

CENTRO UNIVERSITÁRIO DO ESTADO DO PARÁ - CESUPA

ÁREA DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLOGIA - ACET

CURSO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

RODRIGO ARAUJO PINTO

MARA BURGER: HAMBURGUERIA ARTESANAL

BELÉM

2017

RODRIGO ARAUJO PINTO

MARA BURGER: HAMBURGUERIA ARTESANAL

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Área de Ciências Exatas e Tecnológicas do Centro Universitário do Estado do Pará como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Engenharia de Produção.

Orientador: Prof. Msc. Cláudio Mauro Vieira Serra

BELÉM
2017

RODRIGO ARAUJO PINTO

MARA BURGER: HAMBURGUERIA ARTESANAL

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Área de Ciências Exatas e Tecnológicas do Centro Universitário do Estado do Pará como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Engenharia de Produção.

Data da defesa: __/__/____

Banca examinadora

Prof. Msc. Cláudio Mauro Vieira Serra
Orientador e Presidente da banca

Prof. Msc. André Guilherme Dillon Reis
Examinador Interno

Prof. Dr. Cláudio Luciano da Rocha Conde
Examinador Interno

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me dado saúde e força para enfrentar e superar as dificuldades.

A esta universidade, seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram a janela que hoje vislumbro um horizonte superior.

Ao meu orientador Claudio Mauro Vieira Serra, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivo.

Aos meus pais, pelo amor, incentivo, apoio incondicional e oportunidade que foi me dada.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

RESUMO

O atual plano de negócios possui como principal fim analisar a possibilidade de criação de uma empresa do ramo alimentício, firmando a necessidade da efetivação do mesmo, para que se possa assegurar a longevidade. Foi realizado um levantamento para que se pudesse analisar o perfil dos clientes, o perfil dos concorrentes, cotações para definir os melhores fornecedores e um estudo para viabilidade econômica do projeto, com a finalidade de se consolidar à curto prazo no segmento alimentício de hamburguerias na cidade de Belém. Com atendimento *delivery*¹, entregando hambúrgueres artesanais de qualidade, quentes e de forma rápida na residência dos clientes.

Palavras chaves: Plano de negócio; Hambúrguer; Delivery.

¹ *Delivery*: é o serviço de entrega de materiais, bens, serviços ou produtos a um determinado local

ABSTRACT

The main business purpose of the current business plan is to analyze the possibility of creating a food business, stating the need for its effectiveness so that longevity can be assured. A survey was carried out to analyze the profile of the clients, the profile of the competitors, quotations to define the best suppliers and a study for economic feasibility of the project, with the purpose of consolidating in the short term in the food segment of hamburgers in the city de Belém. With delivery service, delivering quality, hot and fast handcrafted hamburgers at the customers' residence.

Key words: Business plan; Hamburger; Delivery.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Layout Flyer explicativo/menu utilizado.....	22
Figura 2: Sacola kraft e um hambúrguer embalado com o papel alumínio utilizada pela empresa.....	24
Figura 3: Boné com a Logomarca da empresa e utilizado pelos sócios.....	26
Figura 4: Avental utilizado pelos sócios em eventos em que a empresa Mara Burger irá participar.....	27
Figura 5: Localização da empresa.....	29
Figura 6: Layout Vista 01. Escala 1:100.....	30
Figura 7: Layout Vista 02. Escala 1:100.....	30
Figura 8: Layout Vista 03. Escala 1:100.....	31
Figura 9: Logomarca da empresa.....	32
Figura 10: Fluxograma de Operações.....	35

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Indicadores de viabilidade.....	11
Tabela 2 – Capital social do empreendimento.....	16
Tabela 3 – Precificação dos produtos.....	25
Tabela 4 – Investimentos fixos para máquinas e equipamentos.....	35
Tabela 5 – Investimentos fixos para móveis e utensílios.....	36
Tabela 6 – Investimentos fixos para instalações.....	36
Tabela 7 – Total de investimentos fixos.....	36
Tabela 8 – Estimativa do estoque inicial.....	36
Tabela 9 – Caixa mínimo mensal.....	37
Tabela 10 – Capital de giro.....	38
Tabela 11 – Investimentos pré-operacionais.....	38
Tabela 12 – Investimento total.....	38
Tabela 13 – Fonte de recursos para investimentos.....	39
Tabela 14 – Estimativa do faturamento médio mensal.....	39
Tabela 15 – Estimativa do custo de comercialização mensal.....	39
Tabela 16 – Apuração dos custos de mercadoria mensal.....	40
Tabela 17 – Estimativa de custos com depreciação.....	40
Tabela 18 – Estimativa de custos fixos mensais.....	41
Tabela 19 – Análise de cenários (provável, pessimista e otimista).....	44

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Necessidade de pessoal.....	33
Quadro 2 – Análise da Matriz F.O.F.A.....	44

SUMÁRIO

1 SUMÁRIO EXECUTIVO	11
1.1 RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO	11
1.2 DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES	12
1.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO	14
1.4 MISSÃO, VISÃO E VALORES DA EMPRESA	14
1.5 SETORES DE ATIVIDADE	15
1.6 FORMA JURÍDICA	15
1.7 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO.....	16
1.8 CAPITAL SOCIAL	16
1.9 FONTE DE RECURSOS.....	16
2 ANÁLISE DE MERCADO.....	17
2.1 ESTUDO DOS CLIENTES	17
2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES	18
2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES	19
3 PLANO DE MARKETING	21
3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS	21
3.2 PREÇO.....	25
3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS	25
3.4 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO	28
3.5 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	28
4 PLANO OPERACIONAL.....	29
4.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO	29
4.2 CAPACIDADE PRODUTIVA/COMERCIAL/SERVIÇOS	32
4.3 NECESSIDADE DE PESSOAL	33
4.4 PROCESSOS OPERACIONAIS.....	34
5 PLANO FINANCEIRO.....	35
5.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS	35
5.2 CAPITAL DE GIRO	36
5.2.1 Estimativa do estoque inicial.....	36
5.2.2 Caixa mínimo	37
5.2.3 Caixa mínimo mensal.....	37
5.2.4 Capital de Giro (resumo).....	38
5.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	38

5.4 INVESTIMENTO TOTAL (RESUMO)	38
5.5 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MÉDIO MENSAL	39
5.6 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO MENSAL	39
5.7 APURAÇÃO DOS CUSTOS DE MERCADORIAS VENDIDAS	40
5.8 ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA MENSAL	40
5.9 ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIAÇÃO	40
5.10 ESTIMATIVA DE CUSTOS COM DESPESAS FIXAS OPERACIONAIS MENSAIS	41
5.11 INDICADORES DE VIABILIDADE	41
5.11.1 Ponto de equilíbrio	41
5.11.2 Lucratividade.....	42
5.11.3 Rentabilidade.....	42
5.11.4 Prazo de retorno do investimento (PRI)	43
6.0 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	43
7.0 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	44
7.1 ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A.	44
8.0 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS.....	45
REFERÊNCIAS	46
APÊNDICES	47
Apêndice A – Estudo dos concorrentes	47
Apêndice B – Análise dos fornecedores.	48

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO

A Mara Burger refere-se à uma microempresa do segmento de alimentação do ramo de hamburguerias. Preparando e fornecendo hambúrgueres artesanais, da mais alta qualidade, com a possibilidade de o cliente montar seu hambúrguer, escolhendo os ingredientes (tipos de pães, queijos, molhos e opcionais) à serem utilizados a partir do que a empresa oferecer como opções, sendo estes do mais alto nível para o preparo.

Serão comercializados os seguintes produtos: hambúrgueres, refrigerantes e mini hambúrgueres.

Os principais clientes da hamburgueria serão jovens e adultos, e que em sua maioria possuem acesso à internet, que gostam de se alimentar de hambúrguer de noite, onde o atendimento será feito através das redes sociais e ligação telefônica e com o fornecimento para entrega destes hambúrgueres para o consumo dos clientes no formato delivery. A Mara Burger também atenderá para eventos, tanto para entrega nos locais desejados quanto para que os hambúrgueres sejam preparados na hora.

A hamburgueria estará localizada na Travessa Castelo Branco, entre Avenida Magalhães Barata e Avenida Governador José Malcher no Bairro de São Brás.

Com base nos dados apresentados na tabela 1 abaixo, verifica-se que o negócio é viável, visto que o retorno do capital investido está previsto que ocorrerá em aproximadamente 4 meses.

Tabela 1: Indicadores de viabilidade.

Indicadores de viabilidade	Valor
Capital Investido	R\$12.000,00
Faturamento médio anual	R\$288.360,00
Lucratividade	12,16%
Rentabilidade	24,35%
Prazo de retorno do Investimento	5 meses
Ponto de equilíbrio (PE)	R\$17.455,65

Fonte: Autor, 2017.

