



eteccamp
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE CAMPO LIMPO PAULISTA



SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

ETEC DE CAMPO LIMPO PAULISTA
ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL
DE TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

DOUGLAS DA SILVA CAMARGO
GABRIEL DE JESUS CASTRO CARRENHO
LAYS DE ARAÚJO COSTA

ESTUDO DE VIABILIDADE – HAMBURGUERIA TEMÁTICA
SAZONAL

Campo Limpo Paulista - SP
Dez, 2024



eteccamp
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE CAMPO LIMPO PAULISTA



SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

DOUGLAS DA SILVA CAMARGO
GABRIEL DE JESUS CASTRO CARRENHO
LAYS DE ARAÚJO COSTA

ESTUDO DE VIABILIDADE – HAMBURGUERIA TEMÁTICA SAZONAL

Trabalho de conclusão de Curso apresentado do curso de Administração da Etec de Campo Limpo Paulista, como requisito obrigatório para obtenção do título de técnico em administração sob orientação do Prof.^a. Fernanda de Moraes Rossi Affonso e Prof. Maurício Ferreira.

Campo Limpo Paulista - SP
Dez, 2024



etecamp
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE CAMPO LIMPO PAULISTA



SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

DOUGLAS DA SILVA CAMARGO
GABRIEL DE JESUS CASTRO CARRENHO
LAYS DE ARAÚJO COSTA

ESTUDO DE VIABILIDADE – HAMBURGUERIA TEMÁTICA SAZONAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à EteCamp – Etec de Campo Limpo Paulista, do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito parcial para a obtenção da habilitação profissional de Técnico de Nível Médio em Administração sob a orientação dos Professores Fernanda de Moraes Rossi Affonso e Maurício Ferreira.

**Orientadores: Prof^a Fernanda M. R. Affonso
e Prof. Maurício Ferreira**

Prof. André Antônio Zanatto

Prof. Marcelo Macrino dos Santos

Campo Limpo Paulista - SP

Dez, 2024



DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho aos nossos pais e familiares que nos apoiaram desde o início do curso e nos deram forças para continuar até o fim.

AGRADECIMENTOS

Todos os responsáveis pela excelência na organização para estrutura do TCC na Etec de Campo Limpo Paulista, em especial professores, Aneli Monteoliva Zanella, Maurício Ferreira, Fernanda de Moraes Rossi Affonso, André Antonio Zanatto e Janaína Priscila Rodrigues Firmino. À direção por organizar a estrutura e a infraestrutura de todo âmbito escolar e todos os companheiros que contribuíram de alguma forma para realização do trabalho.

Aos nossos pais que contribuíram com paciência e investiram seu tempo para nos auxiliar em momentos difíceis durante todo o período escolar: Geane da Silva, Claudete Spnassi Camargo, Alexandre de Jesus Carrenho e Maria Amélia Castro Wanderley Carrenho.



EPÍGRAFE

“Eu gosto do impossível porque lá a
concorrência é menor”.
Walt Disney

RESUMO

A ideia de negócio, alvo desta investigação, é de uma hamburgueria temática sazonal (Temporal Lanches). Trata-se de uma hamburgueria temática que personaliza seus lanches, porções e sobremesas de acordo com a temática escolhida, e que muda conforme o tempo seus temas, ambientação e cardápio de forma sazonal.

O problema trabalhado se dá principalmente pela falta de inovação no setor de restaurantes e similares no qual as hamburguerias se encaixam, pelo crescente do setor nos pós pandemia e pelas vertentes que a pandemia também deixou, incluindo os altos índices de uso do serviço de delivery.

Este trabalho foi realizado com base em pesquisas bibliográficas, visita técnica em uma hamburgueria real, pesquisas de campo e mercado, pesquisa de opinião junto à potenciais consumidores e análises no geral do mercado externo e interno.

Ao realizar este trabalho concluímos que a hamburgueria temática sazonal é uma empresa com uma proposta inovadora, porém o custo para a implementação é elevado, e por isso pode ser inviável se não houver investimento inicial alto para suprir estes custos.

Palavras-chaves: Hamburgueria temática sazonal. Inovação. Investimento inicial.

ABSTRACT

The seasonal themed burger restaurant (Temporal Lanches) is a themed burger restaurant that customizes its snacks, portions and desserts according to the chosen theme, and that changes its themes, ambiance and menu seasonally.

The problem addressed is mainly due to the lack of innovation in the restaurant and similar sector in which hamburger restaurants fit in due to the growth of the sector after the pandemic and the aspects that the pandemic also left behind, which was the high orders for delivery.

This work was carried out based on bibliographical research, a technical visit to a real hamburger restaurant, field and market research, and general analysis of the external and internal market).

When carrying out this work, we concluded that the seasonal themed burger restaurant is a company with an innovative proposal, however the cost of implementation is high, and therefore it may be unfeasible if there is no high initial investment to cover these costs.

Keywords: Seasonal themed burger restaurant. Innovation. Initial investment.

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO	13
2. OBJETIVOS	14
3. QUESTÃO-PROBLEMA.....	15
3.1 A implementação de uma hamburgueria temática é viável?	15
4. HIPÓTESE	16
5. Referencial Teórico	17
6. METODOLOGIA.....	19
6.1 Pesquisa secundária.....	19
6.2 Pesquisa Primária	20
6.3 Plano de negócios.....	28
6.3.1 Plano de marketing	28
6.3.2 Plano operacional	31
6.3.3 Plano de Recursos Humanos	51
6.3.4 Plano Financeiro	63
7.RESULTADOS	74
8.CONSIDERAÇÕES FINAIS	75
REFERÊNCIAS.....	77
APÊNDICE.....	81

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta o estudo de viabilidade para elaboração de uma lanchonete temática com eventos sazonais.

