



UNIFEOB
Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR
PLANO DE NEGÓCIOS EMPRESARIAL
Home Burguer's
Espaço Gourmet

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
JUNHO 2019

UNIFEOB
Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR
PLANO DE NEGÓCIOS EMPRESARIAL
Home Burger's
Espaço Gourmet

Módulo 03 - Gestão Empreendedora

Gestão Estrat. de Tributos –Prof. Max StreicherVallim

Direito Empresarial – Prof. Luiz F. A.S. Faria

Administração Estratégica – Prof. Rodrigo Marudi de Oliveira

Gestão Orçamentária –Prof. Júlio César Teixeira

Gestão Empreendedora – Prof. Marcelo Alexandre C. da Silva

Alunos:

Lavínia Vilas Boas Gomes, RA 18000330

Luana Parmezani, RA 18000099

Noély Vitória Lopes, RA 18000846

Paulo Octávio Teixeira, RA 18001030

Rafaela Monteiro Zani, RA 18000546

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
JUNHO 2019

SUMÁRIO

1 - Sumário Executivo	4
1.1 - Resumo.....	4
1.2 - Dados dos empreendedores.....	5
1.3 - Missão, Visão e Valores da Empresa	7
1.4 - Setores de Atividade.....	8
1.5 - Forma Jurídica	8
1.6 - Enquadramento Tributário	9
Âmbito Federal	9
Âmbito Estadual.....	10
1.7 - Capital Social.....	10
1.8 - Fonte de Recursos.....	11
1.9 - Documentações exigidas para a abertura da empresa.....	12
1.10 - Contrato Social	12
1.11 - Registro da Empresa - Junta Comercial	12
1.12 - Receita Federal - CNPJ	13
1.13 - Receita Estadual - IE	13
1.14 - Alvarás	14
2 - Análise de mercado	16
2.1- Estudo dos clientes.....	16
2.2 - Estudo dos concorrentes	17
2.3 - Estudo dos Fornecedores.....	18
3 - Plano de Marketing	18
3.1- Produtos e Serviços.....	18
3.2 - Preço	20
3.3 - Estratégias Promocionais	20
3.4 - Estrutura de Comercialização	21
3.5 - Localização do Negócio.....	21
4 - Plano Operacional	22
4.1- Leiaute	22
4.2- Capacidade Instalada	24
4.3- Processos Operacionais	25
4.4- Necessidade de Pessoal.....	26
5 - Plano Financeiro	27

5.1 - Investimentos Fixos	27
5.2 - Estoque Inicial.....	29
5.3 - Caixa Mínimo	30
5.4- Investimentos Pré-Operacionais	31
5.5 - Investimento Total.....	32
5.6 - Faturamento Mensal	33
5.7- Custo Unitário	34
5.8 - Custos de Comercialização	37
5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV	39
5.10 - Custos de mão-de-obra	40
5.11- Custos com Depreciação.....	41
5.12 - Custos Fixos Operacionais Mensais.....	41
5.13 - Demonstrativo de resultados	43
5.14 - Indicadores de Viabilidade	45
6 - Construção de Cenário.....	45
6.1- Ações preventivas e corretivas	45
7 - Avaliação estratégica.....	46
7.1- Análise da matriz F.O.F.A.....	46
7.2 - 5 Forças de Porter	48
7.3 - Fatores Críticos.....	49
7.4 – 5W2H.....	50
8 - Avaliação do Plano	51
8.1 - Análise do Plano.....	51
9 - Referências.....	53

1 - Sumário Executivo

1.1 - Resumo

Trata-se de projeto de implantação de uma hamburgueria gourmet, o Home Burger's, na cidade de Andradas - MG. O espaço pretende oferecer produtos e atendimento diferenciados para um público cada vez mais exigente e que queira ter novas experiências.

A nova empresa será uma EPP - Empresa de Pequeno Porte de Responsabilidade Limitada pertencente a Lavínia Vilas Boas Gomes, Luana Parmezani, Noély Vitória Lopes, Paulo Octávio Teixeira e Rafaela Monteiro Zani. Todos os sócios possuem experiência na área administrativa de lanchonetes e restaurantes.

Os produtos a serem comercializados serão hambúrgueres bovinos e de frango, porções de batatas fritas, porção de sorvetes de massa, bebidas alcóolicas e não alcóolicas.

O público alvo serão os moradores da cidade de Andradas que apreciam esse tipo de alimento. O plano prevê todos os investimentos para o desenvolvimento do negócio, incluindo todos os investimentos como aluguel do imóvel, compra de equipamentos, instalações, divulgação, capital de giro.

O investimento para execução será da ordem de R\$ 100 mil reais, sendo 100% de recursos próprios, conforme detalhado abaixo.

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 685.921,32
Lucratividade	7,22%
Rentabilidade	88,15%
Prazo de retorno do investimento	1 ano e 2 meses

1.2 - Dados dos empreendedores

Nome:	Lavínia Vilas Boas Gomes		
Endereço:	Rua Major Pantaleão nº120 – Centro		
Cidade:	Andradas	Estado:	Minas Gerais - MG
Perfil:	<p>Lavínia Vilas Boas Gomes, 22 anos, natural de Andradas- MG, é formada em Administração. Trabalhou na área de vendas, e também atuou como cuidadora de idosos. Decidiu entrar no empreendimento, pois tem o sonho de trabalhar no seu próprio negócio.</p>		

Nome:	Luana Parmezani		
Endereço:	Rua Coronel Oliveira nº170 - Centro		
Cidade:	Andradas	Estado:	Minas Gerais - MG
Perfil:			

Luana Parmezani, 22 anos, natural de Andradas - MG, recém-formada em Administração de Empresas já atuou na área de vendas em três empresas diferentes, tem boa comunicação com o público, com experiência em vendas e atendimento.

Decidiu entrar em um novo negócio envolvendo uma hamburgueria artesanal na qual será sócia. O novo negócio será inaugurado em sua cidade natal, vai iniciar o empreendimento com outros quatro sócios.

Nome:	Noély Vitória Lopes		
Endereço:	Rua Elias Jorge nº 185 – Santo Antônio		
Cidade:	Tapiratiba	Estado:	São Paulo- SP
Perfil:			
<p>Noely Vitoria Lopes, 22 anos, é natural de São José do Rio Pardo - SP recém formada em Ciências Contábeis e está graduando Engenharia de Produção já atuou na área de vendas e na área de administração pública.</p> <p>Tem experiência em gestão de pessoas e na área de finanças. Decidiu investir em um novo negócio no setor alimentício para obter experiência na área de produção.</p>			

Nome:	Paulo Octávio Teixeira		
Endereço:	Rua Belisário Borges da Costa nº09 – Jardim São Domingos		
Cidade:	São João da Boa Vista	Estado:	São Paulo -SP
Perfil:			

Paulo Octávio Teixeira, 23 anos, é natural de São João da Boa Vista estado de São Paulo, uma pessoa tímida porém com muita determinação. Começou a trabalhar aos 15 anos de idade entregando panfletos de ofertas nas residências. Em 2014 Aos 17 anos começou a graduação em Análise e Desenvolvimento de Sistemas, na qual não concluiu devido a problemas financeiros. No ano seguinte teve sua primeira experiência no ramo alimentício, começou a trabalhar em um supermercado como Operador de Caixa.

Depois de aproximadamente 1 ano foi promovido a Fiscal de Caixa, onde passou a ter mais contato com a área administrativa começando a ter seus liderados e assim desenvolvendo habilidades importantes. Ingressou na Universidade novamente só que dessa vez na Graduação em Administração de Empresas, onde concluiu e se especializou na área contábil e tributaria.

Decidiu entrar no ramo de lanchonetes pois enxergou uma boa oportunidade com um modelo de negócio diferenciado, apesar da pouca idade suas experiências sem duvida vão agregar muito nessa nova caminhada, seu foco e comprometimento também serão fatores essenciais para o sucesso do negócio.

Nome:	Rafaela Monteiro Zani		
Endereço:	Rua Pedro Ferrari nº280 – Jardim Dolores		
Cidade:	Vargem Grande do Sul	Estado:	São Paulo - SP
Perfil:	<p>Rafaela Monteiro Zani, 21 anos, natural de Vargem Grande do Sul - São Paulo. Uma pessoa muito determinada e corajosa. Trabalhou por 6 anos como secretária em uma Vidraçaria, onde trabalhava desde os 16 anos, exercendo atividades de compra, venda, cobrança e financeiro. Neste tempo ingressou na faculdade de Administração na Unifeob, se formando em 2021. Após estudos, decidiu empreender tornando-se sócia de uma hamburgueria.</p>		

1.3 - Missão, Visão e Valores da Empresa

Missão

Oferecer lanches com maior qualidade integrados a tecnologia,



CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS

proporcionando melhor atendimento e momento de lazer único á nossos consumidores.

Visão

Crescer no mercado e ser referencia municipal, reconhecida como uma empresa inovadora no setor alimentício, com uma estrutura sempre em evolução.

Valores

Confiança;
Honestidade;
Ética;
Respeito ao Próximo;
Criatividade e Inovação.

1.4 - Setores de Atividade

O empreendimento se enquadra no setor de comércio de alimentos gourmetizados, sendo esse um setor com grande crescimento de apreciadores em nosso país.

