Lucro desejada (em %)	Preço de venda (em R\$)	Taxa de Markup (em %)
Hambúrguer	A	R\$ 10,25	R\$ 23,08	R\$ 33,33	R\$ 9,84	R\$ 43,16	4%	R\$ 1,73	5%	R\$ 47,25	1,42
Hamburguer 2	A	R\$ 10,15	R\$ 23,08	R\$ 33,23	R\$ 9,84	R\$ 43,06	4%	R\$ 1,72	5%	R\$ 47,14	1,42
Cachorro Quente	A	R\$ 8,65	R\$ 23,08	R\$ 31,73	R\$ 9,84	R\$ 41,56	4%	R\$ 1,66	5%	R\$ 45,50	1,43
Combo 1	B	R\$ 19,97	R\$ 23,08	R\$ 43,05	R\$ 7,46	R\$ 50,51	4%	R\$ 2,02	5%	R\$ 55,30	1,28
Combo 2	C	R\$ 34,31	R\$ 23,08	R\$ 57,39	R\$ 16,62	R\$ 74,01	4%	R\$ 2,96	5%	R\$ 81,02	1,41

Fonte: Elaborado pelos autores. 2021.

Tabela 21: Cálculo do Ponto de Equilíbrio

Cálculo do Ponto de Equilíbrio Operacional (Quantidade)										
Produto	Custos fixos totais (R\$)	Custos Variáveis (R\$)	Qnt.	Custo fixo total	Custo variavel	Preço de venda (R\$)	Margem de Contribuição (R\$)	Margem de contribuição total	Ponto de equilíbrio Operacional	POE Total
Hamburgue r 1	R\$ 43,16	R\$ 11,98	80	R\$ 3.453,16	R\$ 958,13	R\$ 47,25	R\$ 35,28	-R\$ 910,87	1,2	3,6
Hamburgue r 2	R\$ 43,06	R\$ 11,87	80	R\$ 3.445,16	R\$ 949,81	R\$ 47,14	R\$ 35,27	-R\$ 902,66	1,2	3,6
Cachorro Quente	R\$ 41,56	R\$ 10,31	80	R\$ 3.325,16	R\$ 825,01	R\$ 45,50	R\$ 35,19	-R\$ 779,50	1,2	4,0
Combo 1	R\$ 50,51	R\$ 21,99	80	R\$ 4.040,79	R\$ 1.759,23	R\$ 55,30	R\$ 33,30	-R\$ 1.703,94	1,5	2,3
Combo 2	R\$ 74,01	R\$ 37,27	80	R\$ 5.920,72	R\$ 2.981,63	R\$ 81,02	R\$ 43,75	-R\$ 2.900,61	1,7	2,0

Fonte: Elaborado pelos autores. 2021.

A seguir, será apresentado o orçamento empresarial, que basicamente trata-se de gastos aplicados com o funcionário, uma vez que o mesmo contribui com a sua força de trabalho para todo o funcionamento do negócio.

5.8 ORÇAMENTO EMPRESARIAL

Trata-se de uma ferramenta fundamental do planejamento da empresa, o qual representa a projeção financeira do negócio. Esse planejamento tem como objetivo manter o negócio saudável e competitivo, estabelecendo metas e objetivos orçamentários. Seu foco é estabelecer metas e objetivos, podendo assim acompanhar e comparar os resultados, tomando ações corretivas ou preventivas caso necessário.