A nossa ideia de negócio, Temporal Lanches, uma lanchonete dedicada a diversas variedades de produtos por meio da sazonalidade de eventos, funciona como uma lanchonete tradicional, porém com um diferencial, oferecer o serviço de consumo de nossos produtos em um mundo totalmente diferente do habitual. A ideia é mergulhar os clientes em uma experiência de diversos universos fictícios para o consumo se tornar apenas uma consequência do serviço oferecido.

A cada três meses troca-se a temática da lanchonete, mas não por completo, ou seja, adicionando subtemas relacionado ao tema interior. Exemplo, tema central: Espaço, subtema 3 meses: Astronauta, subtema depois dos 3 meses: planeta Terra.

O motivo no qual foi proposto esse tema, foi exclusivamente pela falta de inovação no setor alimentício, segmentado no ramo de hamburguerias. Esse ambiente além do motivo principal que é o lugar onde as pessoas comem, é também um momento de descontração e as hamburguerias atuais pecam nesse sentido. Por isso a ideia de uma lanchonete que oferece muito mais do que a próprio consumo.

Este trabalho é fruto da experiência vivida por nós alunos da Etec de Campo Limpo Paulista, e tem como base conhecimentos adquiridos e aplicados como técnicos em administração. Ao decorrer dos 3 anos como alunos do ensino médio técnico, ganhamos a habilidade de colocar nossos conhecimentos teóricos em prática e realizar uma pesquisa de viabilidade de um setor real e argumentar sobre.

Testamos está ideia com uma visão empreendedora de um negócio, analisando as vertentes do mercado e aplicamos com a metodologia do plano de negócios.

2. OBJETIVOS

Nesta pesquisa temos como principal objetivo analisar a viabilidade de uma hamburgueria temática e como implanta-la na região de Jundiaí-SP.

Para elaboração da implementação realizamos as seguintes questões: comportamento dos clientes em relação a proposta, análise do ambiente, estrutura e infraestrutura adequada.

3. QUESTÃO-PROBLEMA

3.1 A implementação de uma hamburgueria temática é viável?

Há por parte do grupo de autores uma percepção incomoda de falta de inovação no segmento de hamburgueria com entretenimento, principalmente na região onde o estudo de localização é proposto. E com análises através da metodologia o grupo identificou a falta de inovação e de hamburguerias com propostas diferentes dos habituais, levando a discussão de ideias para o tema proposto.

Utilizando metodologias de análise e experimentação, analisaremos a viabilidade de forma adequada do ponto de vista do gestor administrativo. Para isso utilizamos questões para guia da pesquisa que seriam eles: As dificuldades para implementação de uma lanchonete, a visão do público consumidor a respeito de uma lanchonete temática, as melhores metodologias de planejamento para o empreendimento e as dificuldades do empreendedor para organizar sua ideia de negócio e fazer as escolhas corretas de investimento.

Com base nessas questões realizaremos as pesquisas para responder esta questão problema, afim de identificar a viabilidade de uma hamburgueria e aplicar nosso conhecimento como técnico em administração

4. HIPÓTESE

A hamburgueria Temática Sazonal, uma vez aplicada da maneira correta, resolveria a falta de interesse dentro das lanchonetes, levando os clientes a, além de buscarem um lanche que o satisfaça do ponto de vista alimentar, buscarem uma nova experiência sempre que pensar em nosso estabelecimento.

O setor de restaurantes e similares sempre está se adaptando às novas tendências do mercado, assim a inovação no setor se faz necessária. No Brasil já existem diversos restaurantes temáticos, cada um deles para um público específico, e, grande parte da população vai a esses restaurantes apenas uma vez, muito por falta de interesse no tema, mas também por um “cansaço” do mesmo. A ideia de um restaurante Temático e Sazonal une a inovação afim de trazer os consumidores para o novamente para o presencial com o pensamento do Sazonal sempre mudar, ou seja, o consumidor visitará um estabelecimento diferente a cada visita, logo o cliente não cansará do temático e, caso não goste do tema, depois virá um tema que goste. Nesse pensamento, a sazonalidade faz com que o restaurante fidelize os clientes, além de trazer novos.

5. Referencial Teórico

5.1 Potencial Mercado

5.1.1 O Setor de Alimentação Coletiva no Pós Pandemia

A Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou, no início do ano de 2020, um alerta emergencial, com relação à contaminação do vírus SARS-CoV-2, popularmente conhecido como corona vírus. Com o avanço da pandemia, diversos lugares do planeta iniciaram um programa de interrupção de atividades coletivas, incluindo as atividades de restaurantes e similares. Monteiro, Henriques e Garcia (2021) realizaram um estudo relacionando a organização e a gestão do setor de alimentação coletiva no Pós-Covid 19. Os autores citaram a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2017-2018, onde constou-se que do total das despesas com alimentação das famílias brasileiras, cerca de 33,9% é dedicado às refeições fora do domicílio.

5.1.2 Previsão e Expansão do Mercado

Ingrid Devisate, diretora-executiva do Instituto Foodservice Brasil (IFB) afirmou que o mercado de restaurantes e similares tornará a crescer 7,5% a partir do ano de 2023, podendo repetir o que ocorreu entre os anos de 2011 e 2019. Além disso, uma pesquisa realizada pela Associação Nacional de Restaurantes (ANR) aponta que o setor de Restaurantes e Similares, que inclui as lanchonetes e hamburguerias, obteve um aumento de cerca de 53% nos últimos dois anos.