1.2 DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES

Sócio 1:

Rodrigo Araujo Pinto

RG: 5363500

CPF: 014.599.032-00

Endereço: Avenida Conselheiro Furtado, Nº 2312, apto 2201 (Bloco Olimpo)

Formação Acadêmica: Graduando em Engenharia de Produção

Outras Experiências:

- Consultor imobiliário, obtendo diversas conquistas, aprendendo a promover a venda de um produto e um grande conhecimento no setor de vendas e comercialização.
- Estágio Profissional na Eletronorte – Setor de licitação da divisão de P&D, conseguindo assim, experiência profissional na compra de bens e serviços.

Atribuições: Cotação de preço dos principais insumos à serem utilizados e os materiais/ingredientes que irão fazer parte do preparo dos produtos à serem comercializados. Será encarregado também pelo atendimento aos clientes através das mídias sociais e ligações. Irá resolver quaisquer questões ligadas aos entregadores e pagamento das contas da hamburgueria. Ajudará também na limpeza do ambiente após o expediente.

Sócio 2:

Clementino Santos Silva Neto

RG: 3399590

CPF: 015.269.812-46

Endereço: Avenida Conselheiro Furtado, Nº 2312, apto 2002 (Bloco Olimpo)

Formação Acadêmica: Bacharel em Direito

Outros cursos:

- Cursos de gastronomia
- Cursos de Fabricação de Hambúrguer Artesanal
- Curso de Mestre Hamburgueiro

Atribuições: Será o responsável pelo preparo da carne, desde o molde da mesma até ficar pronta assada na churrasqueira. Irá preparar também a maionese caseira de ervas finas que irá acompanhar os hambúrgueres. Fará a cebola caramelizada. Ajudará também na limpeza do ambiente após o expediente.

Sócio 3

Luiz Marcos Garcia Reis Junior

RG: 3660473

CPF: 021.955.452-55

Endereço: Travessa Mauriti, 796.

Formação Acadêmica: Graduando em Bacharel em Direito.

Observações: Por ser músico, possui um amplo círculo social, tem facilidade com relações interpessoais, fazendo parte de um grande grupo.

Atribuições: Será responsável pela montagem dos hambúrgueres, de acordo com os pedidos dos clientes e entrega dos pedidos aos entregadores para que possam levar aos clientes. Fará os molhos Cheddar e Gorgonzola. Divulgará e promoverá nas mídias sociais à empresa. Ajudará também na limpeza do ambiente após o expediente.

Com as experiências de todos os sócios se complementando, o Rodrigo na área administrativa e qualitativa do negócio, o Clementino no quesito prático e na preparação de parte dos produtos à serem comercializados (O Hambúrguer Artesanal), e o Luiz na área técnica e complementando as atribuições do Clementino, espera-se obter um ótimo êxito no negócio.

Todos sócios possuem ambição de crescimento rápido à curto-médio prazo, tendo assim, definido o atendimento como: de quinta-feira à segunda-feira no horário de 19h às 23h.

O Rodrigo será responsável pela questão financeira, com autonomia para decisão de compras e cotação dos melhores preços dos materiais à serem comprados e fornecedores escolhidos. O Clementino dará opções dos materiais à serem comprados e tomadas de decisões quanto ao cardápio e o que será oferecido aos clientes.

O sócio e idealizador do negócio (Clementino Neto), assim como os demais sócios (Rodrigo Pinto e Luiz Reis) não possuem restrições algumas cadastrais e nem tampouco financeiras em quaisquer os órgãos e instituições financeiras existentes.

1.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO

O nome da empresa é Mara Burger Hamburgueria Artesanal, nome no qual deriva-se de uma combinação de dois nomes, um do codinome do idealizador do negócio Maradona (Mara) com Hambúrguer (Burger), tradução de Hambúrguer para a língua inglesa, no qual faz-se uma referência ao churrasco americano, onde em sua tradição, são carnes de hambúrgueres grelhadas na churrasqueira, da mesma forma como irá atuar a Mara Burger

A empresa não possui Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) registrado, entretanto, utiliza-se o Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) dos sócios: 014.599.032-00 / 015.269.812-46 / 021.955.452-55.

1.4 MISSÃO, VISÃO E VALORES DA EMPRESA

- Missão: Preparar Hambúrgueres Artesanais grelhados de sabores únicos e especiais da mais alta qualidade, sempre com profissionalismo, rapidez, eficiência e eficácia.
- Visão: Ser reconhecido como uma das melhores hamburguerias do estado do Pará, ser referência na qualidade de hambúrguer e ser visto como uma empresa que gera prazer em comer.

- Valores: Utilizar sempre os melhores ingredientes do mercado no preparo, não utilizando produtos industrializados e não perdendo a essência de serem feitos em churrasqueira, o que gera um sabor único.

1.5 SETORES DE ATIVIDADE

A Mara Burger Hamburgueria Artesanal é uma empresa do seguimento alimentício e de fornecimento apenas em delivery, no qual prepara e cozinha hambúrgueres da mais alta qualidade, utilizando insumos (como carnes, pães, entre outros) de fornecedores conhecido no mercado da cidade de Belém, e entregando na residência de seus clientes/consumidores.

A CNAE ou, por extenso, Classificação Nacional de Atividades Econômicas, é uma forma de padronizar, em todo o território nacional, os códigos de atividades econômicas e os critérios de enquadramento usados pelos mais diversos órgãos da administração tributária do Brasil. A CNAE é aplicada a todos os agentes econômicos que se engajam na produção de bens e serviços. Isso inclui empresas e organismos públicos ou privados, estabelecimentos agrícolas, instituições sem fins lucrativos e até mesmo agentes autônomos (pessoa física). E de acordo com informações da CNAE, a hamburgueria está categorizada com o código 5611-2/03 - Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares.

1.6 FORMA JURÍDICA

A Mara Burger Hamburgueria Artesanal, não possui forma jurídica. Mas pretende-se que futuramente seja criado o CNPJ da empresa, e esta estará definida como Sociedade Limitada (LTDA), na qual, neste negócio em questão, os sócios possuem as mesmas responsabilidades e deveres. O sócio Clementino Santos Silva Neto possui 0,01% a mais de cotas que os demais, Rodrigo Araujo Pinto e Luiz Marcos Garcia dos Reis, que ambos possuem 33,33% das cotas.

1.7 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Conforme a previsão de faturamento anual, após a criação do CNPJ, a empresa estará inclusa no Regime Simples Nacional de recolhimento de impostos do Governo Federal. De acordo com a Receita Federal, “O Simples Nacional é um regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte”, abrangendo os seguintes tributos: IRPJ, CSLL, PIS/Pasep, COFINS, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social destinada à Previdência Social a cargo da pessoa jurídica (CPP). A Mara Burger quando possuir CNPJ, irá contribuir com a tributação Simples Nacional de 5,47% da sua receita (De 180.000,01 a 360.000,00), sendo esta tributação do Simples Nacional composta por ICMS - Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (1,86%), o CPP - Contribuição Patronal Previdenciária (2,75%) e o COFINS - Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (0,86%).

1.8 CAPITAL SOCIAL

Tabela 2: Capital social do empreendimento.

	Nome dos Sócios	Valor (R\$)	% de participação
Sócio 1	Clementino Santos Silva Neto	R\$4000,00	33,34%
Sócio 2	Rodrigo Araujo Pinto	R\$4000,00	33,33%
Sócio 3	Luiz Marcos Garcia Reis Junior	R\$4000,00	33,33%
	Total	R\$12000,00	100%

Fonte: Autor, 2017.

1.9 FONTE DE RECURSOS

De acordo com a tabela 2 representada acima, cada um dos três sócios irá dispor de R\$4000,00 de capital próprio para investimentos na criação da empresa Mara Burger Hamburgueria Artesanal, dando início assim, às atividades da empresa.

2 ANÁLISE DE MERCADO

2.1 ESTUDO DOS CLIENTES

O principal produto a ser comercializado, o hambúrguer artesanal, foi escolhido para atender o público que deseja se alimentar de um delicioso hambúrguer produzido de forma artesanal, sem adição de conservantes, temperos industrializados nem tampouco óleos, sendo este, um alimento saboroso, na medida do possível saudável e de um excelente custo benefício. Pessoas que adoram hambúrguer, porém, não querem mais se alimentar de *fast-foods*², por estes utilizarem muitos temperos e ingredientes industrializados no preparo de seus lanches.

Pessoas que preferem a comodidade de sua residência e desejam pedir um hambúrguer para jantar.

Outras pessoas que estão pesando na sua segurança, por terem receio de sair de casa à noite devido o perigo da cidade, mas querem degustar de um hambúrguer de qualidade.

Os principais clientes serão pessoas que estejam reunidas com amigos e/ou familiares em casa para pedir o hambúrguer através do delivery, com média salarial entre 4 e 8 salários mínimos.

A Mara Burger Hamburgueria Artesanal, por sua plataforma de atendimento ser apenas o delivery, irá abranger a região central de Belém, incluindo a grande maioria dos bairros, sendo delimitado como alcance máximo, os bairros de Pedreira e Marco.