1.5 - Forma Jurídica

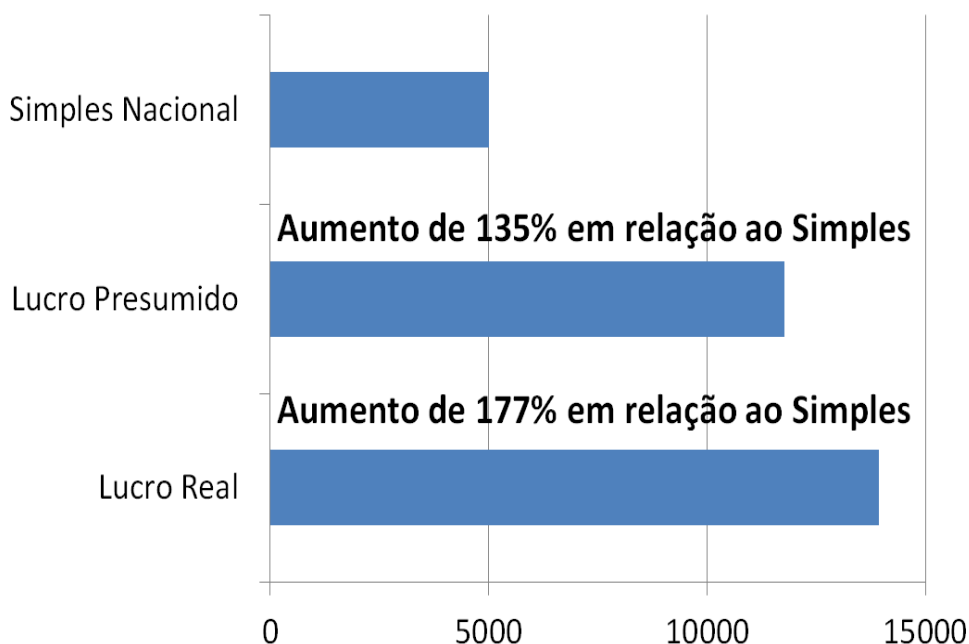
A forma juridical da empresa é a Sociedade Limitada, além de ser a mais comum, também foi a que se adaptou melhor ao tipo de empresa, com o sistema de separação de quotas e o benefício da proteção do patrimônio dos sócios em caso de possíveis dívidas com fornecedores, logicamente que esse benefício só é valido se a empresa seguir a risca todas as regras da Sociedade Limitada.

1.6 - Enquadramento Tributário

Âmbito Federal

Através de análises, o enquadramento tributário mais vantajoso para o empreendimento é o Simples Nacional, além de ser “Simples” pois permite o recolhimento dos impostos em uma única guia, teve uma diferença muito elevada de valores em relação ao Lucro Presumido e Real chegando a mais de 100%.

Comparação entre os Regimes Tributários



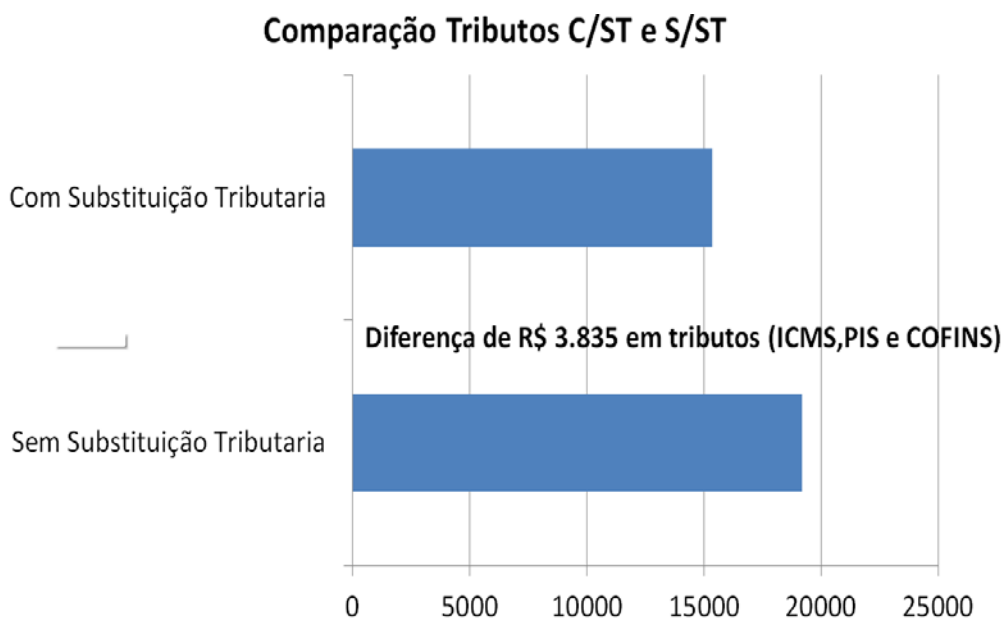
os impostos inseridos no Regime do Simples Nacional são:

- Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ)
- Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI)
- Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL)
- Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins)
- Contribuição para o PIS/Pasep
- Contribuição Patronal Previdenciária (CPP)

Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS)

Âmbito Estadual

Temos o ICMS (Imposto sobre Circulação de mercadorias e Serviços), em seu sistema de crédito e débito, onde a compra gera crédito e a venda débito para abater em um determinado valor. Não podemos esquecer também da Substituição Tributaria onde o ICMS já é cobrado na indústria que conseqüentemente acabam colocando esse valor de aumento no preço de custo do produto.



É importante ficar atento com os produtos que tem substituição tributaria, pois como já foi dito anteriormente eles são cobrados na indústria que imediatamente repassa esse aumento no preço de custo do produto, não é um desconto.

1.7 - Capital Social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
----	-------	-------	------------------

1	Lavinia Vilas Boas Gomes	R\$ 20.000,00	20
2	Luana Parmezani	R\$ 20.000,00	20
3	Noély Vitória Lopes	R\$ 20.000,00	20
4	Paulo Octávio Teixeira	R\$ 20.000,00	20
5	Rafaela Monteiro Zani	R\$ 20.000,00	20
Total		R\$ 100.000,00	100

1.8 - Fonte de Recursos

Os recursos para abrir o espaço Home Burguer's serão provenientes das aplicações de todos os sócios.

Direito Empresarial

Unidade em que serão abordadas as normas de abertura de uma sociedade empresária limitada (LTDA).

A junta Comercial de Minas Gerais (JUCEMG) disponibiliza em seu site, o passo a passo de como constituir uma empresa, sejam elas, LTDA, ME ou EIRELI.

Viabilidade

Acessar o site da JUCEMG (www.jucemg.mg.gov.br) e preencher os dados solicitados para a Viabilidade, em seguida será efetuada uma busca com o nome da empresa no estado para ver se há idêntico e examinar se endereço é permitido diante zoneamento da Prefeitura.

Após a busca, é gerado um protocolo para consulta de andamento da viabilidade, em seguida deverá ser realizado o cadastro sincronizado na Receita Federal.

1.9 - Documentações exigidas para a abertura da empresa

- Cópia autenticada do RG e CPF do titular ou dos sócios;
- Requerimento padrão (Capa da Junta Comercial) em uma via;
- FCN (Ficha de Cadastro Nacional), modelo 1 e 2 em uma via;
- Pagamentos de taxas através do DARF.
- Os valores variam entre estados, para consultar basta acessar o site da junta comercial, para este negócio custa aproximadamente R\$ 300,00.

1.10 - Contrato Social

Contrato Social é um dos documentos mais importantes, no qual estão inseridos e definidos os interesses das partes, objetivo da empresa e descrição societária e integralização de quotas. Além disso, para ter validade é necessário o visto de um advogado no caso da empresa LTDA.

1.11 - Registro da Empresa - Junta Comercial

- Ir à junta comercial ou cartório de registro de pessoa jurídica do estado para realizar o registro legal da empresa, esse registro equivale á uma certidão de pessoa física;
- Contrato Social;
- Documentos pessoais de cada sócio.

1.12 - Receita Federal - CNPJ

O CNPJ é feito exclusivamente pela internet, no site da Receita Federal por meio do download de um programa específico, o Documento Básico de Entrada.

É preciso preencher a solicitação e os documentos necessários que são informados no site, devem ser enviados por Sedex ou pessoalmente para a Secretaria de Receita Federal, sendo assim, a resposta é dada pela internet.

Ao realizar o cadastro no CNPJ, é necessário escolher a atividade que a empresa irá exercer. Essa classificação será utilizada na tributação e na fiscalização das atividades da empresa.

1.13 - Receita Estadual - IE

Para empresas do ramo de produção de bens ou venda de mercadorias, é necessário o registro na Secretaria Estadual da Fazenda, a inscrição estadual. Ela é necessária para a obtenção da inscrição do ICMS. Quem fará a solicitação da inscrição via internet é o contador, pois ele estará pré autorizado com a senha de acesso.

Documentação para cadastro:

- DUC (Documento Único de Cadastro), em três vias;
- DCC (Documento Complementar de Cadastro), em uma via;
- Comprovante de endereço dos sócios, cópia autenticada ou original;
- Cópia autenticada do documento que prove direito de uso do imóvel (contrato de locação ou escritura pública do imóvel);
- Número do cadastro fiscal do contador;
- Cópia do ato constitutivo;
- Cópia do CNPJ;

- Cópia do alvará de funcionamento;
- RG e CPF dos sócios;
- Certidão Simplificada da Junta.