DESPESAS FINANCEIRAS														
(-) Despesas Financeiras (Tarifas Bancárias)	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 659,40
(=) TOTAL DAS RECEITAS E DESPESAS FINANCEIRAS	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 659,40
(=) RESULTADO OPERACIONAL ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CSLL	-R\$ 27.873,83	-R\$ 21.105,15	-R\$ 21.905,15	-R\$ 21.105,15	-R\$ 20.967,31	-R\$ 22.644,24	-R\$ 21.086,24	-R\$ 20.090,95	-R\$ 19.992,14	-R\$ 18.714,79	-R\$ 19.580,86	-R\$ 21.138,86	-R\$ 256.204,66	
IMPOSTO DE RENDA E CSLL														
%Imposto de Renda sobre o Lucro	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	
R\$ Imposto de Renda sobre o Lucro a pagar	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	
% Contribuição Social sobre o Lucro	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	
R\$ Contribuição Social sobre o Lucro a Pagar	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	
(=) PROVISÃO PARA IRPJ E CSLL	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	
(=) RESULTADO OPERACIONAL APÓS O IR E CSLL	-R\$ 27.873,83	-R\$ 21.105,15	-R\$ 21.905,15	-R\$ 21.105,15	-R\$ 20.967,31	-R\$ 22.644,24	-R\$ 21.086,24	-R\$ 20.090,95	-R\$ 19.992,14	-R\$ 18.714,79	-R\$ 19.580,86	-R\$ 21.138,86	-R\$ 256.204,66	
PARTICIPAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES														
% Sócios	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	
R\$ Sócios	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	
% Empregados	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	
R\$ Empregados	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	
% Sociedade	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	
R\$ Sociedade	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	
(=) TOTAL DE PARTICIPAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES	R\$ -													
(=) RESULTADO OPERACIONAL DO EXERCÍCIO	-R\$ 27.873,83	-R\$ 21.105,15	-R\$ 21.905,15	-R\$ 21.105,15	-R\$ 20.967,31	-R\$ 22.644,24	-R\$ 21.086,24	-R\$ 20.090,95	-R\$ 19.992,14	-R\$ 18.714,79	-R\$ 19.580,86	-R\$ 21.138,86	-R\$ 256.204,66	

Fonte: Elaborado pelos autores. 2021.

<i>Reajuste de preço de produtos</i>				5%									
Total C	R\$ 5.922,95	R\$ 5.922,95	R\$ 5.922,95	R\$ 5.922,95	R\$ 6.841,01	R\$ 6.841,01	R\$ 6.841,01	R\$ 6.841,01	R\$ 6.841,01	R\$ 7.525,11	R\$ 7.525,11	R\$ 7.525,11	R\$ 80.472,16
<i>D - Combo 1</i>													
<i>Quantidade a ser vendida (ponto de equilíbrio = 2,0)</i>	61	61	61	61	67	67	67	67	67	74	74	74	801
<i>Incremento do volume de vendas</i>				10%					10%				
<i>Preço Unitário</i>	R\$ 58,07	R\$ 58,07	R\$ 58,07	R\$ 58,07	R\$ 60,97	R\$ 60,97	R\$ 60,97	R\$ 60,97	R\$ 60,97	R\$ 60,97	R\$ 60,97	R\$ 60,97	
<i>Reajuste de preço de produtos</i>				5%									
Total D	R\$ 3.542,27	R\$ 3.542,27	R\$ 3.542,27	R\$ 3.542,27	R\$ 4.091,32	R\$ 4.091,32	R\$ 4.091,32	R\$ 4.091,32	R\$ 4.091,32	R\$ 4.500,45	R\$ 4.500,45	R\$ 4.500,45	R\$ 48.127,05
<i>E- COMBO (Hambúrguer 4, batata frita e refrigerante)</i>													
<i>Quantidade a ser vendida (ponto de equilíbrio = 2,0)</i>	61	61	61	61	67	67	67	67	67	74	74	74	801
<i>Incremento do volume de vendas</i>				10%					10%				
<i>Preço Unitário</i>	R\$ 85,05	R\$ 85,05	R\$ 85,05	R\$ 85,05	R\$ 89,30	R\$ 89,30	R\$ 89,30	R\$ 89,30	R\$ 89,30	R\$ 89,30	R\$ 89,30	R\$ 89,30	
<i>Reajuste de preço de produtos</i>				5%									
Total E	R\$ 5.188,05	R\$ 5.188,05	R\$ 5.188,05	R\$ 5.188,05	R\$ 5.992,20	R\$ 5.992,20	R\$ 5.992,20	R\$ 5.992,20	R\$ 5.992,20	R\$ 6.591,42	R\$ 6.591,42	R\$ 6.591,42	R\$ 70.487,44
RECEITA BRUTA DE VENDAS	R\$ 28.639,99	R\$ 28.639,99	R\$ 28.639,99	R\$ 28.639,99	R\$ 30.911,25	R\$ 30.911,25	R\$ 30.911,25	R\$ 32.309,92	R\$ 33.540,75	R\$ 35.233,20	R\$ 35.233,20	R\$ 35.233,20	R\$ 378.843,98
Política comercial da empresa													
% venda à vista	50%	50%	50%	50%	50%	60%	60%	60%	60%	60%	65%	65%	