Está previsto que os principais clientes farão em média um pedido de hambúrgueres em uma frequência de 10 dias. Estes estão acostumados à irem em lanchonetes *fast-foods*, *food trucks*³ e hamburguerias auto denominadas como “gourmet”. O hambúrguer mais tradicional produzido pelo Mara Burger custará R\$17,00 reais, sendo este, encontrado em outras hamburguerias pelo valor médio de R\$20,00.

² *Fast-foods*: é o nome genérico dado ao consumo de refeições que podem ser preparadas e servidas em um intervalo pequeno de tempo

³ *Food Trucks*: é um espaço móvel que transporta e vende comida.

Cada cliente que entrar em contato com a nossa central de atendimento, pode realizar um pedido, e neste conter quantos hambúrgueres e refrigerantes desejar. Sendo assim, a empresa estima que o ticket médio para cada pedido de clientes, seja de R\$39,00 (trinta e nove reais), sem contar com a taxa de entrega, pois esta varia de acordo com a localização do cliente.

Ticket médio é a métrica que apresenta o valor médio que cada cliente gasta em suas compras no seu estabelecimento. Este valor é determinado pela média entre o montante de suas vendas e o número de clientes que geraram esse volume de compras.

Com o preço dos produtos estando abaixo do preço de mercado quando comparado aos seus concorrentes, sem deixar a qualidade de lado, muito pelo contrário, sempre prezando pela utilização dos melhores insumos para o preparo dos hambúrgueres, sem falar no atendimento e o menu todo personalizado para o cliente montar o hambúrguer dele da forma que mais lhe agrada. Inicialmente será aceito apenas pagamento em espécie. Posteriormente, após a empresa conseguir se capitalizar, será estudado a viabilidade para recebimento de pagamento em cartões de crédito, conforme o aumento da demanda,

2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES

De acordo com estudo realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa (SEBRAE), empreendimentos especializados em hambúrgueres superam o modismo e destacam-se entre os mais lucrativos do setor de “Alimentação e Bebidas”, que está no topo da lista entre os mais promissores para se investir em 2017.

No varejo tradicional, somente na cidade de São Paulo, este tipo de negócio teve um crescimento de 575% num intervalo de tempo de 20 anos, entre 1994 e 2014, segundo dados publicados pelo Instituto de Gastronomia (IGA).

Levantamento realizado pela Globo.com, aponta que o comércio com delivery vem crescendo exponencialmente no Brasil, e somente em 2015, houve um aumento de 12,5% em relação ao ano anterior, driblando assim a crise financeira que o país enfrenta. Dos fatores que levam à isto, são: o conforto e comodidade dos clientes, uma vez que não precisam sair de sua residência; custo benefício, já que o custo extra para o cliente é

somente do valor da entrega, não precisando assim pagar estacionamento, nem combustível e nem tampouco os 10% (opcionais) se fossem até uma restaurante ou lanchonete comerem; e também sua segurança, visto que muitas pessoa evitam sair à noite na rua devido o perigo constante de assaltos e outros crimes.

Diante destes dados e após uma análise feita na região onde atuará a empresa, o formato do negócio e os tipos de produto e atendimento, foram definidos como principais concorrentes as empresas: Brazzero Hamburgueria Delivery Belém; Hamburguer; Hunger Burger Delivery; e Real Burger Delivery. Sendo todas estas citadas anteriormente como do mesmo segmento de atendimento, o delivery.

Outros concorrentes também, porém estes com atendimento aos clientes em espaços físicos, estão: Vikings Burger; Jack Garage; e o The Burger Spot.

As razões pelas quais farão com que os clientes escolham a Mara Burger ao invés dos concorrentes para consumirem um hambúrguer artesanal são as vantagens que lhes serão oferecidas, tais como: o baixo tempo de preparo/entrega dos hambúrgueres; a qualidade do produto devido seus ingredientes e modo de preparo; o custo benefício, pelo preço deste ser abaixo do preço dos seus concorrentes para hambúrgueres que possuem o mesmo formato/composição.

Mais informações sobre os principais concorrentes da Mara Burger podem ser vistas no apêndice A

2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES

Os principais fornecedores dos insumos, ingredientes e produtos utilizados pela Mara Burger serão: um supermercado, um açougue, uma panificadora e uma feira. Em apenas estes três estabelecimentos, é possível que se compre quase todos os materiais necessários para a produção dos hambúrgueres.

Os principais produtos à serem comprados para serem comercializados são os ingredientes e insumos para o preparo dos pedidos dos clientes, sendo estes:

- Pão brioche;
- Pão australiano;

- Carne;
- Cebola;
- Bacon defumado;
- Cebola Crispy;
- Óleo;
- Cuba de ovos;
- Açúcar mascavo;
- Shoyu;
- Salsinha;
- Cebolinha;
- Queijo prato;
- Queijo mussarela;
- Queijo gorgonzola;
- Creme de leite;
- Requeijão cremoso cheddar;

Todos os fornecedores foram escolhidos após avaliações e críticas realizadas por amigos e outros participantes das sete degustações de hambúrgueres feitas pelos sócios, onde em cada uma destas sete degustações foram utilizados diferentes ingredientes (tais como tipo da carne, tipos de molhos, tipos de queijo, tipos de pães, e tipos de toppings⁴), no interesse de se entender quais destes ingredientes agradavam mais o paladar dos participantes e chegar à uma definição para que se pudesse montar um cardápio, utilizando os ingredientes que forem melhor avaliados.

Aliado a este processo de degustação, outros fatores também foram relevantes para a escolha dos principais fornecedores. O Açougue Lafer, localizado no bairro da Pedreira para ser o fornecedor da carne que será utilizada no preparo dos Hambúrgueres, aliado a isto, devido ao estabelecimento trabalhar com carnes nova (frescas, de bois que chegam todos os dias) e com qualidade. A Panificadora Pão de Belém, localizado no bairro da Cremação, por ser uma das poucas que produzem estes dois tipos de pães (pão brioche e pão australiano) na cidade de Belém, pelo seu preço acessível e pela localização, sendo que assim como o açougue, será um local de compra diária destes produtos para

⁴ *Toppings*: como são chamados os ingredientes que vão no hambúrguer.

utilização. Após a realização de uma pesquisa de mercado e levantamento de preços, o supermercado Formosa localizado no bairro de Fátima e a Feira da 25 de Março localizada no bairro do Marco foram escolhidos, juntamente a isto por se localizarem bem próximos à sede da empresa, e possuem todos os demais materiais e com o melhor custo benefício.

Mais informações sobre os principais fornecedores podem ser vistas no apêndice B.

3 PLANO DE MARKETING

3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

Os principais produtos que o Mara Burger irá comercializar serão os seus hambúrgueres personalizados, podendo trabalhar também com a comercialização de refrigerantes em lata (350ml) dos tipos cola e guaraná, estes sendo comprados e revendidos pela hamburgueria, para que possa servir de acompanhamento do hambúrguer do cliente.

A escolha do que irá integrar os hambúrgueres produzidos pelo Mara Burger serão de escolha totalmente do cliente, desde o tipo de pão (Brioche ou Australiano), tipo de queijo (Mussarela ou Prato), tipo de molho (Cheddar ou Gorgonzola), e a utilização de algum topping (Bacon; Bacon Caramelizado; Ovo; Cebola Crispy; e Cebola Caramelizada), podendo obter quarenta e oito combinações diferentes de hambúrgueres.

Figura 1: Layout Flyer explicativo/menu utilizado.



Fonte: Autor, 2017.

O Mara Burger estará nas redes sociais mais acessadas, tais como: Instagram, Facebook e Whatsapp. Tudo isso para que haja uma maior facilidade de visualização, tanto dos produtos através de postagens feitas na mesma, quanto para um maior conforto de atendimento ao cliente, que hoje em dia preferem fazer pedidos utilizando estes meios citados anteriormente à fazerem ligações, por acharem mais prático.

Os clientes ainda poderão também contar com adicionais, sendo estes de: queijo, de molho ou de toppings, cada um destes custando o valor de um real. O adicional de carne (200g) também será uma opção, no entanto, custará o valor de quatro reais.

A carne utilizada no preparo será fraldinha, por possuir em média, uma quantidade boa de carne magra e de gordura (entre 20% e 30%) em sua composição, ser muito bem aceita pelo paladar brasileiro e ser considerada “carne de primeira”. Será utilizado apenas sal e pimenta para temperar a carne, sendo totalmente dispensados quaisquer outros tipos de temperos.

Dos pães utilizados, o brioche é branquinho, bem leve e sabor suave. O pão australiano é escuro, mais denso e sabor mais forte.

O molho cheddar será comprado já pronto, da marca Polenghi. O molho gorgonzola será preparado com queijo gorgonzola comprado em barras e creme de leite.

A cebola crispy será comprada já em pacotes prontos. Enquanto a cebola caramelizada terá seu preparo na panela com *shoyu*⁵ e açúcar mascavo.