1.14 - Alvarás

Alvará do Corpo de Bombeiros

Áreas e edificações com risco de incêndio deverão possuir o APPCI (Alvará de Proteção e Prevenção Contra Incêndios), que é expedido pelo corpo de bombeiros do estado. A solicitação deverá ser protocolada junto ao corpo de bombeiros, que avaliará o grau de risco da área. O procedimento para liberação do alvará varia com o grau de risco do local.

Alvará de funcionamento

Todos os estabelecimentos comerciais, industriais e de prestações de serviços precisam de uma licença prévia do município para funcionar, essa licença é o alvará de funcionamento e localização, ele deve ser solicitado junto à prefeitura e o procedimento para a obtenção varia de acordo com a legislação de cada município.

Documentos exigidos:

- Formulário próprio da prefeitura;
- Consulta prévia de endereço aprovada;
- Cópia do CNPJ;
- Cópia do Contrato Social;
- Laudo dos órgãos de vistoria.

Exigências da Vigilância Sanitária

Manual de Boas Práticas

O MBP é um documento onde estão descritas as atividades e procedimentos que as empresas que produzem, manipulam, armazenam e/ou comercializam alimentos, adotam para garantir que os alimentos tenham segurança e qualidade sanitária aos seus consumidores.

Cada empresa tem seu próprio manual de boas práticas, sendo um documento exclusivo e real da empresa, estando descrito a rotina de trabalho e anexando os POP.

POP

Procedimento Operacional Organizado, que é um documento que descreve o passo a passo de como executar as tarefas no local, contendo frequência de execução, especificando os nomes, cargos e

O MBP/POP deve ficar disponíveis a todos os funcionários.

Os serviços de alimentação devem implementar POPs referentes aos seguintes itens:

- Higienização de instalações, equipamentos e móveis;
- Controle integrado de vetores e pragas urbanas;
- Higienização do reservatório;
- Higiene e saúde dos manipuladores.

Documentos necessários:

- Cópia do CNPJ;
- Número da Inscrição Estadual;
- Número de telefone;
- Comprovante de endereço;
- Cópia do RG e CPF do responsável legal;
- Cópia do RG e CPF do responsável técnico;
- Cópia do contrato social.
- Cópia do Manual de Boas Práticas;

- Cópia do Certificado de Limpeza do reservatório de água;
- Cópia das análises físico-químicas e microbiológica da água;
- Cópia do alvará de funcionamento.

2 - Análise de mercado

2.1- Estudo dos clientes

Público-alvo (perfil dos clientes)

Basicamente pessoas de classe média e alta, sendo um produto mais apreciado por jovens e pessoas que buscam produtos diferenciados e uma melhor qualidade. A média da faixa etária é de 27 anos.

Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

Pessoas apreciadoras de hambúrguer artesanal e serviços gourmet que buscam novas experiências, qualidade nos produtos e um atendimento diferenciado na região.

A Home Burger's visa proporcionar mais agilidade e praticidade no atendimento ao cliente, fazendo com que o mesmo sintam-se em um ambiente favorável e agradável.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

A Home Burger's localiza-se no Centro de Andradas, atendendo a população da cidade, e eventualmente moradores de outras cidades que estão em visita a cidade de Andradas.

2.2 - Estudo dos concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes	Garantias oferecidas
Its Burguer	Elevada	Competitivo	Dinheiro e Cartão	Bairro Centro	Segunda à Domingo	Cardápio comum sem muita variedade	Qualidade elevada nos produtos e atendimento
Bacon Beer	Comum	Relativamente Alto	Dinheiro e Cartão	Bairro Centro	Terça à Domingo	Variedade nos produtos, com vários tipos de lanches	Qualidade mediana nos produtos e atendimento
Hulk Hamburgueria	Elevada	Competitivo	Dinheiro e Cartão	Rua Coronel Eduardo	Segunda à Domingo	Boa Diversidade de lanches prensados e artesanais	Qualidade aceitável de produtos e atendimento

Conclusões

O Its Burguer tem uma qualidade elevada de produtos e atendimento, fica situado em uma ótima localização no centro da cidade, possui preços competitivos, porém deixa a desejar no quesito variedade dos produtos.

Já o Bacon Beer possui qualidade média nos produtos e atendimento, com preço relativamente alto, entretanto seu diferencial é a grande variedade no seu cardápio, fica situado em uma boa localização no centro da cidade.

Por fim a Hulk Hamburgueria conta com produtos de qualidade com preço competitivo, fica em uma localidade razoável, seu mix de produtos com hambúrgueres artesanais e prensados.

2.3 - Estudo dos Fornecedores

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	Patinho Bovino, Picanha Bovina, Costela Bovina	Dom Glutão	Diversos	20 dias boleto bancario	7 dias	Leme - SP
2	Peito de Frango Congelado	Pif Paf Alimentos	Diversos	20 dias boleto bancario	7 dias	Jandira - SP
3	Coca Cola lata 350ml, Coca Cola 2L, Cerveja Heineken 600ml	Coca Cola	Diversos	7 dias boleto bancario	2 dias	São Paulo - SP
4	Cerveja Original 600ml	Ambev	Diversos	7 dias boleto bancario	1 dia	São Paulo - SP
5	Hortifruti	Will Orgânicos	Diversos	10 dias boleto bancario	7 dias	São Paulo - SP
6	Sorvete Sabores	Jundiá	Diversos	15 dias boleto bancario	5 dias	Itupeva - SP

3 - Plano de Marketing

3.1- Produtos e Serviços

A Home Burger's contará com o seguinte cardápio:

- Hamburguer Artesanal Tradicional;

- Porção de Batata com Cheedar e Bacon 500g;
- Suco Natural Sabores 1L;
- Cerveja Heineken 600ml;
- Refrigerante Coca Cola lata 350ml;
- Refrigerante Coca Cola 2L;
- Hamburguer Artesanal Cheedar e Bacon;
- Hamburguer Artesanal Picanha;
- Hamburguer Artesanal Costela;
- Cerveja Original 600ml
- Cerveja Amstel 600ml
- Hamburguer Artesanal Kids
- Hamburguer Artesanal Frango e Banco
- Sorvete Massa Sabores 300g (1 Porção)

Nº	Produtos	Valores
1	Hamburguer Artesanal Tradicional	R\$ 17,90
2	Porção de Batata com Cheedar e Bacon 500g	R\$ 29,90
3	Suco Natural Sabores 1L	R\$ 15,90
4	Cerveja Heineken 600ml	R\$ 10,90
5	Refrigerante Coca Cola lata 350ml	R\$ 3,99
6	Refrigerante Coca Cola 2L	R\$ 10,00
7	Hamburguer Artesanal Cheedar e Bacon	R\$ 29,90
8	Hamburguer Artesanal Picanha	R\$ 37,90
9	Hamburguer Artesanal Costela	R\$ 33,90
10	Cerveja Original 600ml	R\$ 10,90
11	Cerveja Amstel 600ml	R\$ 9,90
12	Hamburguer Artesanal Kids	R\$ 14,90
13	Hamburguer Artesanal Frango e Bacon	R\$ 25,90

14	Sorvete Massa Sabores Porção (300g)	R\$ 9,90
----	-------------------------------------	----------

3.2- Preço

A estrutura deve ser estudada detalhadamente, pois é praticamente o termômetro pra saber se o consumidor vai adquirir seu produto ou não, a idéia da empresa é oferecer uma política de preços pela qualidade do produto que esta oferecendo. Com o aumento das vendas e conforme a consolidação da empresa no mercado, essa política de preços poderá ser revisada mas sempre respeitando os clientes para que fiquem cada vez mais satisfeitos.

Para chegar no valor final de preço, foi realizada uma pesquisa de mercado inclusive em concorrentes, e foi definida uma média de 100% de margem, que é considerada padrão na maioria das lanchonetes, podendo variar para menos ou mais dependendo do produto.

Para elaborar os preços foram utilizados os seguintes critérios:

- Os dias da semana;
- Demanda pelos produtos;
- Margem média de 100% em cada produto
- Preços dos concorrentes.
- Preço dos fornecedores

3.3- Estratégias Promocionais

A Hamburgueria pretende estar inserida em todas as mídias sociais, realizando varias promoções como, por exemplo, tickets de descontos. Nesse caso uma pagina dedicada a empresa nas mídias sociais seria o ideal assim as pessoas poderiam acompanhar todas as novidades não só relacionadas a promoções. O marketing “boca a boca” sem duvida vai ser fundamental, pois um cliente satisfeito com o produto pode compartilhar sua experiência com cerca de três pessoas, já um

consumidor insatisfeito compartilha com cerca de sete pessoas, mais que o dobro do valor anterior. A panfletagem também não está descartada, apesar de grande parte da população aderir aos meios de comunicação digitais, temos que considerar também o público que não tem acesso à tecnologia, e a distribuição dos panfletos será a solução.

Conforme o crescimento do empreendimento seria interessante à criação de um site totalmente dedicado ao negócio, mas seria algo para se programar no futuro.