<i>R\$ Custo Total da Matéria Prima - Hambúguer 3</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	
	1.471,36	1.471,36	1.471,36	1.471,36	1.618,50	1.618,50	1.618,50	1.618,50	1.618,50	1.618,50	1.780,35	1.780,35	1.780,35	19.318,96
Custo Unitário da Matéria-Prima - Combo 1	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	
	19,97	19,97	19,97	19,97	19,97	19,97	19,97	19,97	19,97	19,97	19,97	19,97	19,97	
<i>R\$ Custo Total da Matéria Prima - Combo 1</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>
	1.218,17	1.218,17	1.218,17	1.218,17	1.339,99	1.339,99	1.339,99	1.339,99	1.339,99	1.339,99	1.473,99	1.473,99	1.473,99	15.994,57
Custo Unitário da Matéria-Prima - Combo 2	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	
	34,31	34,31	34,31	34,31	34,31	34,31	34,31	34,31	34,31	34,31	34,31	34,31	34,31	
<i>R\$ Custo Total da Matéria Prima - Combo 2</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>
	2.092,91	2.092,91	2.092,91	2.092,91	2.302,20	2.302,20	2.302,20	2.302,20	2.302,20	2.302,20	2.532,42	2.532,42	2.532,42	27.479,91
(-) R\$ Estoque de Matérias-primas	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	6.408,68	6.408,68	6.408,68	6.408,68	6.886,92	6.886,92	6.886,92	7.049,55	7.049,55	7.049,55	7.575,62	7.575,62	7.575,62	83.121,44
Custo Unitário dos Insumos - Hambúguer 1	R\$													
	23,08													
<i>R\$ Custo Total dos Insumos - Hambúguer 1</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$ -</i>	<i>R\$ -</i>	<i>R\$ -</i>	<i>R\$ -</i>	<i>R\$ -</i>	<i>R\$ -</i>	<i>R\$ -</i>	<i>R\$ -</i>	<i>R\$ -</i>	<i>R\$ -</i>	<i>R\$ -</i>	<i>R\$ -</i>	<i>R\$</i>
	3.046,56													3.046,56
Custo Unitário dos Insumos- Hambúguer 2	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	
	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	
<i>R\$ Custo Total dos Insumos - Hambúguer 2</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>
	3.046,56	3.046,56	3.046,56	3.046,56	3.046,56	3.046,56	3.046,56	3.351,22	3.351,22	3.351,22	3.351,22	3.351,22	3.351,22	38.082,00
Custo Unitário dos Insumos- Hambúguer 3	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	
	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	
<i>R\$ Custo Total dos Insumos- Hambúguer 3</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>
	2.792,68	2.792,68	2.792,68	2.792,68	3.071,95	3.071,95	3.071,95	3.071,95	3.071,95	3.071,95	3.379,14	3.379,14	3.379,14	36.667,89
Custo Unitário dos Insumos - Combo 1	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	
	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	
<i>R\$ Custo Total dos Insumos - Combo 1</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>
	1.407,88	1.407,88	1.407,88	1.407,88	1.548,67	1.548,67	1.548,67	1.548,67	1.548,67	1.548,67	1.703,53	1.703,53	1.703,53	18.485,46
Custo Unitário dos Insumos - Combo 2	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	
	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	23,08	
<i>R\$ Custo Total dos Insumos - Combo 2</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>	<i>R\$</i>
	1.407,88	1.407,88	1.407,88	1.407,88	1.548,67	1.548,67	1.548,67	1.548,67	1.548,67	1.548,67	1.703,53	1.703,53	1.703,53	18.485,46
(-) R\$ Estoque de Insumos (embalagens)	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	11.701,56	8.655,00	8.655,00	8.655,00	9.215,84	9.215,84	9.215,84	9.520,50	9.520,50	9.520,50	10.137,43	10.137,43	10.137,43	114.767,38