5. 2 Diferencial Temático

5.2.1 Diferenciais em Restaurantes afim de Atrair o Público

Empresas no ramo de restaurantes e similares sempre passam por renovações, seja para atração de mais consumidores ou pelo cansaço do mercado. Em decorrência da pandemia do Covid-19, houve um aumento do uso da modalidade do *delivery*, onde, atualmente, uma empresa que não utiliza da modalidade se encontra em desvantagem se comparado à aquelas que aderiram ao sistema de compra. “Com a restrição de circulação e o fechamento de estabelecimentos, muitas

peessoas passaram a utilizar serviços de entrega para obter alimentos, produtos e serviços, resultando em um aumento significativo na geração de lixo” (Andrade, 2023).

Assim como tentativa para trazer de volta o consumo no local, foi idealizado um modelo de restaurante temático, uma Hamburgueria Temática. A diretora-executiva do Instituto Foodservice Brasil (IFB) disse que o consumidor, apesar de ter gostado do delivery, quer voltar a frequentar presencialmente os restaurantes. “Além de satisfazer o paladar dos clientes [...] trazer um ambiente agradável para reunir os amigos e a família para desfrutar de bons momentos” (Kruger, et al, 2023), os autores ressaltam a volta do público para o consumo presencialmente numa hamburgueria temática.

5.2.2 Aumento do Uso de Aplicativos *Delivery* Durante e Após a Pandemia

“A chegada da pandemia do Covid-19 potencializou a consolidação dos diversos aplicativos de entregas pela sociedade em geral. [...] consumidores, impossibilitados de frequentarem presencialmente os restaurantes, optaram pela praticidade dos aplicativos de *m-commerce*.” (Menighini, et al, 2021). Os autores analisam que a chegada da pandemia do Covid-19 potencializou e consolidou os aplicativos de entregas pela sociedade, onde o serviço tornou-se fundamental para que os restaurantes e similares estejam ligados aos consumidores, mesmo após o fim da pandemia, já que o uso do *delivery* ainda é alto.

6. METODOLOGIA

Neste capítulo abordaremos os caminhos nos quais percorremos para execução da pesquisa do trabalho, ou seja, métodos utilizados para realização da coleta de dados e estratégias traçadas.

6.1 Pesquisa secundária

Para inicializar os estudos de viabilidade de uma hamburgueria temática recorreremos a fontes de diversos sites de hamburguerias através do Google, também nos inspiramos em outros TCC's da própria Etec de Campo Limpo Paulista e realizamos uma visita técnica em uma hamburgueria temática chamada "theGeek". Nos aprofundamos no assunto e estruturamos uma ideia com base nas informações coletadas.

A partir desse gancho, conseguimos avançar os próximos passos como a criação de modelos, afim de coletar dados reais para índices concretas. Este capítulo apresentará uma revisão sobre as questões que envolvem as hamburguerias no setor alimentício e também fatores que incluam sua ambientação no segmento de restaurantes e similares.

Entende-se que as hamburguerias no segmento de restaurantes e similares vem crescendo gradativamente principalmente com o fator pós pandemia do vírus covid-19 onde houve a quarentena em que impossibilitava as pessoas de sair de casa.

De acordo com uma pesquisa do IGA (Instituto de Gastronômico das Américas) existem aproximadamente 300 restaurantes especializados em hambúrgueres em São Paulo. Ao analisarmos alguns sites no qual eles são: (VIPZINHO, METRO NEWS JORNAL e O SEGREDO DAS HAMBURGUERIAS). Existem em torno de 20 a 30 hamburguerias ou restaurantes especializados em hamburguerias em São Paulo, um número que representa menos de 10% em relação ao número de hamburguerias existentes no estado.

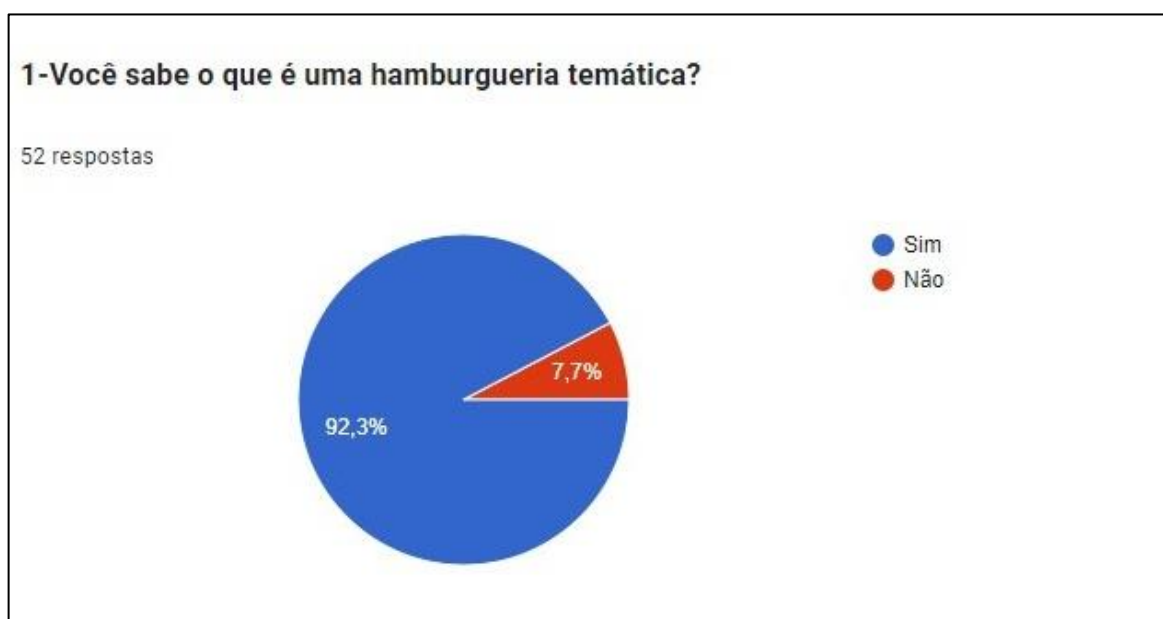
Com estes fatores, No Brasil, segundo dados da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), o número de usuários de aplicativos de delivery cresceu de 30,4% em 2019 para 54,8%