3.4- Estrutura de Comercialização

O atendimento será em um espaço físico, onde os clientes poderão desfrutar de um ambiente totalmente agradável e intuitivo, outra alternativa é o delivery onde o consumidor receberá seu pedido no conforto de sua residência. A empresa vai

contar com:

- 2 Chapeiros;
- 1 Motoboy Delivery;
- 2 Atendentes;
- 1 Auxiliar de Cozinha;
- 1 Auxiliar de Limpeza;

O horário de atendimento é de terça a quinta das 18h00min às 23h59min.

Nas sextas, sábados, domingos e vésperas de feriados das 18h00min às 01h00min.

3.5- Localização do Negócio

Endereço:	Rua Coronel Oliveira, nº 506
Bairro:	Centro
Cidade:	Andradas
Estado:	Minas Gerais
Fone:	(35) 3487-2013

Celular:

(35) 98632-0578

Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:

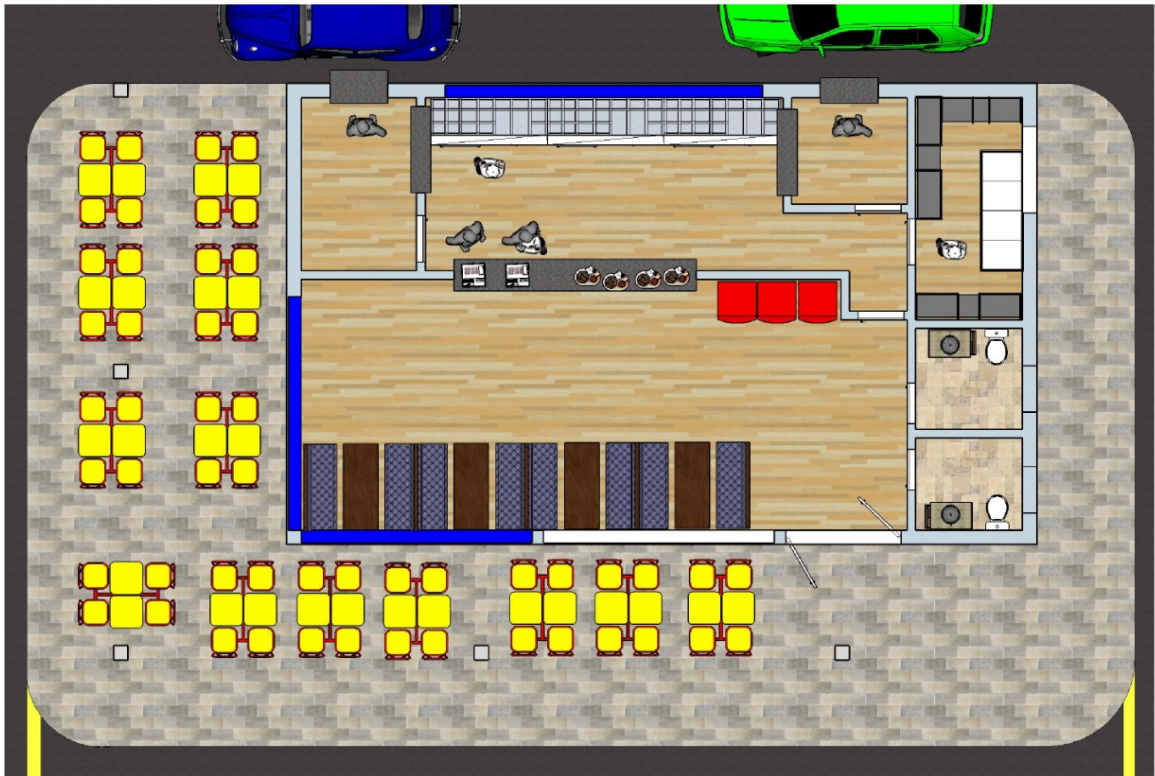
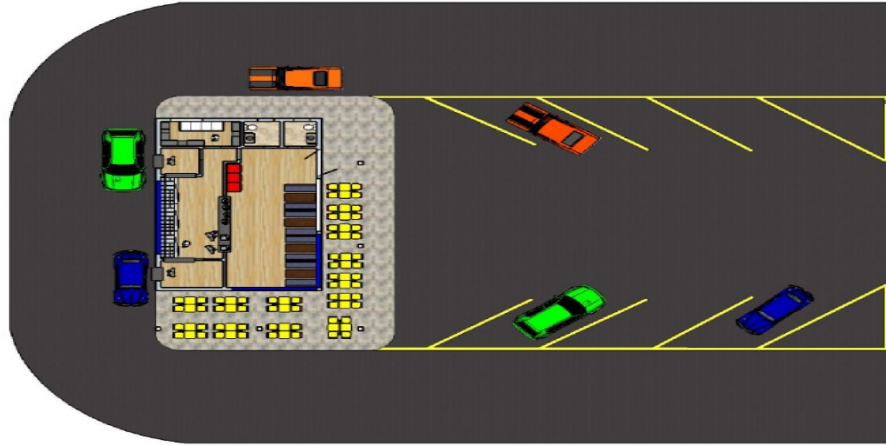
A Hamburgueria vai ser no Centro de Andradas – MG, um local com grande fluxo de pessoas, é também o local onde os turistas escolhem como opção de entretenimento.

O fluxo é maior no período noturno atingindo um publico com a faixa etária entre 20 e 30 anos. Um lugar agradável aonde às pessoas vai para conhecer outras.

4 - Plano Operacional

4.1- Leiaute





4.2- Capacidade Instalada

Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?

A capacidade produtiva é de aproximadamente 2.000 hamburguers, sendo eles bovinos e de frango e cerca de 350 porções de batata. Com funcionamento no horário previsto. Isto corresponde a uma média de 100 hamburguers e 18 porções de batata vendida ao dia. Além disso, estima-se a revenda de 20 unidades de bebidas alcoólicas e 16 unidades de não alcoólicas e o sorvete uma média de 15 unidades ao dia. Lembrando que cada cliente tem sua demanda específica podendo variar a quantidade dos itens.

Qual será o volume de produção (ou serviço) e comercialização iniciais?

A estimativa de venda semanal é:

Hamburguers (Bovinos e de Frango): 482 Unidades

Porção de Batata com Cheedar e Bacon: 62 Unidades

Suco Natural 1L: 25 Unidades

Cerveja Heineken 600 ml: 50 Unidades

Refrigerante Coca Cola lata 350 ml: 38 Unidades

Refrigerante Coca Cola 2L: 20 Unidades

Cerveja Original 600 ml: 25 Unidades

Cerveja Amstel 600 ml: 25 Unidades

Sorvete Massa Sabores 300g: 75 Unidades

De acordo com esses valores, o volume de produção tem que andar em sincronia com a comercialização, para uma margem de segurança o volume de produção sera 5% maior que o número de comercialização.

4.3- Processos Operacionais

Compras:

As compras serão feitas por Rafaela Zani (Sócia da Empresa), com base no Estoque.

Controle de Estoque:

O controle de estoque será feito por Noely Lopes (Sócia da Empresa), pois é responsável pelo setor de cozinha atuando também como auxiliar, terá controle da quantidade de insumos utilizados no ambiente.

Preparo dos Lanches:

O preparo dos lanches sera feito pelos dois Chapeiros profissionais

Suporte aos Clientes

Todo o suporte aos clientes será prestado pelas atendentes Luana Parmezani (Sócia da Empresa), e Lavínia Gomes (Sócia da Empresa), solucionando eventuais dúvidas e divergências.

Delivery:

As entregas nas residências será função de Paulo Teixeira (Sócio da Empresa), pois é o único que possui a habilitação tipo A para motocicletas.

Limpeza do Ambiente:

Sera responsabilidade das Atendentes manter a higienização do local.

Caixa:

O Contas a Pagar e a Receber e também os controles financeiros serão feitos por Rafaela Zani (Sócia da Empresa).

4.4- Necessidade de Pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
2	Chapeiro	Habilidades técnicas específicas com experiência comprovada, manuseio correto dos alimentos encontrando o ponto ideal do cozimento, criar uma identidade através de seus pratos, ter boa comunicação, compreender o funcionamento da cozinha e conseguir administrar o tempo de preparo dos lanches.
1	Motoboy Delivery	Ágil e Eficiente, CNH tipo A, respeitar todas as legislações de trânsito, simpático e sempre com um sorriso no rosto na entrega final do produto ao cliente.
1	Auxiliar de Cozinha	Boa Comunicação, experiência na manipulação de alimentos, atento com a higienização dos mesmos, que saiba trabalhar em equipe.
2	Atendente	Boa Comunicação, Carismático e Simpático. Oferecer todo suporte no atendimento ao cliente
1	Caixa/Contas a Pagar e Receber	Graduação na área administrativa com experiência em compras e finanças, saiba utilizar corretamente o poder de compra da empresa visando sempre diminuir gastos através de negociações.

OBS: Com exceção do Chapeiro, o restante das funções será exercido pelos sócios, onde cada indivíduo vai ficar responsável por um setor.