Sinalização de Segurança e extintores (02 pó e 06 espuma)	R\$ 1.610,68	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 1.610,68
Limpeza da Caixa de gordura	R\$ 360,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 360,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 360,00	R\$ 1.080,00
Limpeza da Caixa d'água	R\$ 850,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 850,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 850,00	R\$ 2.550,00
Limpeza do ar condicionado	R\$ 800,00	R\$ -	R\$ 800,00	R\$ -	R\$ 800,00	R\$ -	R\$ 800,00	R\$ -	R\$ 800,00	R\$ -	R\$ 800,00	R\$ -	R\$ 800,00	R\$ 4.800,00
Dedetização	R\$ 550,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 550,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 550,00	R\$ 1.650,00
(=) Total de Outras Despesas Operacionais	R\$ 7.870,63	R\$ 1.101,95	R\$ 1.901,95	R\$ 1.101,95	R\$ 1.901,95	R\$ 3.459,95	R\$ 1.901,95	R\$ 1.101,95	R\$ 1.901,95	R\$ 1.101,95	R\$ 1.901,95	R\$ 1.901,95	R\$ 3.459,95	R\$ 28.708,08
(=) TOTAL DE DESPESAS OPERACIONAIS	R\$ 10.529,63	R\$ 3.760,95	R\$ 4.560,95	R\$ 3.760,95	R\$ 4.560,95	R\$ 6.118,95	R\$ 4.560,95	R\$ 3.760,95	R\$ 4.560,95	R\$ 3.760,95	R\$ 4.560,95	R\$ 4.560,95	R\$ 6.118,95	R\$ 60.616,08
(-) RESULTADO OPERACIONAL ANTES DAS RECEITAS E DESPESAS FINANCEIRAS	-R\$ 18.185,62	-R\$ 8.370,38	-R\$ 9.170,38	-R\$ 8.370,38	-R\$ 8.262,58	-R\$ 9.951,51	-R\$ 8.393,51	-R\$ 6.879,11	-R\$ 6.612,74	-R\$ 5.519,90	-R\$ 6.392,51	-R\$ 7.950,51	-R\$ 104.059,16	
RECEITAS FINANCEIRAS														
(+) Receitas Financeiras (MULTAS E JUROS PAGOS POR CLIENTES/BANCO)	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
DESPESAS FINANCEIRAS														
(-) Despesas Financeiras (Tarifas Bancárias)	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 54,95	R\$ 659,40
(=) TOTAL DAS RECEITAS E DESPESAS FINANCEIRAS	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 54,95	-R\$ 659,40
(=) RESULTADO OPERACIONAL ANTES	-R\$ 18.240,57	-R\$ 8.425,33	-R\$ 9.225,33	-R\$ 8.425,33	-R\$ 8.317,53	-R\$ 10.006,46	-R\$ 8.448,46	-R\$ 6.934,06	-R\$ 6.667,69	-R\$ 5.574,85	-R\$ 6.447,46	-R\$ 8.005,46	-R\$ 104.718,56	

DO IMPOSTO DE RENDA E CSLL														
IMPOSTO DE RENDA E CSLL														
%Imposto de Renda sobre o Lucro	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	
R\$ Imposto de Renda sobre o Lucro a pagar	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
% Contribuição Social sobre o Lucro	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	
R\$ Contribuição Social sobre o Lucro a Pagar	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(=) PROVISÃO PARA IRPJ E CSLL	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(=) RESULTADO OPERACIONAL APÓS O IR E CSLL	-R\$ 18.240,57	-R\$ 8.425,33	-R\$ 9.225,33	-R\$ 8.425,33	-R\$ 8.317,53	-R\$ 10.006,46	-R\$ 8.448,46	-R\$ 6.934,06	-R\$ 6.667,69	-R\$ 5.574,85	-R\$ 6.447,46	-R\$ 8.005,46	-R\$ 104.718,56	
PARTICIPAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES														
% Sócios	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	
R\$ Sócios	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
% Empregados	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	
R\$ Empregados	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
% Sociedade	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	
R\$ Sociedade	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(=) TOTAL DE PARTICIPAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES	R\$ -													
(=) RESULTADO OPERACIONAL DO EXERCÍCIO	-R\$ 18.240,57	-R\$ 8.425,33	-R\$ 9.225,33	-R\$ 8.425,33	-R\$ 8.317,53	-R\$ 10.006,46	-R\$ 8.448,46	-R\$ 6.934,06	-R\$ 6.667,69	-R\$ 5.574,85	-R\$ 6.447,46	-R\$ 8.005,46	-R\$ 104.718,56	

Fonte: Elaborado pelos autores. 2021.