em 2021, um aumento de 24% em apenas dois anos. Com esta vertente o uso de delivery é essencial para qualquer tipo de empresa no setor alimentício.

Ao pesquisarmos estas hamburguerias observamos a falta de elementos que diferenciavam elas umas das outras. E com essa ausência de diferenciação conseguimos entender um fator crucial no ramo de hamburguerias no setor alimentício. A viabilidade para implementação se dá principalmente pela forma de como iremos aplicar a estrutura temática e como alterá-la de forma sazonal.

6.2 Pesquisa Primária

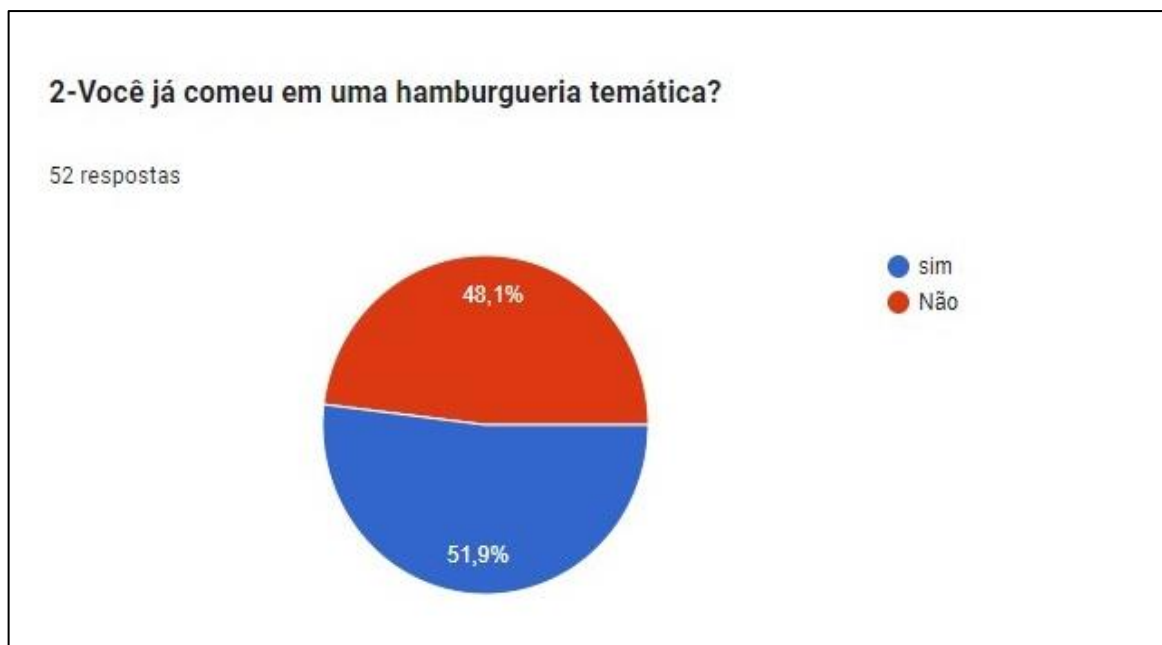
Através da pesquisa primária conseguimos coletar dados de uma fonte original e com isso realizamos pesquisa qualitativa e quantitativa. Esta metodologia visou entender opiniões a respeito do segmento escolhido para desenvolver nossa ideia de negócio bem como identificar características próprias de consumo de potenciais clientes. O questionário online foi disponibilizado por meio do Google Forms.



Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

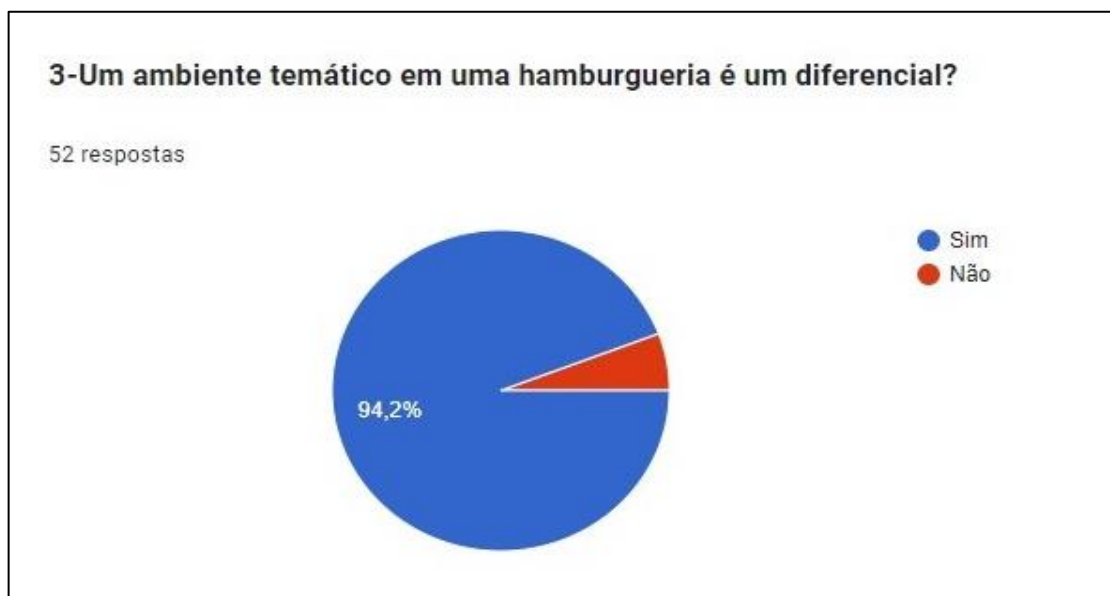
Realizamos esta pergunta para entendermos se a dor do cliente que queremos sanar, condiz com a ideia de negócio que queremos testar. Obtivemos um retorno expressivo, cerca de 92,3% das 52 respostas sabem o que é uma hamburgueria temática e apenas 7,7% não sabem. Isso nos mostra que nossos clientes sabem com