5 - Plano Financeiro

5.1- Investimentos Fixos

A – Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (A)				R\$ 0,00

B – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Char Boiler	1	R\$ 2.211,38	R\$ 2.211,38
2	Chapa Profissional	1	R\$ 5.681,06	R\$ 5.681,06
3	Fritadeira	1	R\$ 689,99	R\$ 689,99
4	Extrator de Suco	1	R\$ 119,90	R\$ 119,90
5	Liquidificador	1	R\$ 149,90	R\$ 149,90
6	Moedor de Carne	1	R\$ 246,63	R\$ 246,63
7	Batedor Milk Shake	1	R\$ 334,40	R\$ 334,40
8	Fogão Industrial	1	R\$ 738,20	R\$ 738,20
9	Coifas	1	R\$ 575,10	R\$ 575,10
10	Exaustores	1	R\$ 296,67	R\$ 296,67
11	Geladeira	1	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00
12	Freezer Horizontal	2	R\$2.184,00	R\$ 4.368,00
SUB-TOTAL (B)				R\$ 18.911,23

C – Equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (C)				R\$ 0,00

D – Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Balcão de Madeira (Atendimento)	1	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00
2	Sofa Booth	1	R\$ 529,00	R\$ 529,00
3	Conjunto Mesas e Cadeiras	10	R\$ 229,49	R\$ 380,00
4	Pratos Brancos	40	R\$ 15,00	R\$ 600,00
5	Talheres 42 Peças	2	R\$ 92,99	R\$ 185,98
6	Copos 6 Peças	6	R\$ 100,00	R\$ 600,00
7	Taças 6 Peças	3	R\$ 100,00	R\$ 300,00
SUB-TOTAL (D)				R\$ 6.310,78

E – Veículos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (E)				R\$ 0,00

F – Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Computador	2	R\$ 1.199,00	R\$ 2.398,00
2	Kit Sat Fiscal	2	R\$ 1.035,00	R\$ 2.071,40
3	Tablet	15	R\$ 199,90	R\$ 2.998,50
4	Maquina de Cartão	1	R\$ 270,00	R\$ 270,00

5	Software do Sistema	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
SUB-TOTAL (F)				R\$ 6.938,40

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS :	R\$ 32.160,41
--	----------------------

5.2 - Estoque Inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Carne Bovina Patinho Kg	20	R\$ 19,90	R\$ 398,00
2	Batata Congelada Kg	20	R\$ 19,90	R\$ 398,00
3	Carne Bovina Picanha Kg	20	R\$ 59,90	R\$ 1.198,00
4	Carne Bovina Costela Kg	20	R\$ 14,90	R\$ 298,00
5	Peito de Frango Kg	20	R\$ 13,90	R\$ 278,00
6	Bacon Kg	20	R\$ 27,90	R\$ 558,00
7	Queijo Cheedar Kg	20	R\$ 30,90	R\$ 618,00
8	Refrigerante Coca-Cola lata 350ml	100	R\$ 2,29	R\$ 229,00
9	Refrigerante Coca-Cola 2L	50	R\$ 5,99	R\$ 299,50
10	Cerveja Amstel 600ml	100	R\$ 5,99	R\$ 599,00
11	Cerveja Original 600ml	20	R\$ 46,20	R\$ 699,00
12	Sorvete Massa 5L	3	R\$ 34,99	R\$ 104,97
13	Polpa de Fruta	50	R\$ 1,19	R\$ 59,50
14	Maionese Kg	20	R\$ 16,90	R\$ 507,00
15	Cebola Orgânica Kg	20	R\$ 15,00	R\$ 300,00
16	Tomate Orgânico Kg	20	R\$ 17,00	R\$ 340,00
17	Alho Orgânico Kg	10	R\$ 74,00	R\$ 740,00
18	Alface Orgânico UN	50	R\$ 3,90	R\$ 195,00
19	Pão de Hamburguer	10	R\$ 74,00	R\$ 740,00
TOTAL (A)				R\$ 8.118,97

5.3 - Caixa Mínimo

Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
à vista	40,00	0	0
à prazo 30d.	60,00	30	18,00
à prazo 2x			
à prazo 3x			
Prazo médio total			18

Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
À vista	50,00	0	0,00
à prazo - consumo	50,00	30	15,00
À prazo - revenda			
Prazo médio total			15

Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	
Numero de dias	10

Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	18

2. Estoques – necessidade média de estoques	10
Subtotal Recursos fora do caixa	28
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	15
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	15
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	13

Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 21.989,26
2. Custo variável mensal	R\$ 36.044,52
3. Custo total da empresa	R\$ 58.033,78
4. Custo total diário	R\$ 1.934,46
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	13
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 25.147,97

Capital de giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 8.817,97
B – Caixa Mínimo	R\$ 25.147,97
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 33.965,94

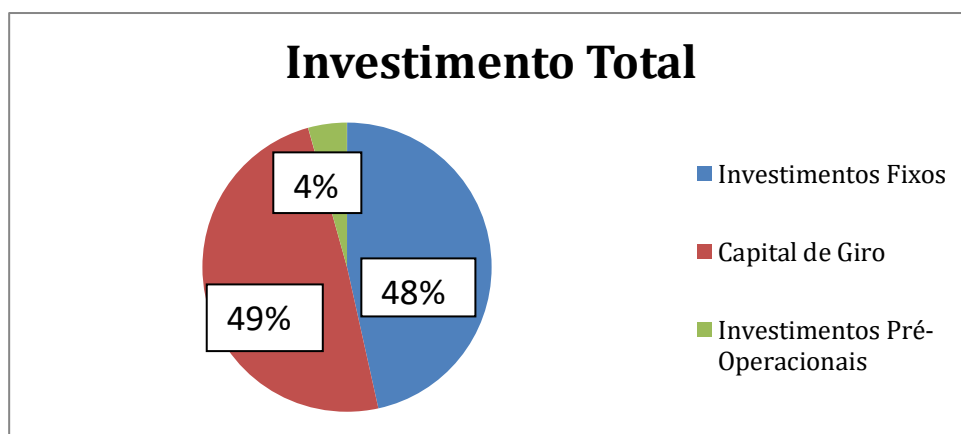
5.4 - Investimentos Pré-Operacionais

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 2.000,00
Obras civis e/ou reformas	0
Divulgação	R\$ 1.000,00
Cursos e Treinamentos	0

Outras despesas	0
TOTAL	R\$ 3.000,00

5.5 - Investimento Total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 32.160,41	48,00
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 33.965,94	49,00
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 3.000,00	4,00
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 69.126,35	100,00



Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 100.000,00	100,00
Recursos de terceiros		
Outros		
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 100.000,00	100,00

5.6 - Faturamento Mensal

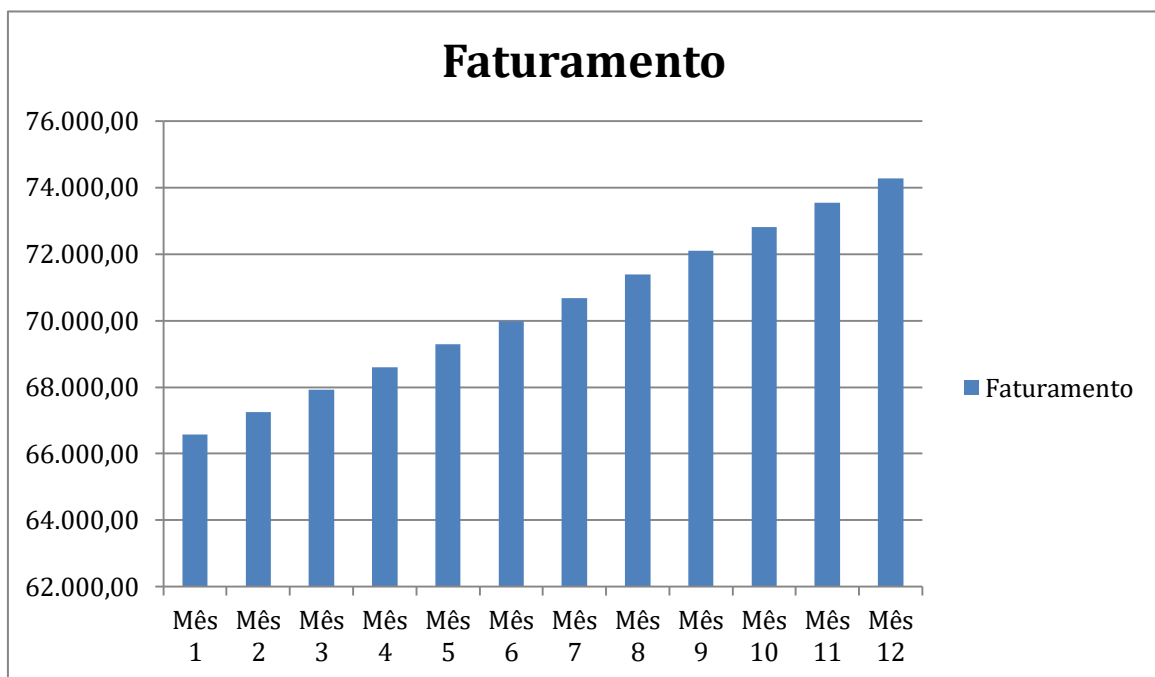
Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Hamburguer Artesanal Tradicional	400	R\$ 17,90	R\$ 7.160,00
2	Porção de Batata Cheedar e Bacon 500g	250	R\$ 29,90	R\$ 7.475,00
3	Suco Natural Sabores 1L	100	R\$ 15,90	R\$ 1.590,00
4	Cerveja Heineken 600ml	200	R\$ 10,90	R\$ 2.180,00
5	Refrigerante Coca Cola lata 350ml	150	R\$ 3,99	R\$ 598,50
6	Refrigerante Coca Cola 2L	80	R\$ 10,00	R\$ 800,00
7	Hamburguer Artesanal Cheedar e Bacon	400	R\$ 29,90	R\$ 11.960,00
8	Hamburguer Artesanal Picanha	300	R\$ 37,90	R\$ 11.370,00
9	Hamburguer Artesanal Costela	280	R\$ 33,90	R\$ 9.492,00
10	Cerveja Original 600ml	100	R\$ 10,90	R\$ 1.090,00
11	Cerveja Amstel 600ml	100	R\$ 9,90	R\$ 990,00
12	Hamburguer Artesanal Kids	250	R\$ 14,90	R\$ 3.475,00
13	Sorvete Massa Sabores 300g (1 Porção)	300	R\$ 6,99	R\$ 2.097,00
14	Hamburguer Artesanal Frango e Bacon	200	R\$ 25,90	R\$ 5.180,00
TOTAL				R\$ 66.580,60