A seguir, apresentamos Necessidade de Capital de Giro, que basicamente trata-se de recursos que a empresa precisa para financiar o seu ciclo operacional.

5.9 NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO

A Necessidade de Capital de Giro é um dos principais conceitos que todo empreendedor que quer garantir o sucesso da empresa precisa conhecer. Isso porque, esquecer-se do capital de giro é um erro comum dos empresários de primeira viagem. Eles calculam todas as despesas e receitas antes de abrir o negócio, mas pecam ao ignorar que precisarão manter algum dinheiro em caixa para as contas de curto prazo. O cálculo é feito da seguinte maneira:

NCG = Ativo Circulante Operacional – Passivo Circulante Operacional.

R\$ 11.625,10 + (R\$ 6.027,00 + R\$ 7.847,20) - R\$ 23.250,20 = **R\$ 2.249,01**

A seguir, apresentamos Análise de Viabilidade Econômica. Que basicamente trata-se de uma análise os custos e benefícios do projeto, ou seja, se economicamente a ideia é viável ou não.

5.10 ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA

A viabilidade financeira é um dado calculado em cima de despesas e lucros. Ela permite calcular se o investimento de tempo e dinheiro necessário para colocar em prática um plano ou projeto é viável para seus investidores. Mostra dados reais sobre o provável retorno financeiro de acordo com a injeção de dinheiro e a análise de mercado.

TIR: para comparação, definam inicialmente uma taxa de retorno desejada e calculem a taxa, tomando como base os resultados operacionais mensais do orçamento empresarial, como fluxo de caixa.

TYR - R\$ 150.000,00 + 15%

- VPL: A taxa desejada será utilizada para a VPL. O fluxo de caixa deve ser o mesmo da TIR.

- Payback: Divida o valor do investimento inicial pelo primeiro resultado operacional do Mês 1.

Tabela 24: Síntese de Viabilidade Econômica do Projeto

Indicador	Resultado Obtido	Resultado de Análise
TYR	0	0
VPL	0	0
PAYBACK	0	0

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Após a análise da taxa interna de retorno (TIR), pode ser observado que o plano de negócio é inviável, pois ele não obtém fluxo de caixa positivo. Logo, a análise VLP e payback não será possível de ser realizada, devido a isso concluí que o projeto deverá ser rejeitado, isso de acordo com as análises que foram possíveis de serem realizadas.

5.11 ANALISE DO PLANO FINANCEIRO

Tabela 25: Plano Financeiro

		Cenário Provável	Cenário Pessimista	Cenário Otimista
Quadro	Descrição	Valor (R\$)	Valor (R\$)	Valor (R\$)
5.5	1. Receita total com vendas	R\$ 343.042,70	R\$ 343.042,70	R\$ 686.085,40
	2. Custos variáveis	(R\$ 59.776,08)	(R\$ 59.776,08)	R\$ 119.552,16
5.8.	(-) Custos com materiais diretos e ou CMW	(R\$ 436.005,95)	(R\$ 436.005,95)	(R\$ 436.005,95)
5.7. (Subtotal 1)	(-) Imposto sobre vendas	(R\$ 72.038,97)	(R\$ 72.038,97)	(R\$ 144.077,93)
5.7. (Subtotal 2)	(-) Gastos com Vendas	(R\$ 107.155,71)	(R\$ 107.155,71)	(R\$ 214.311,42)
	Subtotal 2	(R\$ 212.381,85)	(R\$ 212.381,85)	R\$ 11.242,26
	3. Margem de contribuição (1 - 2)	(R\$ 283.266,62)	(R\$ 283.266,62)	R\$ 566.533,24
5.11.	4. (-) Custos fixos totais	(R\$ 28.543,74)	(R\$ 28.543,74)	(R\$ 28.543,74)
	5. Lucro/Prejuízo operacionais (3 - 4)	(R\$ 254.722,88)	(R\$ 254.722,88)	R\$ 537.989,50

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

6. AVALIAÇÃO DA ESTRTEGIA

A Avaliação estratégica é um método de análise utilizado para avaliar o plano de negócio de uma entidade conforme os seus objetivos, desde o modo de trabalho, processo de produção do seu produto ou serviço, até chegar ao consumidor. Além disso, apresenta o outro lado onde mostra as suas possíveis limitações, defeitos e pontos fracos, com o objetivo de melhorar e sem perder o foco em sua missão.