que estão lidando, por tanto nossa abordagem tem que impressionar de uma forma que as outras que eles conhecem não façam.



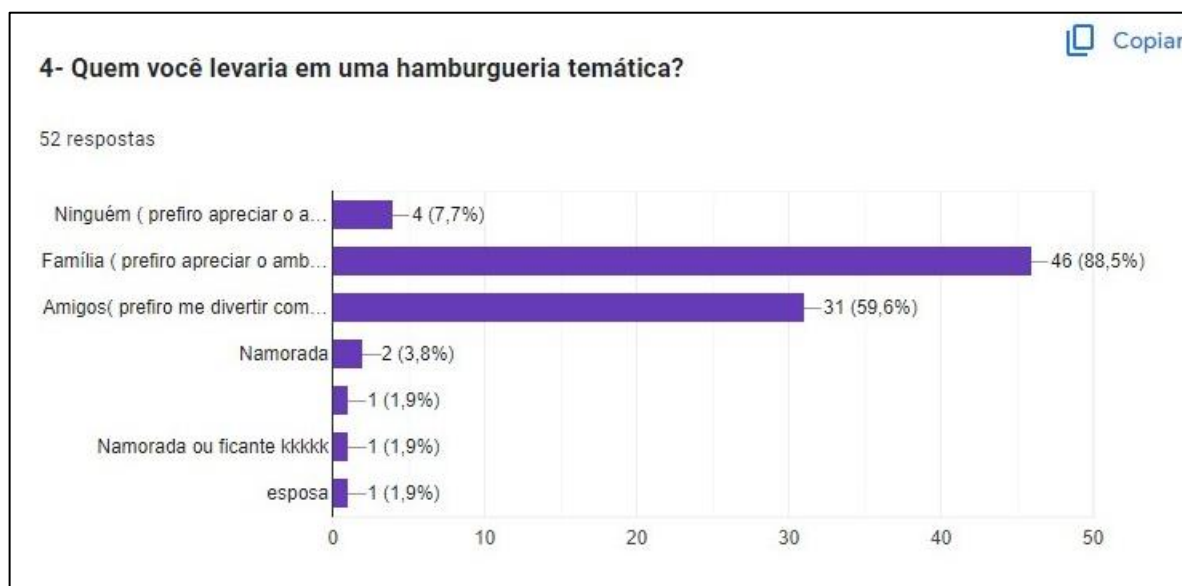
Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Com está pergunta, identificamos que a maioria que conhece nunca comeu em uma, mostrando que eles não possuem um padrão de qualidade, que nos fortalece para não investir de uma maneira exacerbada no início da empresa. Os dados mostraram que 51,9% já comeram e 48,15% não.



Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Com esta pergunta identificamos que cerca de 94,2% das pessoas consideram um diferencial, ou seja, comprova que há algo que a hamburgueria normais estão pecando, pois identificam que a temática é algo a mais. E cerca de 5,8% não consideram.



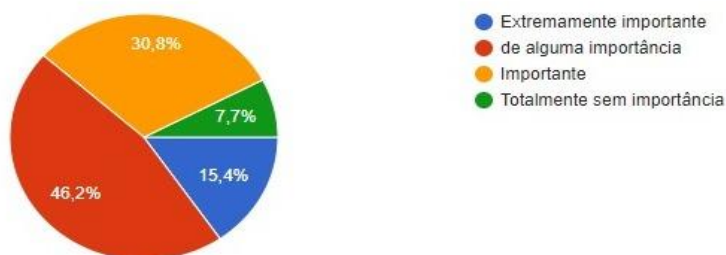
Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Com esta pergunta conseguimos entender o tipo de comportamento de potenciais clientes e suas escolhas. A pesquisa mostra que 88,5% prefere levar a família no ambiente.

Isso nos remete a uma abordagem de aspectos familiares no ambiente, relativos ao tamanho do espaço físico, das mesas etc.