Projeção das Receitas:

- () Sem expectativa de crescimento
- (x) Crescimento a uma taxa constante: 0,90 % ao mês para os 12 primeiros meses, 0,00 % ao ano a partir do 2º ano
- () Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 66.580,50

Mês 2	R\$ 67.246,31
Mês 3	R\$ 67.918,77
Mês 4	R\$ 68.597,95
Mês 5	R\$ 69.283,94
Mês 6	R\$ 69.976,77
Mês 7	R\$ 70.676,54
Mês 8	R\$ 71.383,31
Mês 9	R\$ 72.097,14
Mês 10	R\$ 72.818,11
Mês 11	R\$ 73.546,29
Mês 12	R\$ 74.281,76
Ano 1	R\$ 844.407,39



5.7- Custo Unitário

Produto: Hamburguer Artesanal Tradicional

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 8,00	R\$ 8,00
TOTAL			R\$ 8,00

Produto: Porção Batata com Cheedar e Bacon

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 13,97	R\$ 13,97
TOTAL			R\$ 13,97

Produto: Suco Natural Sabores 1L

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 5,25	R\$ 5,25
TOTAL			R\$ 5,25

Produto: Cerveja Heineken 600ml

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 6,99	R\$ 6,99
TOTAL			R\$ 6,99

Produto: Refrigerante Coca-Cola 350ml

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 2,29	R\$ 2,29
TOTAL			R\$ 2,29

Produto: Refrigerante Coca-Cola 2L

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total

Custo total	1	R\$ 6,39	R\$ 6,39
TOTAL			R\$ 6,39

Produto: Hamburger Artesanal Cheedar e Bacon

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 13,62	R\$ 13,62
TOTAL			R\$ 13,62

Produto: Hamburger Artesanal Picanha

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 16,78	R\$ 16,78
TOTAL			R\$ 16,78

Produto: Hamburger Artesanal Costela

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 15,42	R\$ 15,42
TOTAL			R\$ 15,42

Produto: Hamburger Artesanal Kids

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 6,95	R\$ 6,95
TOTAL			R\$ 6,95

Produto: Hamburger Artesanal Frango e Bacon

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 11,30	R\$ 11,30

TOTAL	R\$ 11,30
--------------	------------------

Produto: Cerveja Original 600ml

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 6,99	R\$ 6,99
TOTAL			R\$ 6,99

Produto: Cerveja Amstel 600ml

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 5,99	R\$ 5,99
TOTAL			R\$ 5,99

Produto: Sorvete Massa Sabores 300g

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Custo total	1	R\$ 3,99	R\$ 3,99
TOTAL			R\$ 3,99

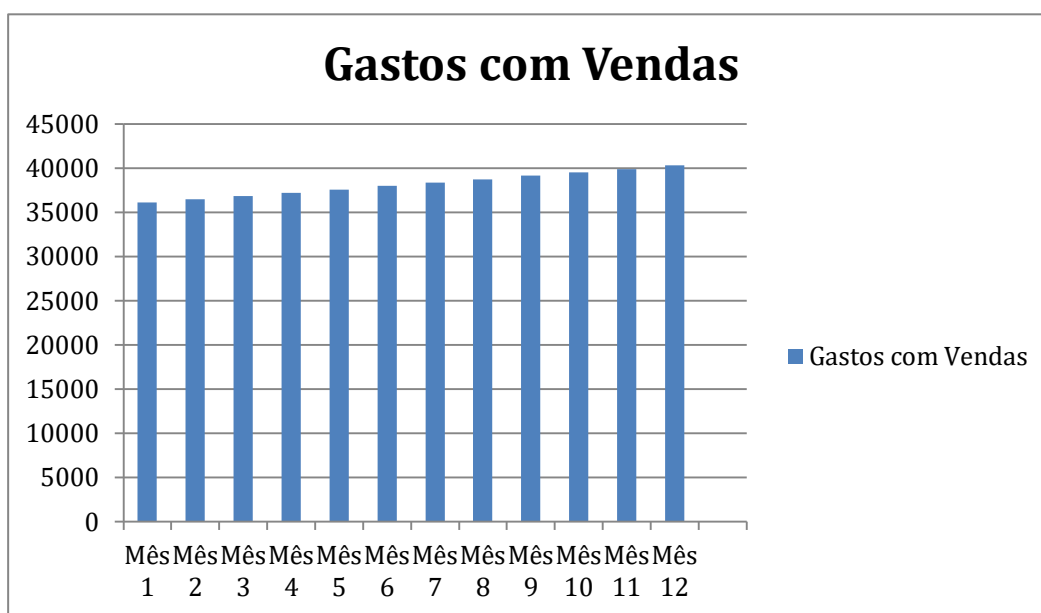
5.8 - Custos de Comercialização

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
Propaganda (Gastos com Vendas)	3,00	R\$ 66.580,50	R\$ 1.997,42
Taxa de Cartões (Gastos com Vendas)	2,10	R\$ 39.948,30	R\$ 838,91
Custo de Porções/Bebidas (Gastos com Vendas)	50,00	R\$ 66.580,50	R\$ 33.290,25

Total Impostos	0
-----------------------	----------

Total Gastos com Vendas	R\$ 36.126,58
Total Geral (Impostos + Gastos)	R\$ 36.126,58

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 36.126,58
Mês 2	R\$ 36.487,83
Mês 3	R\$ 36.852,71
Mês 4	R\$ 37.221,24
Mês 5	R\$ 37.593,46
Mês 6	R\$ 37.969,39
Mês 7	R\$ 38.349,08
Mês 8	R\$ 38.732,57
Mês 9	R\$ 39.119,89
Mês 10	R\$ 39.511,10
Mês 11	R\$ 39.906,21
Mês 12	R\$ 40.305,27
Ano 1	R\$ 458.175,33