6.1 ANÁLISE DE MATRIZ F.O.F.A.

Na íntegra, está exposto a análise por meio da ferramenta FOFA (Forças, oportunidades, fraquezas e ameaças), um processo prático que possibilita uma melhor visão do planejamento. Apresentando os pontos de vista por outra perspectiva de maneira sincera, assim qualquer tomada de decisão futura terá uma melhor base.

Quadro 29: F.O.F.A

F. O. F. A.	
Pontos fortes	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Especialização gourmet; • Treinamento de equipe; • Atendimento diferenciado; • Variedade; • Qualidade de produtos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Localização privilegiada; • Ponto de referência conhecido; • Diferencial de mercado de outras lanchonetes; • Disponibilidade de atendimento durante dias úteis; • Novas parcerias com o agricultor local.

Pontos fracos	Principais ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Público-alvo, devido a maioria ser acima de 18 anos; • Custos elevados; • Pouca variedade. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrentes mais antigos na região; • Aumento da concorrência; • Crise econômica.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

6.2 CONCLUSÃO

Após a análise deste projeto, podemos constatar a inviabilidade do negócio. Está elaboração do plano de negócio foi de grande importância para o esclarecimento do empreendimento. Pois um empreendedor, tem um plano em mente, mas para que esse empreendimento prospere, é necessária a transformação dessas ideias em um documento formal (CHIAVENATO, 2004).

Com os dados apresentados, estudos e pesquisas, os sócios concluem que existe uma possibilidade futura, em uma outra realidade, de que se inicie a prática do negócio daqui a alguns anos, porém no momento não seria viável, para um melhor esclarecimento, seria necessário aguardar a melhora e a regularização da atual situação com a pandemia do COVID-19, que a pandemia se amenize e que as atividades voltem ao normal com segurança e responsabilidade, pois o cliente é o nosso objetivo e assim poderemos alcançá-los e através disso tornar o negócio em questão viável.

A seguir às referências.

REFERÊNCIAS

ARAUJO. **Refrigerante Coca Cola Lata 350ml**. 2021. Disponível em:<<https://www.araujo.com.br/refrigerante-coca-cola-lata-350ml/p>>. Acesso em: 20 jul. 2021.

ALEXANDRE LITWINSKI. **Hambúrguer de frango caseiro**. 2020. Disponível em: < <https://www.casalcozinha.com.br/receitas/hamburguer-de-frango-caseiro/>>. Acesso em: 20 jul. 2021.

BOMTEMPO, Mari. **Dia Mundial Do Hambúrguer: Origem E Histórias!** Vida de Cozinheiro, 2019. Disponível em: <<https://www.vidadecozinheiro.com/2019/05/dia-mundial-do-hamburguer-origem-e.html>>Acesso em: 02 jul. 2021.

BLUESOFT, Cosmos. **Cerveja pilsen skol garrafa 300ml**. 2021. Disponível em:<<https://cosmos.bluesoft.com.br/produtos/7891149103300-cerveja-pilsen-skol-garrafa-300ml>>. Acesso em: 20 jul. 2021.

CLAUDINEI, S. **Trigo**. 2019. Disponível em:<<https://untappd.com/user/claudinei/checkin/702215818>>. Acesso em: 20 jul. 2021.

GIRALE. **Cerveja Eisenbahn Pilsen Puro Malte 355ml**. Disponível em:<<https://www.girale.com.br/alimentos-e-bebidas/cervejas-especiais/cerveja-eisenbahn-pilsen-puro-malte-355ml>>. Acesso em: 20 jul. 2021.

GOOGLE. **Lanchonetes**. 2021. Disponível em:<<https://www.google.com/search?q=lanchonetes&sxsrf>>. Acesso em: 29 ago. 2021.

HOFFMAN, e Bateson. **Os princípios de Marketing de Serviços**. 2003. Disponível em:<<https://www.scielo.br/j/rac/a/pyTzSvFqCk7yN3SBk6rnFQ/?lang=pt&format=pdf>>. Acesso em: 29 ago. 2021.