O bacon será assado no forno e o bacon caramelizado sofrerá o mesmo processo, porém, tendo adicionado açúcar mascavo.

A irá comercializar também bebidas, dos tipos: refrigerante de cola e refrigerante de guaraná. Ambos no formato de latinha (350ml) e tendo sido comprados em depósitos.

Os hambúrgueres após estarem montados, serão embalados em papel alumínio (para que sua temperatura seja conservada ao máximo) e colocados em sacolas kraft personalizadas com a logo da empresa, o contato telefônico e também a rede social Instagram.

⁵ *Shoyu*: molho de soja.

Figura 2: Sacola kraft⁶ e um hambúrguer embalado com o papel alumínio utilizada pela empresa.



Fonte: Autor, 2017

⁶ Sacola kraft: sacola de papelão.

3.2 PREÇO

Para que se pudesse definir o preço de venda dos produtos, foi feito um levantamento de preço dos principais concorrentes e uma pesquisa de quanto os clientes estavam dispostos a pagar em um produto de altíssima qualidade, ainda que a marca Mara Burger esteja iniciando no mercado, e até por isso, definiu-se um preço abaixo da média do mercado.

Tabela 3: Precificação dos produtos.

Descrição	Produto mais comercializado		Preço de venda	
	Custo Unitário de materiais (R\$)		Unitário (R\$)	
Hambúrguer mais vendido	R\$	8,10	R\$	17,00
Refrigerante de lata	R\$	2,20	R\$	4,00
Mini Hambúrgueres	R\$	2,73	R\$	6,00

Fonte, Autor, 2017.

3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

A internet será o principal meio de divulgação da marca, através das redes sociais. Será também realizada uma parceria com um grupo de pagode da cidade de Belém, onde o mesmo irá receber cinco hambúrgueres toda semana no dia de quarta-feira, referente ao dia de ensaio da mesma, entregue pelos próprios sócios. Em troca, o grupo irá divulgar em suas redes sociais imagens dos hambúrgueres.

Serão também realizadas ações de envio de hambúrgueres para os administradores de redes sociais referentes à culinária, onde os mesmos irão degustar e avaliar o produto, logo, divulgar em suas redes sociais. Tal ação é muito bem vista e dará um retorno positivo muito grande para a Mara Burger, uma vez que estes meios e estes quem irão receber os produtos possuem muita influência.

Panfletos serão confeccionados e distribuídos em condomínios com as imagens dos hambúrgueres, os contatos e redes sociais e também com a propostas, expondo assim, de forma clara aos clientes como funciona: o cliente monta o hambúrguer. O preço

conseguido de quatro mil panfletos mais o frete foi de R\$120,00. Serão comprados bonés nos quais serão bordados com a Logomarca da empresa. Assim como os panfletos, aventais personalizados utilizados pelos sócios em eventos também conterão a Logomarca da empresa.

Figura 3: Boné com a Logomarca da empresa e utilizado pelos sócios.



Fonte: Autor, 2017.

Figura 4: Avental utilizado pelos sócios em eventos em que a empresa Mara Burger irá participar.



Fonte: Autor, 2017

Todas estas ações implicarão em um número significativo de clientes, e como consequência, aumento da receita.

Uma revista regional de cunho social da cidade de Belém também irá fazer uma reportagem e divulgar a empresa na mesma. Tal tipo de revista é distribuída e circula em condomínios, prédios comerciais e escritórios.

A Mara Burger também irá participar de feiras culinárias que ocorrem em um estabelecimento na cidade de Belém, chamado “Égua da breja”, que apesar do nome, há exposição de bebidas, hambúrgueres e food trucks.

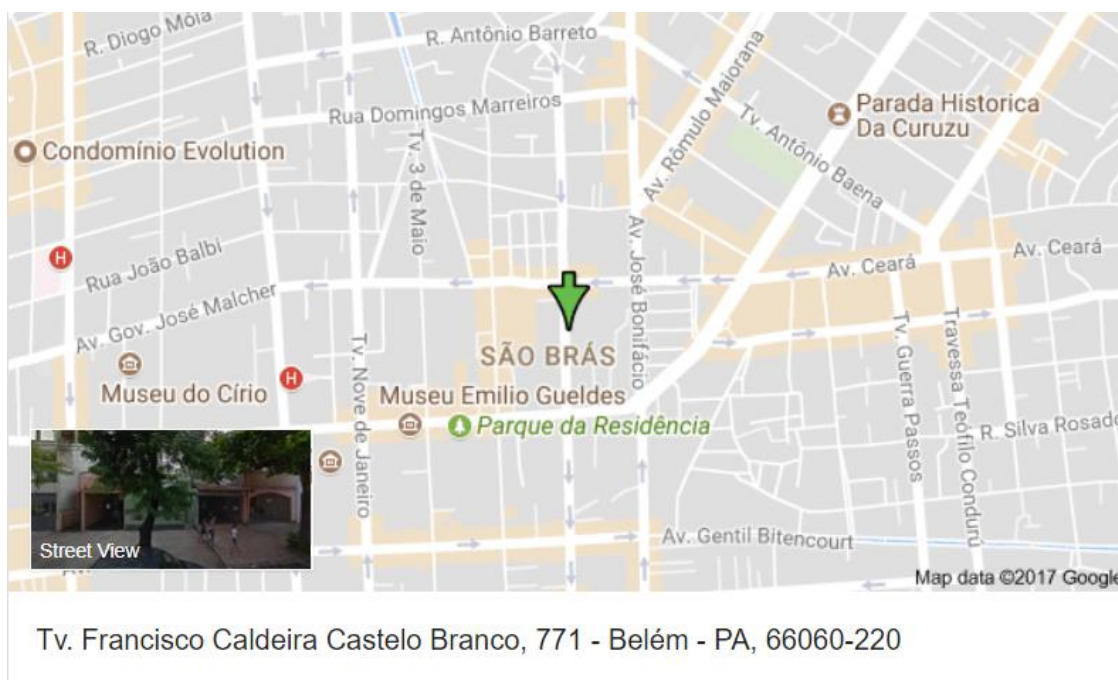
3.4 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

Os clientes poderão entrar em contato com a empresa para realizar seus pedidos através de contato telefônico (ligação), WhatsApp ou Instagram. O meio de pagamento aceito será somente em espécie (dinheiro), e feito para os entregadores que levarão o pedido ao cliente.

3.5 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

A Mara Burger está localizada em uma área central da cidade de Belém, próxima de vários bairros, fazendo com que se possa atender a maioria destes bairros da cidade e cobrar um valor justo para tal. O local também é de fácil acesso aos que irão utilizar, como os três sócios e os dois entregadores. A taxa de entrega que será cobrada para entrega dos pedidos irá variar de acordo com o endereço do cliente, quanto mais próximo, menor o valor da taxa cobrada.

Figura 5: Localização da empresa.



Fonte: Autor, 2017.

O local foi escolhido por ser uma antiga casa da família de um dos sócios, e já possuir uma estrutura para preparo do produto a ser trabalhado, como uma ampla cozinha e churrasqueira. Outro motivo também da escolha é pelo valor cobrado pelo aluguel da casa, de apenas R\$500,00 (quinhentos reais) reais mensais. Ambos os sócios moram próximo da sede da empresa.

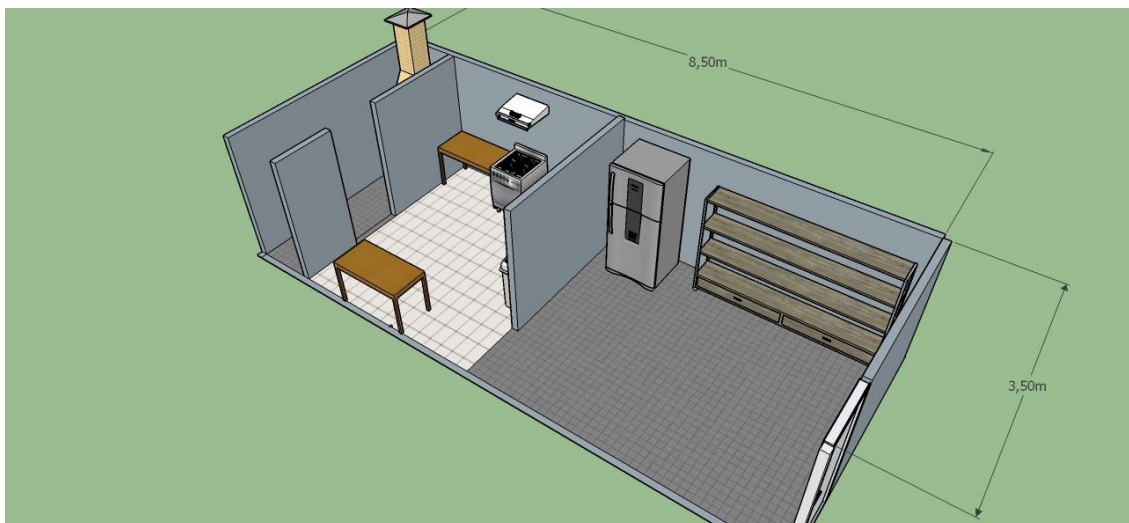
4 PLANO OPERACIONAL

4.1 LAYOUT OU ARRANJO FÍSICO

Na sede onde funcionará a empresa, o arranjo físico de extrema importância onde estará localizada a cozinha e área da churrasqueira, por se tratar de uma empresa do ramo alimentício. A porta de saída da cozinha ficará para o lado em que se encontra a churrasqueira da casa onde está logo ao lado da churrasqueira, que será onde a carne do hambúrguer irá assar. O local conta também com um espaço do outro lado da cozinha,