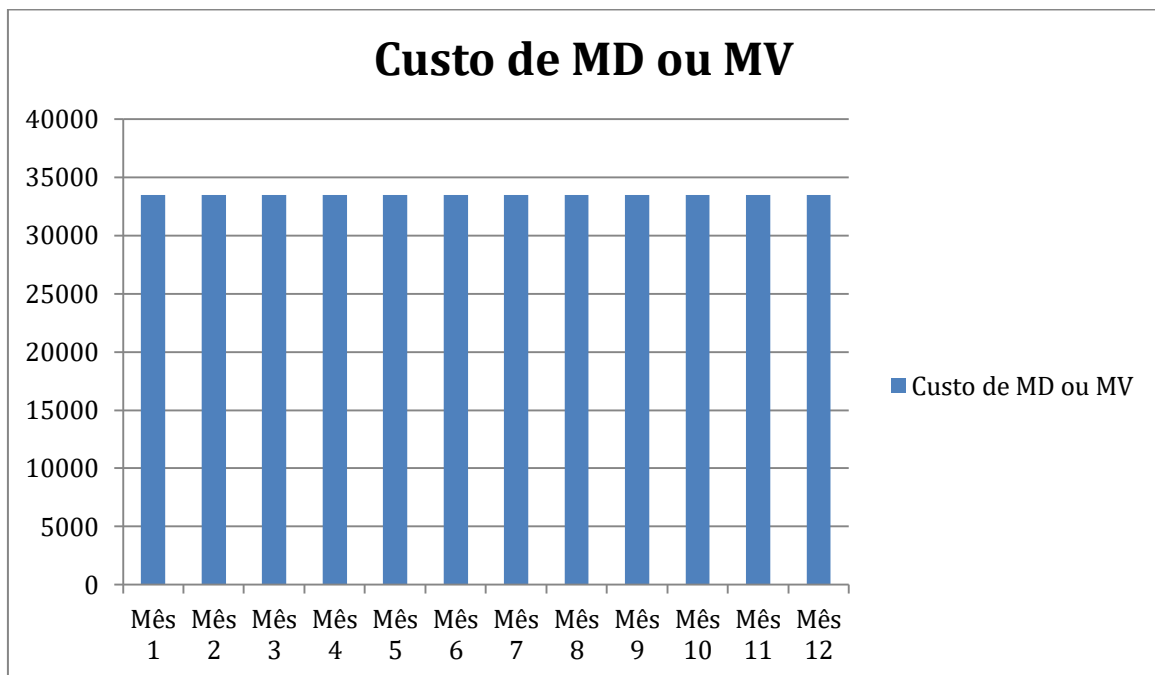


5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Hamburguer Artesanal Tradicional	400	R\$ 8,00	R\$ 3.200,00
2	Porção de Batata com Cheedar e Bacon 500g	250	R\$ 13,97	R\$ 3.492,00
3	Suco Natural Sabores 1L	100	R\$ 5,25	R\$ 525,00
4	Cerveja Heineken 600ml	200	R\$ 6,99	R\$ 1.398,00
5	Refrigerante Coca Cola 350ml	150	R\$ 2,29	R\$ 343,50
6	Refrigerante Coca Cola 2L	80	R\$ 6,39	R\$ 511,20
7	Hamburguer Artesanal Cheedar e Bacon	400	R\$ 13,62	R\$ 5.448,00
8	Hamburguer Artesanal Picanha	300	R\$ 16,78	R\$ 5.034,00
9	Hamburguer Artesanal Costela	280	R\$ 15,42	R\$ 4.317,60
10	Hamburguer Artesanal Kids	250	R\$ 6,95	R\$ 1.737,50
11	Hamburguer Artesanal Frango e Bacon	200	R\$ 22,90	R\$ 4.580,00
12	Cerveja Original 600ml	100	R\$ 10,90	R\$ 1.090,00
13	Cerveja Amstel 600ml	100	R\$ 5,99	R\$ 599,00
14	Sorvete Massa Sabores 300g	300	R\$ 3,99	R\$ 1.197,00
TOTAL				R\$ 33.472,80

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 33.472,80
Mês 2	R\$ 33.472,80
Mês 3	R\$ 33.472,80
Mês 4	R\$ 33.472,80
Mês 5	R\$ 33.472,80
Mês 6	R\$ 33.472,80

Mês 7	R\$ 33.472,80
Mês 8	R\$ 33.472,80
Mês 8	R\$ 33.472,80
Mês 9	R\$ 33.472,80
Mês 10	R\$ 33.472,80
Mês 11	R\$ 33.472,80
Mês 12	R\$ 33.472,80
Ano 1	R\$ 401.673,60



5.10 - Custos de mão-de-obra

	Nº	Salário Mensal	Sub-Total	Encargos Sociais	Total
Chapeiro	2	R\$ 1.300,00	2.600,00	R\$ 713,00	R\$ 3.313,44

5.11- Custos com Depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$ 18.911,23	10,00	R\$ 1.891,12	R\$ 157,59
EQUIPAMENTOS DE PROCESSAMENTO DE DADOS (INFORMÁTICA)	R\$ 6.938,40	5,00	R\$ 1.387,68	R\$ 115,64
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	R\$ 6.310,78	10,00	R\$ 631,08	R\$ 52,59
Total	R\$ 32.160,41		R\$ 3.909,88	R\$ 325,82

5.12 - Custos Fixos Operacionais Mensais

Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 5.000,00
Água	R\$ 2.000,00
IPTU	R\$ 0,00
Energia elétrica	R\$ 3.500,00
Telefone + internet	R\$ 200,00
Honorários do contador	R\$ 500,00
Pró-labore	R\$ 6.000,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 500,00
Salários + encargos	R\$ 3.313,44
Material de limpeza	R\$ 300,00
Material de escritório	R\$ 200,00
Taxas diversas	R\$ 0,00
Serviços de terceiros	R\$ 150,00

Depreciação	R\$ 325,82
Contribuição Empreendedor Individual	R\$ 0,00
Outras taxas	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 21.989,26

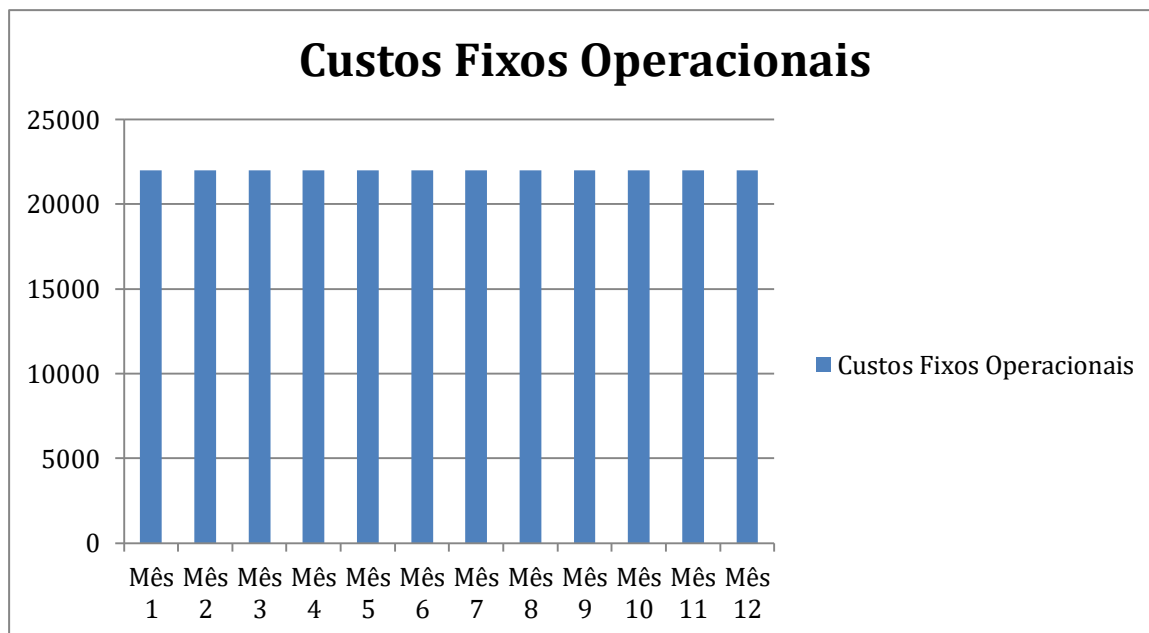
Projeção dos Custos:

(x) Sem expectativa de crescimento

() Crescimento a uma taxa constante: 0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses 0,00 % ao ano a partir do 2º ano.

() Entradas diferenciadas por período

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 21.989,26
Mês 2	R\$ 21.989,26
Mês 3	R\$ 21.989,26
Mês 4	R\$ 21.989,26
Mês 5	R\$ 21.989,26
Mês 6	R\$ 21.989,26
Mês 7	R\$ 21.989,26
Mês 8	R\$ 21.989,26
Mês 9	R\$ 21.989,26
Mês 10	R\$ 21.989,26
Mês 11	R\$ 21.989,26
Mês 12	R\$ 21.989,26
Ano 1	R\$ 263.871,12



5.13 - Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 66.580,50	R\$ 844.407,39	107,84
(-) Simples Nacional	R\$ 5.021,00	R\$ 61.392,00	7,84
(=) Receita Líquida	R\$ 61.559,50	R\$ 783.015,39	100
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos de Porções/Bebidas	R\$ 33.290,25	R\$ 399.483,00	
2.2 (-) Propaganda e Publicidade	R\$ 1.997,42	R\$ 23.969,04	
2.3 (-) Taxa de Administração Cartão de Crédito	R\$ 838,91	R\$ 10.066,92	
Total de custos Variáveis	R\$ 36.126,58	R\$ 458.175,33	58,51
3. Margem de Contribuição	R\$ 27.070,00	R\$ 324.840,06	41,49
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 21.989,26	R\$ 263.871,12	37,33
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 5.080,74	R\$ 60.968,94	4,19

Período	Resultado
Mês 1	R\$ 3.443,66

Mês 2	R\$ 3.731,22
Mês 3	R\$ 4.020,80
Mês 4	R\$ 4.314,46
Mês 5	R\$ 4.610,22
Mês 6	R\$ 4.910,12
Mês 7	R\$ 5.213,20
Mês 8	R\$ 5.519,48
Mês 9	R\$ 5.828,99
Mês 10	R\$ 6.141,75
Mês 11	R\$ 6.457,82
Mês 12	R\$ 6.777,23
Ano 1	R\$ 60.968,94



5.14 - Indicadores de Viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 685.921,32
Lucratividade	7,22 %
Rentabilidade	88,15 %
Prazo de retorno do investimento	1 anos e 2 meses

6 - Construção de Cenário

6.1- Ações preventivas e corretivas

Receita Anual (pessimista) = 20,00 %

Receita Anual (otimista) = 20,00 %

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita Líquida	R\$ 783.015,39	100,00	R\$ 626.412,31	100,00	R\$ 939.618,47	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos de Porções/Bebidas	R\$ 422.203,70		R\$ 337.762,96		R\$ 506.644,44	
2.2 (-) Propaganda e Publicidade	R\$ 25.332,22		R\$ 20.265,77		R\$ 30.398,66	
2.3 (-) Taxa de Administração Cartão de Crédito	R\$ 10.639,41		R\$ 6.104,50		R\$ 12.767,29	
Total de Custos Variáveis	R\$ 458.175,33	58,51	R\$ 366.540,26	58,51	R\$ 549.810,40	58,51
3. Margem de contribuição	R\$ 324.840,06	41,49	R\$ 259.872,05	41,49	R\$ 389.808,07	41,49

4. (-) Custos fixos totais	R\$ 263.871,12	33,70	R\$ 263.871,12	42,12	R\$ 263.871,12	28,08
Resultado Operacional	R\$ 29.607,52	7,79	R\$ -3.999,07	-0,64	R\$ 125.936,95	13,40

Ações corretivas e preventivas:

É sempre melhor prevenir do que corrigir, embora tenha situações que fogem do controle. A prevenção para que o cliente não troque pelo concorrente é fazer ele se sentir importante para a empresa, isso inclui seguir uma metodologia de preços aceitável, eficiência no atendimento e qualidade nos produtos, esses podem ser considerados os três principais pilares para esperar um cenário otimista. Sempre tratar o consumidor com cordialidade, agregando valor ao cliente um exemplo seria criar regularmente promoções para atrair público, manter uma boa comunicação entre a equipe de colaboradores.