5- Para você, a temática em um ambiente alimentício é:

52 respostas

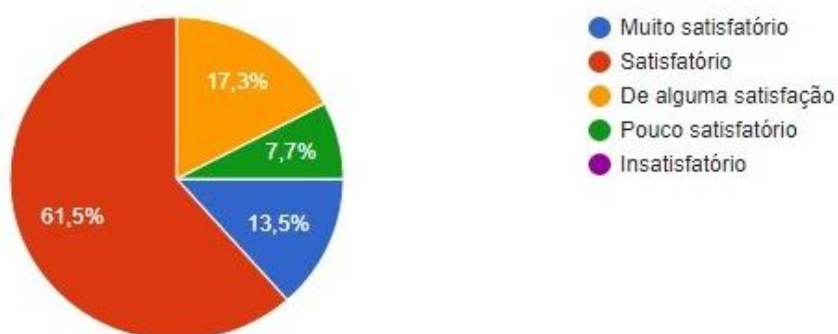


Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Aqui tentamos classificar as respostas por grau de importância, para observar o que os clientes pensam a respeito do modelo de negócio, hamburgueria temática. Aqui não tivemos um resultado favorável. No quesito importância o que se destacou foi que a temática em uma hamburgueria é de alguma importância, mostrando que a temática contribui para algo. A prevalência foi “de alguma importância” 46,2%.

6- Para você, das hamburguerias que frequenta, qual o nível da sua satisfação:

52 respostas



Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Nesta pergunta tínhamos o intuito de observar o grau de satisfação do cliente com as hamburguerias que já frequentam. Os dados mostraram que 61,5% estão satisfeitas com as que frequentam, ou seja, nos sinaliza que é necessário criar um diferencial além do que o mercado já oferece.

7- De acordo com a resposta da questão 6, qual seria o motivo?

52 respostas

Bom lanche
Sabor da comida e experiência no local.
Qualidade do alimento
Por ser uma hamburgueria comum
em sua maioria, em relação ao atendimento e a qualidade do produto não me satisfazem totalmente, porém não é algo horrível
Parece que sempre falta algo
Comida boa, qualidade de produtos e rapidez na entrega.
A comida e o atendimento serem bons. Assim como o ambiente.

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Esta pergunta foi referente a questão anterior, afim de identificar qual razão da insatisfação ou satisfação. Preferimos manter as respostas mais importantes em destaque, sem gerarmos gráficos, mantendo a originalidade das expressões. Porém podemos notar que nas respostas que se repetem, **a maioria se posiciona em cima dessas devolutivas destacadas: Qualidade do Lanche e Atendimento.** (Confira a tabela de perguntas qualitativas no Apêndice do trabalho).



Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Com esta pergunta conseguimos identificar quais seriam os temas dentro da hamburgueria que os potenciais clientes gostariam de ver. Conseguimos classificar quatro melhores: Desenhos Animados, Espaço, Mitologia e Heróis. (Confira a tabela de perguntas qualitativas no Apêndice do trabalho).

9- De uma sugestão de temática.

52 respostas

Medieval
décadas
Mitologia Grega, Aliens, Percy Jackson
Filmes da Disney
Tradições de estado
de algum filme, série (stranger things, por exemplo)
Hip-Hop OldSchool 90's
Animes e cosplays
Astrologia. Exemplo: um drink equivalente ao signo de cada mês

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Com esta pergunta conseguimos identificar as temáticas que os potenciais clientes gostariam de ver. Nesta imagem, apenas uma amostra. Confira a tabela de perguntas qualitativas no Apêndice do trabalho. Destacaram-se: Desenhos Animados, Espaço Sideral e Heróis.

Qual a 10 - primeira palavra que vem à sua mente quando ouve o termo hamburgueria temática?

7 respostas

Curiosidade
Ok
Divertido
Alegria
Muito bom por exemplo comer o melhor amburgue do Harry poter
👍
Hamburguer

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Com esta pergunta conseguimos identificar as percepções que os potenciais clientes despertam em suas mentes quando provocados sobre o tema “hamburgueria temática”. Nesta imagem, apenas uma amostra. Confira a tabela de perguntas qualitativas no Apêndice do trabalho. Destacaram-se: Curiosidade; Diversão; Descontração; Alegria; Amigos.

11 - Qual a primeira palavra que vem à sua mente quando ouve o termo LANCHES temáticos?

Lanches coloridos e com personalidade

a mesma resposta anterior

Formas

Lanches com sabores diferentes e estilos

lanches diferentes, o lanche com a "personalidade" do desenho ou filme, que lembre exatamente o que ele quer representar

Lanches coloridos

Bandeiras, decoração de pratos, etc.

Desenhos

Um lanche mas com alguma embalagem de um personagem específico.