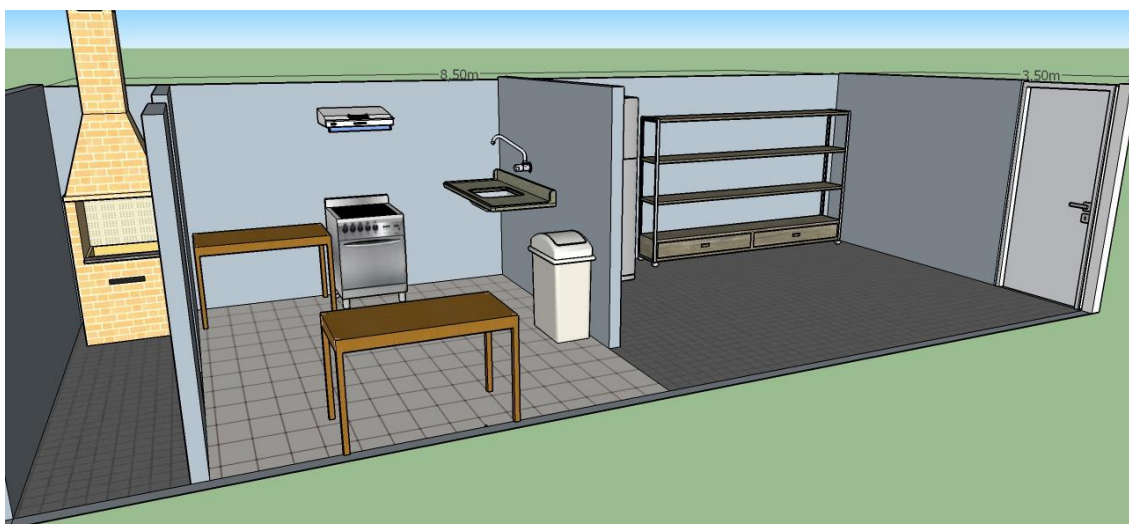
para a parte de dentro, onde estará localizado uma grande estante para guardar os materiais a serem utilizados na produção dos hambúrgueres e também irá conter uma geladeira.

Figura 6: Layout Vista 01. Escala 1:100.



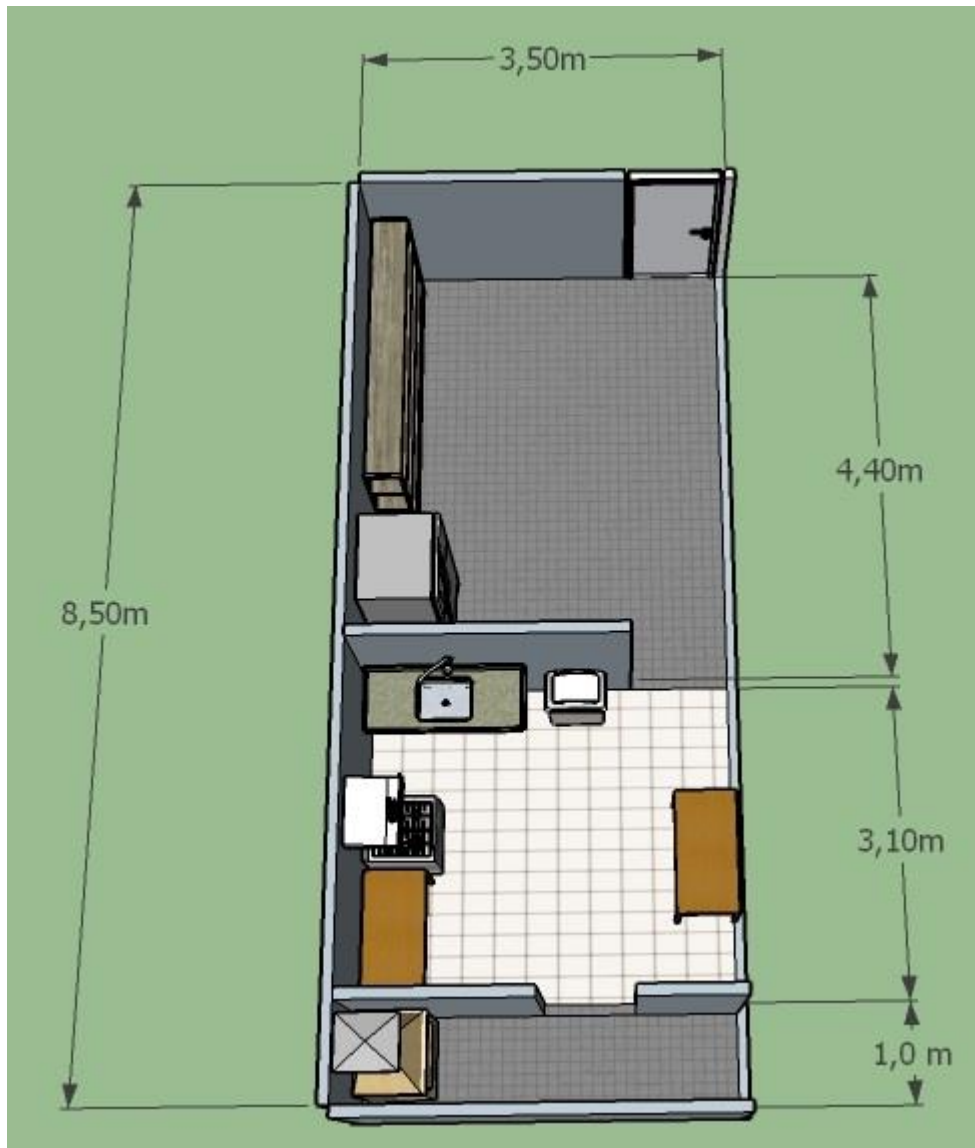
Fonte: Autor, 2017.

Figura 7: Layout Vista 02. Escala 1:100.



Fonte: Autor, 2017.

Figura 8: Layout Vista 03. Escala 1:100.



Fonte: Autor, 2017.

A Logomarca da marca Mara Burger segue a tendência minimalista, O famoso e repetitivo 'menos é mais'. Em um mundo onde aparecer mais o torna relevante, as vezes o mais simples chama mais atenção, pense nisso.

Figura 9: Logomarca da empresa.



Fonte: Autor, 2017.

4.2 CAPACIDADE PRODUTIVA/COMERCIAL/SERVIÇOS

A empresa terá uma capacidade produtiva para até 90 (noventa) hambúrgueres por dia, de acordo com a limitação de funcionários na produção, que serão apenas os três sócios da empresa, tendo sempre seu estoque os ingredientes utilizados no preparo dos mesmos. A empresa possuirá um amplo espaço para armazenagem dos materiais.

Tal limite produtivo foi calculado através do estudo dos tempos da produção, realizado nas degustações, juntamente com a previsão de que cada pedido dos clientes seja de 4 hambúrgueres. O horário de funcionamento será das 19h às 23h, ou seja, 4 horas (240 minutos) de funcionamento da hamburgueria. Dos 240 minutos de funcionamento, é necessário que seja retirado 20% por conta de fadiga, cansaço e necessidades dos funcionários, sendo assim, um total de 192 minutos de produção, onde a cada pedido de clientes, de 2 hambúrgueres, verificou-se que é possível prepara-los em 7:15min (sete minutos e quinze segundos), desde seu cozimento na churrasqueira, passando por sua montagem (adicionando molho e toppings, de acordo com a especificação do pedido do cliente), até a finalização, embalando-o e entregando para os colaboradores responsáveis que posteriormente farão a entrega aos clientes. Porém, foi analisado nas degustações

realizadas, através de testes para se chegar à esta tal capacidade produtiva limite, que é possível preparar de uma só vez (colocando uma certa quantidade de carnes para assar na churrasqueira), posteriormente os montando, sem alterar o formato ou qualidade do produto, um total de 8 (oito) hambúrgueres, porém, com o tempo total destes todos de 14:30min (catorze minutos e trinta segundos).

Por se tratar de uma empresa do segmento alimentício e trabalhar diretamente com a demanda instantânea, dos hambúrgueres à serem preparados. Os molhos, maionese, bacon, bacon caramelizado e cebola caramelizada, serão preparados diariamente, porém, previamente ao processo de produção da carne que irá à churrasqueira e finalização dos hambúrgueres. Os pães e cebola crispy serão comprados já prontos, em uma panificadora e em um supermercado, respectivamente.