Se caso a prevenção não funcionar é muito importante corrigir a situação, chamar o cliente de volta, sempre interagir nas mídias sociais pra saber o que pode ser melhorado ou corrigido na empresa, aumentar mais a criação de publicidade, orientar a equipe em caso de falhas coletivas ou individuais entre outros.

7 - Avaliação estratégica

7.1- Análise da matriz F.O.F.A

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	FORÇAS - Produto de Qualidade - Preço Competitivo - Localização - Atendimento Eficiente - Ambiente agradável	OPORTUNIDADES - Queda no preço de insumos; - Diminuição de tributos fiscais; - Localidade; - Aumento salarial do consumidor;

	<ul style="list-style-type: none"> - Liberdade para o cliente montar o produto final - Tecnologia Inteligente no atendimento - Economia de Salarios - Higiene do Local 	<ul style="list-style-type: none"> - Qualidade dos insumos; - Aprimoramento da tecnologia; - Expansão de marketing.
PONTOS FRACOS	<p>FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de experiencia na administração; - Possível instabilidade de fornecedor; - Aumento no preço do produto final; - Numero pequeno de colaboradores; - Investimento baixo em publicidade; - Possível demora na entrega de delivery; - Manutenção de equipamentos. 	<p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrada de novos concorrentes; - Aumento nos preços de produtos alimentícios; - Impostos mais altos; - Mudança na fiscalização; - Plagio dos nossos diferenciais; - Mudanças de hábitos alimentares; - Mudanças climáticas.

Ações:

PLANO						
OBJETIVO: Implementação do sistema de pedidos de produtos						
META: Trazer uma nova experiencia aos consumidores, consequentemente fidelizando clientes						
RESPONSAVEL GERAL						
O Quê?	Quem?	Quando?	Quanto?	Por Quê?	Onde?	Como?
Compra de equipamentos tecnológicos: 15 tablets, 2 Computadores, 2 Kit Sat, taxa de implementação do software	Rafaela (Responsavel pelo setor de compras da empresa).	Imediato	R\$ 7.000,00	Entregar ao cliente uma nova experiencia, gerando conforto e praticidade	Bairro Centro de Andradas - MG	Após realizar a cotação dos equipamentos em busca do melhor preço, vai ser implantado o sistema com acompanhamento de um técnico

Aproveitar Oportunidades, Enaltecer as forças. Diminuir as Fraquezas, Prevenir as ameaças.

7.2 - 5 Forças de Porter

Qual a rivalidade entre as concorrentes ?

Preço, localidade.

Quais são os produtos e serviços substitutos?

São algumas opções de produtos substitutos como por exemplo, porções de fritas substituindo o produto principal que é o hambúrguer tradicional ou até mesmo variedades na montagem de lanche, fugindo um pouco de regra, um sistema de alarmes também iria substituir um vigilante físico.

Qual o poder da barganha dos fornecedores?

Se um fornecedor de bebida, por exemplo, a Coca Cola nos obrigar a ter exclusivamente a venda desses produtos, o fornecedor vai se beneficiar, pois só iremos comprar exclusivamente dele e vender apenas sua marca.

Como evitar/atrapalhar a entrada de novos concorrentes?

Acreditamos primeiramente que a qualidade dos produtos e a maneira diferenciada no atendimento já são pontos positivos nessa questão, ou seja, fazer a captação do cliente para que sempre sintam confiança e satisfação nos produtos e não acabarem migrando para a concorrência.

Outra questão seria a parceria com fornecedores para conseguir exclusividade em preços, em demanda esse cenário dificultaria a vida da concorrência.

Qual o poder de barganhas dos clientes?

Caso nossos concorrentes plantem seus próprios produtos, terão um custo menor na fabricação do lanche, além da qualidade se diferenciar, irão pagar mais barato no produto.

Qual sera o posicionamento competitivo da sua empresa?

Produto de qualidade, interação nos canais de comunicação, localização privilegiada, tecnologia no atendimento. O publico alvo são adultos e crianças, prezando sempre pela qualidade dos produtos. Um exemplo seria as verduras, legumes e frutas sem agrotóxicos.

7.3 - Fatores Críticos

Produtos de Qualidade: Trabalhar sempre com insumos de melhor qualidade, como por exemplo, produtos de hortifruti totalmente orgânicos.

Atendimento Eficaz: Proporcionar uma nova experiência aos clientes com um atendimento diferenciado utilizando o auxílio da tecnologia.

Fidelização de Clientes: Criar tickets de descontos em compras para o clientes agregando valor ao mesmo

Delivery: Eficiencia na entrega do pedido no conforto da residência do consumidor

Ambiente Agradavel: local confortavel e intuitivo

Preço Competitivo: Valores atrativos para o consumidor, com competitividade de mercado.

Confiabilidade: atender todas as normas técnicas de segurança transmitir confiança ao cliente.

7.4 – 5W2H

Objetivo: Venda de Produtos

Meta: Fidelizar clientes através da venda dos produtos de qualidade.

What (O que sera feito?)

Hambúrgueres artesanais de qualidade, porções de batata com cheedar e bacon, revenda de sorvetes e bebidas alcoolicas e nao alcoolicas

Why (Porque?)

Para atender o consumidor mais exigente, com rapidez, eficiência, qualidade e sabor. Visando uma oportunidade de mercado na cidade de Andradas - MG

Who (Quem?)

Os hambúrgueres e as porções vão ser feitos pelos Chapeiros Profissionais.

Where (Onde?)

Na Cozinha Industrial da Hamburgueria Home Burger's.

When (Quando?)

De terça a domingo incluindo vésperas de feriado

How (Como?)

Os insumos serão muito bem selecionados pela responsável do setor e sócia da empresa Noely Lopes, higienizando e separando o peso corretamente de cada insumo para então ser entregue para o chapeiro Profissional, onde vai achar o ponto exato de cozimento para enfim ser entregue para o consumidor final.

How Much (Quanto Custa?)

Cada lanche terá um custo diferente, com base no valor e peso de cada insumo utilizado, com uma margem média de 100% de lucro, por exemplo, o Hambúrguer Artesanal Tradicional, terá um custo de R\$ 8,00 com base no valor dos insumos.

8 - Avaliação do Plano

8.1- Análise do Plano

O plano de negócio foi elaborado para guiar a abertura desse novo negócio e o mais importante, orientar sobre qualquer mudança no caminho da empresa, seja positiva ou negativa, o plano também poderia apresentar sua viabilidade para investidores, que não é o caso pois os recursos para começar o empreendimento vão ser próprios dos sócios.

Analisando o plano, concluímos que o negócio é viável mas vale algumas ressalvas:

No primeiro ano do empreendimento o lucro vai ser pequeno pois pode levar certo tempo até os consumidores comprarem a ideia desse novo modelo de negócio, seria um período de migração, é importante destacar a fidelização dos clientes nesse primeiro ano, para nos próximos anos projetar um cenário mais rentável.

Foram considerados os impostos e encargos, além de se projetar um cenário pessimista para as receitas. Os sócios estão dispostos a investir recursos próprios para o empreendimento, pois acreditam nessa oportunidade de negócio que sem dúvida será



CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS

uma grande novidade em cidades do interior, pode muito bem ser o início de uma era nova no segmento de lanchonetes, o potencial é enorme se trabalhado da maneira.

Já foram elaboradas estratégias para reverter um cenário negativo isso sem duvida traz estabilidade e segurança para desenvolver o projeto.

9 - Referências

Documentação Exigida disponível

em: http://www.pmpf.rs.gov.br/servicos/geral/files/portal/documentacao_vigilancia_sanitaria, Acesso em: 27/05/2019

Registro da Empresa disponível

em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/passo-a-passo-para-o-registro-da-sua-empresa_665cef598bb74510VgnVCM1000004c00210aRCRD, Acesso em: 27/05/2019

Plano de Negócios análise disponível

em: <https://administradores.com.br/artigos/plano-de-negocios-e-analise-de-viabilidade>, Acesso em: 21/05/2019

5 Forças de Porter disponível

em: <https://www.siteware.com.br/metodologias/analise-das-5-forcas-de-porter/>, Acesso em: 21/05/2019

Análise 5W2H disponível em: <https://klickpages.com.br/blog/5w2h-o-que-significa/>, Acesso em: 23/05/2019