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

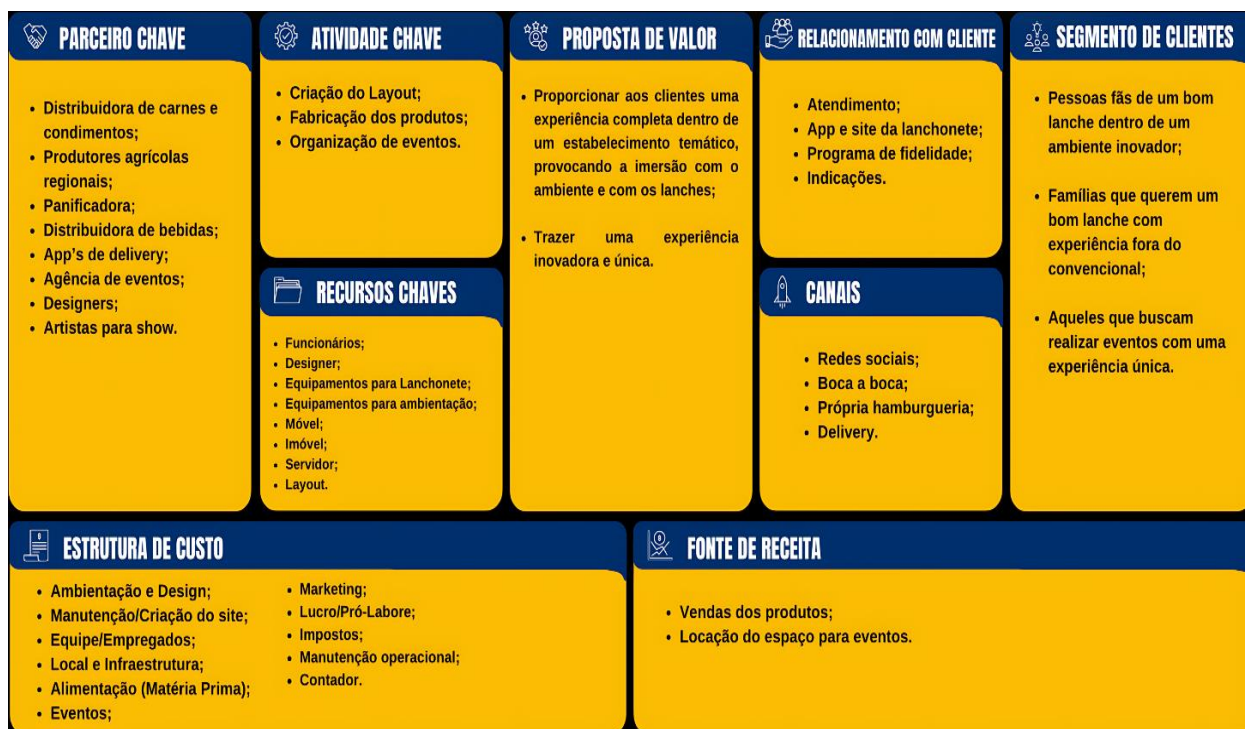
Com esta pergunta conseguimos identificar as percepções que os potenciais clientes despertam em suas mentes quando provocados sobre o tema “LANCHES TEMÁTICOS”. Nesta imagem, apenas uma amostra. Confira a tabela de perguntas qualitativas no Apêndice do trabalho. Destacaram-se: Lanches Coloridos; Embalagens personalizadas; Sabores diferentes; Decorações no Prato; Formatos diferentes.

6.3 Plano de negócios

6.3.1 Plano de marketing

O Plano de Marketing prevê a apresentação do mercado onde a empresa está inserida, dos produtos e, conseqüentemente, seus preços, estratégias de promoção e distribuição (praça), ele irá abordar também estratégias de como analisar o público ambiente, como foi feito a logo, 4p's do marketing, Forças de Porter, análise S.W.O.T, T.O.W.S e justificação de preço.

Aqui mapeamos o negócio e formamos estratégias para implementar em todo o negócio. Sem o plano de marketing fica impossível analisar e como se inserir no mercado.



Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

OBS PMF: SUGIRO MELHORAR ESTA IMAGEM DO CANVAS, OU COLOCA-LA EM POSIÇÃO DEITADA NA FOLHA, MESMO QUE ELA TOME UMA FOLHA INTEIRA. É IMPORTANTE PODER LER.

6.3.1.1 Plano Estratégico

O Plano Estratégico é composto por análises que envolvem a Missão, a Visão e os Valores da empresa, a análise dos ambientes de negócios (interno e externo).

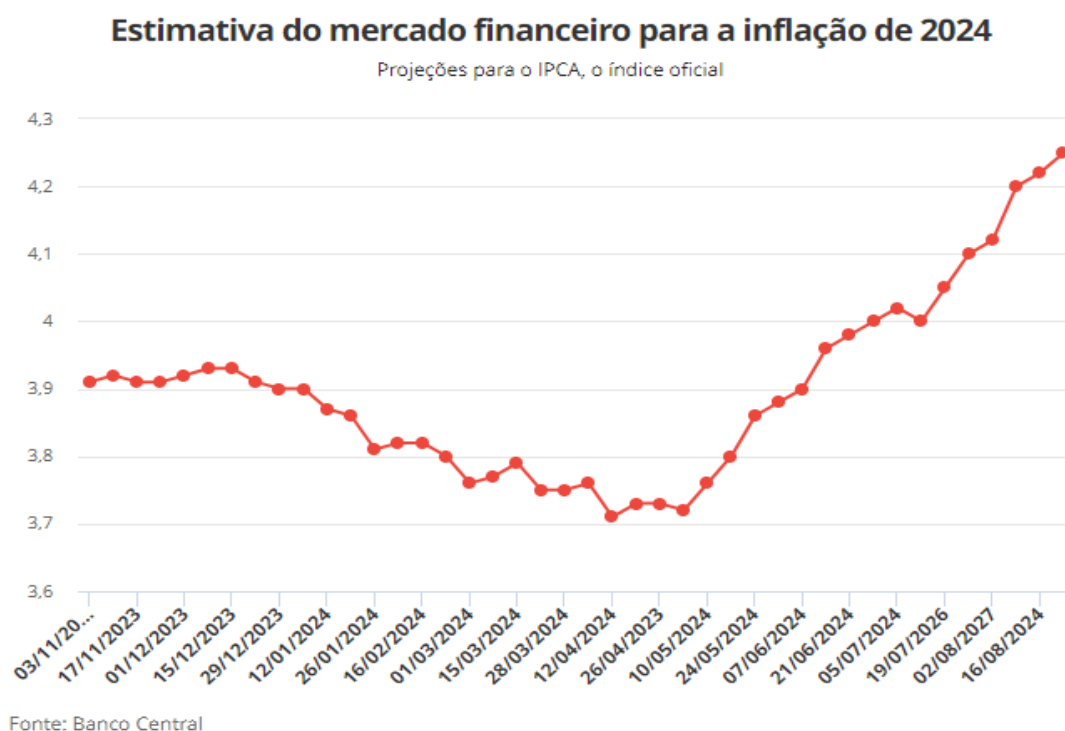
Missão: Oferecer aos clientes uma refeição de qualidade proporcionando uma experiência completa de imersão nos temas dentro do estabelecimento.