4.3 NECESSIDADE DE PESSOAL

À curto-médio prazo, a empresa não contará com colaboradores para as funções relacionadas à produção. Será necessário pessoal apenas para a entrega dos hambúrgueres, neste caso, entregadores. Uma vez que os próprios sócios da empresa são responsáveis por produzirem os hambúrgueres.

À médio-longo prazo, com o crescimento do negócio e com a necessidade de contratação de pessoal para trabalhar na hamburgueria, definiu-se que os familiares de ambos os sócios não poderão ser contratados para trabalhar na empresa, restringindo-se assim, apenas à contratação de não familiares, porém, com decisão em conjunto dos três sócios e com avaliação do perfil do candidato à uma futura vaga.

Quadro 1: Necessidade de pessoal.

CARGO/FUNÇÃO	QUALIFICAÇÕES NECESSÁRIAS
Dois entregadores – para entrega dos pedidos.	Possuir moto, Carteira Nacional de Habilitação Categoria “A”, mochila para armazenamento dos pedidos

Fonte, Autor 2017.

4.4 PROCESSOS OPERACIONAIS

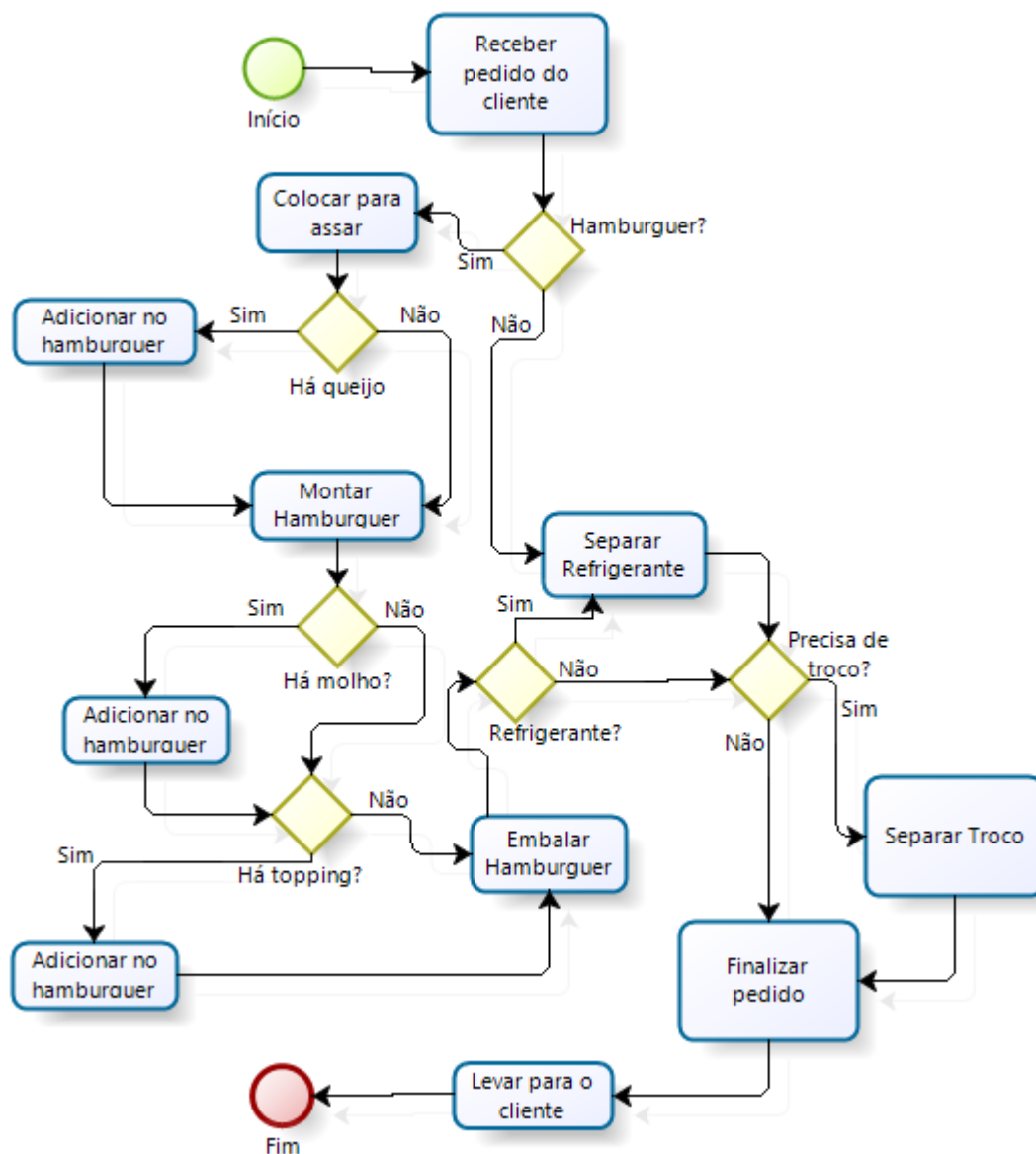
Como toda empresa que trabalha apenas no formato delivery, os clientes que se interessarem em fazer um pedido, irão entrar em contato com a central de atendimento da empresa, seja pelo meio telefônico ou através de mensagens nas redes sociais, e solicitarão seu pedido para que este seja entregue em um local determinado por ele mesmo.

O cliente terá acesso ao cardápio da empresa mais facilmente se entrar nas redes sociais da empresa, onde poderão visualizar as imagens com este cardápio. Ou se já conhecer a forma em que a hamburgueria trabalha, o cliente pode fazer o pedido com a mesma facilidade através de ligação.

Ao receber o pedido do cliente, é verificado se o cliente deseja hambúrguer, se sim, será preparado o mesmo com tudo o que o está descrito, se foi solicitado queijo, molho e toppings. É também verificado se o cliente deseja refrigerante, no qual será separado para entrega. Se precisar de troco, este será separado ao final do pedido, em seguida será finalizado. Então o pedido é repassado ao entregador, no qual irá leva-lo ao cliente onde ele houve solicitado.

As operações descritas acima podem ser vistas no fluxograma a seguir.

Figura 10: Fluxograma de Operações.



Fonte: Autor, 2017.

5 PLANO FINANCEIRO

5.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS

Tabela 4: Investimentos fixos para máquinas e equipamentos.

Máquinas e Equipamentos			
Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1 Geladeira	1	R\$ 1.380,00	R\$ 1.380,00

2	Liquidificador	1	R\$ 160,00	R\$ 160,00
3	Fogão	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
4	Computador	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Total				R\$ 3.440,00

Fonte: Autor, 2017.

Tabela 5: Investimentos fixos para móveis e utensílios.

Móveis e Utensílios				
	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Armário	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
2	Utensílios de cozinha (kit)	1	R\$ 303,89	R\$ 303,89
3	Mesas e cadeiras (conjunto)	1	R\$ 580,00	R\$ 580,00
Total				R\$ 1.583,89

Fonte: Autor, 2017.

Tabela 6: Investimentos fixos para instalações.

Instalações				
	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Ventilador	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
Total				R\$ 120,00

Fonte: Autor, 2017.

Tabela 7: Total de Investimentos Fixos.

Total dos Investimentos Fixos	
Máquinas e Equipamentos	R\$ 3.440,00
Móveis e Utensílios	R\$ 1.583,89
Instalações	R\$ 120,00
Total	R\$ 5.143,89

Fonte, Autor 2017.

5.2 CAPITAL DE GIRO

5.2.1 Estimativa do estoque inicial

Tabela 8: Estimativa do estoque inicial

Estimativa do Estoque Inicial				
	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total

1	Embalagens (Un.)	300	R\$ 1,90	R\$ 570,00
2	Pão Brioche (Un.)	40	R\$ 0,8	R\$ 32,00
3	Pão Australiano (Un.)	35	R\$ 1,2	R\$ 42,00
4	Carne (Kg)	16	R\$ 13,5	R\$ 216,00
5	Cebola (Kg)	8	R\$ 2,00	R\$ 16,00
6	Bacon defumado (Kg)	8	R\$ 18,00	R\$ 144,00
7	Cebola Crispy (Pacote 200g)	8	R\$ 5,50	R\$ 44,00
8	Óleo (Garrafa 900ml)	10	R\$ 3,70	R\$ 37,00
9	Cuba de Ovos (30 un.)	3	R\$ 10,00	R\$ 30,00
10	Açúcar mascavo (Kg)	3	R\$ 11,50	R\$ 34,50
11	Shoyu (Garrafa 500ml)	5	R\$ 12,00	R\$ 60,00
12	Salsinha (maço)	3	R\$ 3,00	R\$ 9,00
13	Cebolinha (maço)	3	R\$ 3,00	R\$ 9,00
14	Queijo Prato (Kg)	3	R\$ 23,00	R\$ 69,00
15	Queijo Mussarela (Kg)	3	R\$ 22,00	R\$ 66,00
16	Queijo Gorgonzola (Kg)	1	R\$ 58,28	R\$ 58,28
17	Creme de leite (Kg)	50	R\$ 2,20	R\$ 111,00
18	Requeijão Cheddar (1,5Kg)	8	R\$ 27,00	R\$ 216,00
Total				R\$ 1.763,78

Fonte: Autor, 2017.