INDIANA. **Água Mineral Crystal Sem Gás 500ml**. 2021. Disponível em: <<https://www.farmacaiandiana.com.br/agua-mineral-crystal-500-ml-sem-gas->
>. Acesso em: 20 jul. 2021.

IBGE. **Cidades e Estados**. 2021. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ms/bataguassu.html>>. Acesso em: 29 ago. 2021.

IBGE. **Cidades e Estados**. 2020. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/caiua.html>>. Acesso em: 29 ago. 2021.

IBGE. **Cidades e Estados**. 2020. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/presidente-epitacio.html>>. Acesso em: 29 ago. 2021.

IBGE. **Cidades e Estados**. 2020. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/presidente-prudente.html>>. Acesso em: 29 ago. 2021.

IBGE. **Cidades e Estados**. 2020. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/presidente-venceslau.html>>. Acesso em: 29 ago. 2021.

EGERSON, 4 Ps do Marketing: O que são, como funcionam e exemplos, 2020. Disponível em: <<https://blog.egestor.com.br/4-ps-do-marketing/>>. Acesso em: 30 de ago. 2021.

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Empresas**. 2021. Disponível em: <<http://www.institucional.jucesp.sp.gov.br/empresas.html>>. Acesso em: 29 ago. 2021.

LOS CHAPAS, **Hamburgueria Artesanal**. 2019. Foto de: Supremo: Pão, hambúrguer bovino de 180g, lombo desfiado com BBQ, cream cheese defumado e cebolacaramelizada. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g775229-d13535566-Pelotas_State_of_Rio_Grande_do_Sul.html>. Acesso em: 20 jul. 2021.

MAPS, Google. **Antiga Belenus**, 2011. Disponível em: <<https://www.google.com/maps/@-21.7681058,-52.1096618,3a,75y,159.35h,75.77t/data=!3m6!1e1!3m4!1ssGpJnKx70s4iTTGghuYy6w!2e0!7i13312!8i6656?hl=pt-BR>>

MONTELEONE, Joana. **Uma pequena história da cerveja**. Brasil de Fato, 2019. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2019/12/27/uma-pequena-historia-da-cerveja-no-brasil>> Acesso em: 02 jul. 2021.

MULTICAIXAS, Net. **Embalagem para Batata Fritas 120 gramas I Montagem automática Linha Preta – 100 Unidades**. 2016. Disponível em: <<https://multicaixasnet.com.br/produto/embalagem-para-batata-fritas-100-unidades/138>>. Acesso em: 20 jul. 2021.

O ESPANHOL TAPAS. **Germânia chopp de vinho**. 2021. Disponível em: <<https://www.oespanholtapas.com.br/produto/germania-chopp-de-vinho/>>. Acesso em: 20 jul. 2021.

EPITÁCIO, Prefeitura de Presidente. **Serviços**, 2021. Disponível em: <<https://www.presidenteepitacio.sp.gov.br/portal/servicos/14/a-prefeitura/>>. Acesso em: 29 ago. 2021.

RFB. **Emissão de Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral**. 2021. Disponível em: <https://servicos.receita.fazenda.gov.br/servicos/cnpjreva/cnpjreva_solicitacao.asp> Acesso em: 29 ago. 2021.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. 2013. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Ufs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>> . Acesso em: 22jun. 2021.

SERVICE, Rede Food. **Hamburguer: o imperador do delivery**, 2020. Disponível em: <<https://redefoodservice.com.br/2020/10/hamburguer-o-imperador-do-delivery/>>. Acesso em: 31 ago. 2021.

SUPER. **Uma breve história do hambúrguer**. 2019. Disponível em:<<https://super.abril.com.br/comportamento/o-hamburguer/>> Acesso em: 29 ago. 2021.

WIKIPÉDIA. **Presidente Epitácio**, 2021. Disponível em:<https://pt.wikipedia.org/wiki/Presidente_Epit%C3%A1cio>. Acesso em: 29 ago 2021.

PRINCE BIEM BRASIL. **4 fatores que influenciam a sensibilidade dos seus clientes aos preços**, 2018. Disponível em: <<https://blog.pricebeam.com/br/4-fatores-que-influenciam-a-sensibilidade-de-seus-clientes-aos-precos>>. Acesso em: 26 nov 2021.