5.2.2 Caixa mínimo

Todas as vendas serão realizadas à vista em espécie, uma vez que este é o único meio de pagamento aceito pela empresa. Sendo assim, todas as compras da empresa também serão realizadas por este meio.

Desta forma, tanto o Prazo Médio de Recebimento das Vendas (PMRV) quanto o Prazo Médio de Pagamento das Compras (PMPC) fica sendo 0 (zero), uma vez que eles são instantâneos. Já o Prazo Médio de Renovação de Estoque (PMRE) será de 3 (três) dias.

5.2.3 Caixa mínimo mensal

Tabela 9: Caixa mínimo mensal

Caixa Mínimo		
1	Custo fixo mensal	R\$ 8.029,60
2	Custo variável mensal	R\$ 13.077,74

3 Custo total da empresa (1+2)	R\$	21.107,34
4 Custo total diário (item 3/30 dias)	R\$	703,58
5 Necessidade de Capital de Giro (em dias)		3
Total do Caixa Mínimo	R\$	2.110,73

Fonte: Autor, 2017.

5.2.4 Capital de Giro (resumo)

Tabela 10: Capital de giro.

Cálculo do Capital de giro	
A - Total do Estoque Inicial	R\$ 1.763,78
B - Total do Caixa Mínimo	R\$ 2.110,73
Total do Capital de Giro (1+2)	R\$ 3.874,51

Fonte: Autor, 2017.

5.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Tabela 11: Investimentos pré-operacionais.

Investimentos pré-operacionais		
Degustação	R\$	520,60
Obras civis e/ou reformas	R\$	120,00
Divulgação	R\$	680,00
Cursos e treinamentos	R\$	1.150,00
Outras despesas	R\$	511,00
Total dos Investimentos pré-operacionais	R\$	2.981,60

Fonte: Autor, 2017

5.4 INVESTIMENTO TOTAL (RESUMO)

Tabela 12: Investimento total.

Investimento Total			
Descrição dos investimentos		Valor	%
1. Investimentos Fixos	R\$	5.143,89	43%
2. Capital de Giro	R\$	3.874,51	32%
3. Investimentos pré-operacionais	R\$	2.981,60	25%
Total (1 + 2 + 3)	R\$	12.000,00	100%

Fonte: Autor, 2017.

Tabela 13: Fonte de recursos para investimentos.

Fontes de Recursos	Valor	%
1. Recursos Próprios	R\$ 12.000,00	100%
Total de Recursos (1 + 2)	R\$ 12.000,00	100%

Fonte: Autor, 2017.

5.5 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MÉDIO MENSAL

Tabela 14: Estimativa faturamento médio mensal.

Estimativa do Faturamento Médio Mensal					
DADOS DA RECEITA					
Produtos	Quantidade	Preço		Receita	
1. Hambúrgueres	990	R\$	17,00	R\$	16.830,00
2. Refrigerantes	600	R\$	4,00	R\$	2.400,00
3. Mini-burgers	800	R\$	6,00	R\$	4.800,00
Total		R\$	27,00	R\$	24.030,00

Fonte: Autor, 2017.

5.6 ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO MENSAL

Tabela 15: Estimativa do custo de comercialização mensal.

Estimativa do custo de comercialização mensal				
Descrição	Receita estimada	%	Custo Total	
1. Impostos				
1.1 Impostos Federais				
Simplex	R\$ 24.030,00	5,47%	R\$	1.314,44
PIS	R\$ 24.030,00	0,00%	R\$	-
COFINS	R\$ 24.030,00	0,00%	R\$	-
IRPJ	R\$ 24.030,00	0,00%	R\$	-
CSLL	R\$ 24.030,00	0,00%	R\$	-
1.2 Impostos Estaduais				
ICMS	R\$ 24.030,00	0,00%	R\$	-
1.2 Impostos Municipais				
ISS	R\$ 24.030,00	0,00%	R\$	-
Subtotal 1	-	-	R\$	1.314,44
2. Despesas Variáveis				
Comissões	R\$ 24.030,00	0,00%	R\$	-
Propaganda	R\$ 24.030,00	1,00%	R\$	240,30
Taxa de administração do cartão de crédito	R\$ 24.030,00	0,00%	R\$	-
	R\$ 24.030,00	0,00%	R\$	-
Subtotal 2	-	-	R\$	240,30

Total (Subtotal 1 e 2) **R\$ 1.554,74**

Fonte: Autor, 2017.

5.7 APURAÇÃO DOS CUSTOS DE MERCADORIAS VENDIDAS

Tabela 16: Apuração dos custos de mercadoria mensal.

Custos com Materiais Diretos e Custo das Mercadorias Vendidas			
Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais/Aquisição	CMD/CMV
Hambúrgueres	990	R\$ 8,10	R\$ 8.019,00
Refrigerante em lata	600	R\$ 2,20	R\$ 1.320,00
Mini-burgers	800	R\$ 2,73	R\$ 2.184,00
Total	2350	R\$ 13,03	R\$ 11.523,00

Fonte: Autor, 2017.

5.8 ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA MENSAL

À curto-médio prazo, não haverá custos com mão de obra, visto que os próprios sócios trabalharão na empresa.

5.9 ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIÇÃO

Tabela 17: Estimativa de custos com depreciação.

Estimativa de Custo com Depreciação					
Itens	Custo de Aquisição	Vida Útil	Valor Residual	Depreciação Acumulada anual	Depreciação Acumulada mensal
Máquinas e Equipamentos	R\$ 3.440,00	10	R\$ 344,00	R\$ 309,60	R\$ 25,80
Móveis e Utensílios	R\$ 1.720,00	10	R\$ 172,00	R\$ 154,80	R\$ 12,90
Instalações	R\$ 120,00	10	R\$ 12,00	R\$ 10,80	R\$ 0,90
Total	R\$ 5.280,00	*****	*****	R\$ 475,20	R\$ 39,60

Fonte: Autor, 2017.

5.10 ESTIMATIVA DE CUSTOS COM DESPEZAS FIXAS OPERACIONAIS MENSASIS

Ficará acertado que nos três primeiros meses, cada um dos três sócios irá retirar para si R\$2.000,00 (dois mil reais) por mês e 12,16% ou R\$2.922,66 (Dois mil novecentos e vinte e dois reais e sessenta e seis centavos) do total da receita mensal será reinvestido na empresa. A partir do quarto mês, 10% ou R\$2.403,00 (dois mil quatrocentos e três reais) do faturamento mensal será reinvestido na Hamburgueria, aumentando assim, a retirada para si de cada um dos sócios em 8,66%, totalizando um pró-labore mensal de R\$6.519,66 (oito mil duzentos e dezoito reais e vinte e seis centavos) para os três sócios.

Tabela 18: Estimativa de custos fixos mensais.

Estimativa de Custos Fixos Mensais	
Descrição	Custo Total Mensal
Aluguel	R\$ 500,00
Condomínio	-
Gás	R\$ 20,00
Água	R\$ 60,00
Energia Elétrica	R\$ 80,00
Telefone	R\$ 40,00
Honorários do Contador	-
Pró-labore	R\$ 6.000,00
Manutenção de Equipamentos	-
Salários + Encargos Sociais	-
Material de limpeza	R\$ 25,00
Material de escritório	R\$ 15,00
Combustível	R\$ 200,00
Taxas Diversas	R\$ 20,00
Serviços de terceiros	R\$ 880,00
Depreciação	R\$ 39,60
Outras despesas	R\$ 150,00
Total	R\$ 8.029,60

Fonte: Autor, 2017.

5.11 INDICADORES DE VIABILIDADE

5.11.1 Ponto de equilíbrio

Para calcular o ponto de equilíbrio, é necessário antes calcular o índice da margem de contribuição (IMC) mensal.

$$\text{IMC} = (\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total}) \div \text{Receita Total}$$

$$\text{IMC} = (\text{R\$}24.030,00 - \text{R\$}13.077,74) \div \text{R\$}24.030,00$$

$$\text{IMC} = 0,46$$

$$\text{PE} = \text{Custo Fixo Total} \div \text{IMC}$$

$$\text{PE} = \text{R\$} 8.029,60 \div 0,46$$

$$\text{PE} = \text{R\$}17.455,65$$

Isto quer dizer que para cobrir todos os seus custos, é necessário que a empresa tenha uma receita total mensal no valor de R\$ 17.455,65.

5.11.2 Lucratividade

$$\text{Lucratividade} = (\text{Lucro Líquido} \div \text{Receita Total}) \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = (\text{R\$}2.922,66 \div \text{R\$}24.030,00) \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = 12,16\%$$

Isto quer dizer que sob os R\$24.030,00 de receita total, resta R\$2.922,66 na forma de lucro, depois de pagas todas as despesas e impostos, o que aponta um índice de lucratividade de 12,16%.

5.11.3 Rentabilidade

$$\text{Rentabilidade} = (\text{Lucro Líquido} \div \text{Investimento Total}) \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = (\text{R}\$2.922,66 \div \text{R}\$12.000,00) \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = 24,35\%$$

Isto Significa que, a cada mês, o empresário recupera 24,35% do valor investido através dos lucros obtidos no negócio.

5.11.4 Prazo de retorno do investimento (PRI)

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

$$\text{PRI} = \text{R}\$12.000,00 \div \text{R}\$2.922,66$$

$$\text{PRI} = 4,11$$

$$\text{PRI} = 5 \text{ meses}$$

6.0 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

Foram elaborados três cenários para a empresa, sendo estes o provável, o pessimista e o otimista.

No cenário provável, é mostrado que a empresa possuirá um lucro de R\$ 2.922,66 reais.

No cenário pessimista, foi simulado uma redução de 50% das vendas de mini hambúrgueres, os quais são vendidos exclusivamente para eventos quando contratados. E também foi simulado um aumento de 15% do preço do quilo da carne utilizada pela empresa.

Por fim, no cenário otimista foi previsto um aumento da demanda de hambúrgueres, com um aumento de 10% em relação ao cenário provável e um aumento de 12% do consumo de refrigerante também com relação ao cenário provável.

Tabela 19: Análise de cenários (provável, pessimista e otimista).

Demonstração do resultado do exercício	Cenário Provável		Cenário Pessimista		Cenário Otimista	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
1. Receita Bruta	R\$ 24.030,00	100%	R\$ 21.630,00	100%	R\$ 26.001,00	100%
À Vista	R\$ 24.030,00		R\$ 21.630,00		R\$ 26.001,00	
A Prazo	-	-	-	-	-	-
2. Gastos Variáveis	R\$ 13.077,74	54%	R\$ 12.922,46	60%	R\$ 13.205,26	51%
(-) Impostos sobre as vendas	R\$ 1.314,44		R\$ 1.183,16		R\$ 1.422,25	
(-) Custo da mercadoria vendida e/ou Custo com Material Direto	R\$ 11.523,00		R\$ 11.523,00		R\$ 11.523,00	
(-) Despesas Variáveis	R\$ 240,30		R\$ 216,30		R\$ 260,01	
3. Margem de Contribuição (1-2)	R\$ 10.952,26	45%	R\$ 8.707,54	40%	R\$ 12.795,74	49%
4. Gastos Fixos	R\$ 8.029,60	33%	R\$ 8.029,60	37%	R\$ 8.029,60	31%
5. Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo) (3-4)	R\$ 2.922,66	14%	R\$ 677,94	3%	R\$ 4.766,14	18%

Fonte: Autor, 2017.

7.0 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

7.1 ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A.

Quadro 2: Análise F.O.F.A.

Forças	Oportunidades
<input type="checkbox"/> Produto personalizado pelo cliente	<input type="checkbox"/> Aumento crescente da demanda no setor de hamburgueria da cidade de Belém
<input type="checkbox"/> Preço de venda competitivo	<input type="checkbox"/> Insegurança e violência na cidade de Belém
<input type="checkbox"/> Localização estratégica da empresa	<input type="checkbox"/> Redução de clientes frequentando restaurantes
<input type="checkbox"/> Ambos os sócios entendem de todo o processo produtivo	
<input type="checkbox"/> Baixo valor do aluguel	
Fraquezas	Ameaças
<input type="checkbox"/> Limitação produtiva	<input type="checkbox"/> Aumento do preço dos materiais utilizados na produção
<input type="checkbox"/> Primeiro negócio dos sócios	<input type="checkbox"/> Indisponibilidade de fornecedores
<input type="checkbox"/> Forma de Pagamento	<input type="checkbox"/> Perder mercado para lanchonetes que produzem hambúrgueres veganos
<input type="checkbox"/> Baixo capital para investimento e divulgação	<input type="checkbox"/> Baixa barreira à novos entrantes
<input type="checkbox"/> Não produzir hambúrgueres veganos	

Fonte: Autor, 2017.

8.0 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

O setor de alimentação dificilmente sofre muito em tempos de crise econômica, situação na qual hoje o país vive, e este foi um dos motivos pelos quais os sócios decidiram investir e montar a Mara Burger Hamburgueria Artesanal.

Segmento este de hambúrgueres nos quais tem havido um crescimento em grande, beneficiando-se assim da crise econômica vivida, uma vez que as pessoas reduziram a frequência de irem à restaurantes, onde acabam gastando o dobro ou mais do que se forem se alimentar de um hambúrguer, e sendo este preparado de forma artesanal.

Neste plano de negócios, foi podido analisar que os processos operacionais estão muito bem definidos aos três sócios, reduzindo assim as chances de fracasso da empresa.

Após a análise do plano financeiro e na estimativa provável dela, constatou-se que é totalmente possível a criação da empresa e o começo de suas operações, pois estão dentro das expectativas dos seus sócios fundadores.

REFERÊNCIAS

IBGE. CONCLA- Comissão Nacional de Classificação. Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?classe=56112&tipo=cnae&versao=9&view=classe>. Acesso em: 10 Nov. 2017 – 18:24h

BRASIL. Governo de Brasília. Secretaria de Estado de Fazenda. CNAE - Fiscal - Código Nacional de Atividade Econômica. Disponível em: http://www.fazenda.df.gov.br/area.cfm?id_area=611. Acesso em: 08 Nov. 2017 – 20:22h

BRASIL. Receita Federal. Simples Nacional, Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/simplesnacional/documentos/pagina.aspx?id=3>. Acesso em: 14 Nov. 2017 – 11:32h

BRASIL. Portal Tributário. ICMS- Imposto sobre circulação de mercadorias e prestação de serviços. Disponível em: <http://www.portaltributario.com.br/tributos/icms.html>. Acesso em: 14 Nov. 2017 – 12:46h

BRASIL. Jus Brasil. Simples Nacional - Como calcular a CPP devida pelas empresas optantes. Disponível em: <https://crc-sc.jusbrasil.com.br/noticias/100664680/simples-nacional-como-calcular-a-cpp-devida-pelas-empresas-optantes>. Acesso em: 12 Nov. 2017 – 14:24h

BRASIL. Portal Tributário. COFINS – contribuição para o financiamento da seguridade social. Disponível em: <http://www.portaltributario.com.br/tributos/cofins.html>. Acesso em: 14 Nov. 2017 – 13:33h

Apêndice A – Estudo dos concorrentes

	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Diferenciais
Mara Burger	A faixa de preço do hambúrguer padrão vendido é de R\$17,00	Espécie	Bairro de São Brás	Apenas Delivery. Tempo de atendimento rápido	Cliente monta todo o seu hambúrguer
Brazzero	A faixa de preço do hambúrguer padrão vendido é de R\$19,00	Espécie e cartão de crédito	-	Apenas Delivery. Tempo de atendimento moderado	Muitas promoções
Hunger	A faixa de preço do hambúrguer padrão vendido é de R\$20,00	Espécie	-	Apenas Delivery. Tempo de atendimento demorado	-
Vikings	A faixa de preço do hambúrguer padrão vendido é de R\$19,00	Espécie e cartão de crédito	Bairro do Marco	Espago físico. Tempo de atendimento moderado	Objetos (chapéus) para entretenimento dos clientes tirarem fotos
Jack Garage	A faixa de preço do hambúrguer padrão vendido é de R\$22,00	Espécie e cartão de crédito	Bairro do Umarizal	Espago físico. Tempo de atendimento demorado	Cliente fica bem à vontade já que não há garçons
Spot	A faixa de preço do hambúrguer padrão vendido é de R\$23,00	Espécie e cartão de crédito	Bairro de Nazaré	Espago físico. Tempo de atendimento rápido	Cardápio assinado por um mestre hamburgueiro de São Paulo

Apêndice B – Análise dos fornecedores.

	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização
Carne	Lafer Carnes	O preço do quilo da carne utilizada pela Mara Burger é de R\$14,00	À vista	Instantâneo	Bairro da Pedreira
Pães	Pão de Belém	Pães Brioche e Australianos, custam R\$0,80 e R\$ 1,30, respectivamente	À vista	Instantâneo	Bairro da Cremação
Ingrediente Frios	Supermercado Formosa	Abaixo do preço médio de mercado	À vista	Instantâneo	Bairro de Fátima
Outros Ingredientes	Feira da 25 de Setembro	Devido à sua localização estar próxima à sede da hamburgueria, é mais vantajoso devido aos custos logísticos	À vista	Instantâneo	Bairro do Marco