Visão: Se tornar uma referência regional no setor de lanchonete oferecendo uma experiência única de lanches e serviços de qualidade.

Valores: Inovação, Criatividade, Respeito Mútuo, Higiene, Qualidade, Organização, Eficiência, Dedicação, Honestidade e Sustentabilidade.

Análise ambiental: Fatores econômicos da nossa empresa, abordamos principalmente aspectos econômicos como a inflação em cada produto comercializado, tendências do segmento para anos posteriores há 2024, e tudo que influencia na abertura do nosso negócio, segue a baixo uma estimativa do mercado financeiro na figura 32.

Figura 32 – Estimativa de Mercado



Fonte: Banco Central

“Se a variação do seu salário, de um ano para o outro, for menor do que o IPCA, você perde seu poder de compra, pois os preços sobem mais do que a sua renda. Se a inflação e o seu salário têm a mesma variação, seu poder de compra se mantém.

Se você, porém, receber um aumento acima do IPCA, seu poder de compra aumentará” Fonte: IBGE. Esta explicação se trata do que significa a taxa IPCA, achamos interessante colocar para as pessoas entenderem o que esta taxa influencia em formulação de preço e poder de compra. Basicamente o IPCA é um indicador do IBGE (instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e mede a diversificação dos preços de produtos e serviços das famílias brasileiras com renda entre 1 e 40 salários mínimos. Funcionado com um indicador da inflação do brasil.

Para projetar a inflação utilizamos um método onde aplicamos a regressão linear que basicamente estabelece uma relação com dados desconhecidos com dados já conhecidos, com ele podemos estabelecer uma possível variável. A figura abaixo mostra este método com o IPCA, mostrando simulando uma taxa nos anos de 2025 a 2028, os anos anteriores mostra taxas já existentes. Os dados já existentes foram retirados do IBGE (instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

Figura 33 – Projeção de inflação com Regressão linear

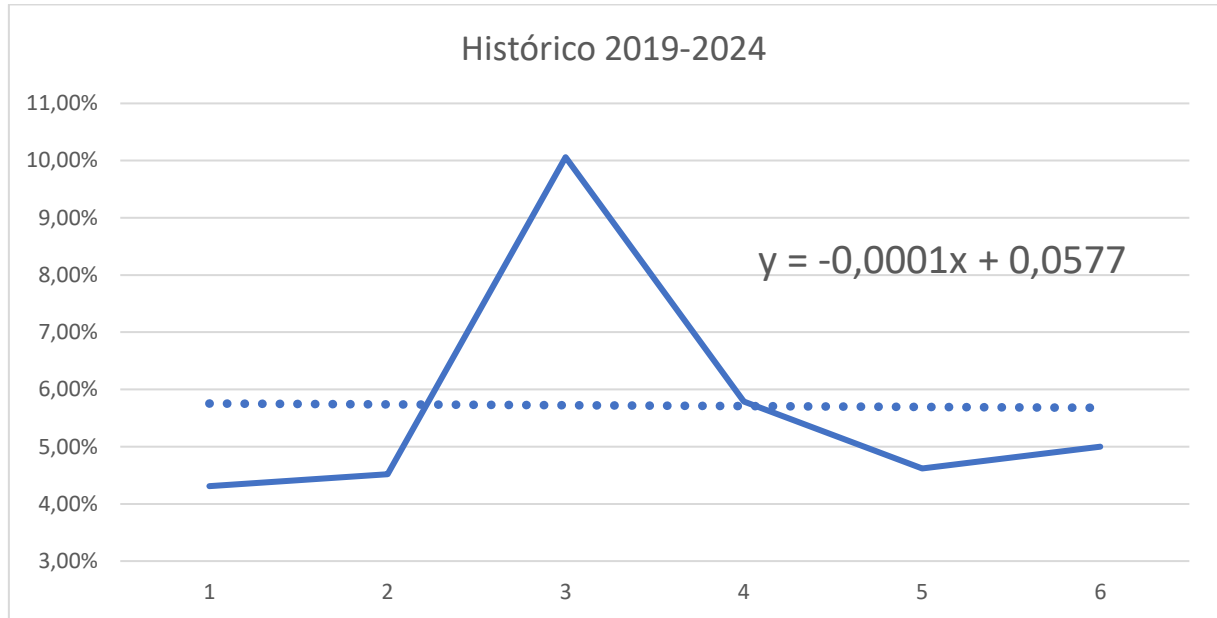
	Periodo	IPCA	no. indice
	2019	4,31%	1,0431
fonte: https://www.ibge.gov.br/explica/inflacao.php	2020	4,52%	1,0452
	2021	10,06%	1,1006
	2022	5,79%	1,0579
	2023	4,62%	1,0462
	2024	5,00%	1,0500
	2025	5,66%	1,0566
	2026	5,65%	1,0565
	2027	5,63%	1,0563
	2028	5,62%	1,0562

Fonte IBGE (instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e adaptado pelo autor (2024)

Esta outra figura representa o gráfico destes índices, e este pico se trata da Pandemia do covid-19.

Figura 34 – Histórico da taxa

OBS PMF: EU DELETEI A NUMERAÇÃO DE FIGURAS, POR ACHAR DESNECESSÁRIOS. SUGIRO QUE FAÇAM O MESMO COM OS DEMAIS NÚMEROS DAQUI PRA FRENTE NO TEXTO.



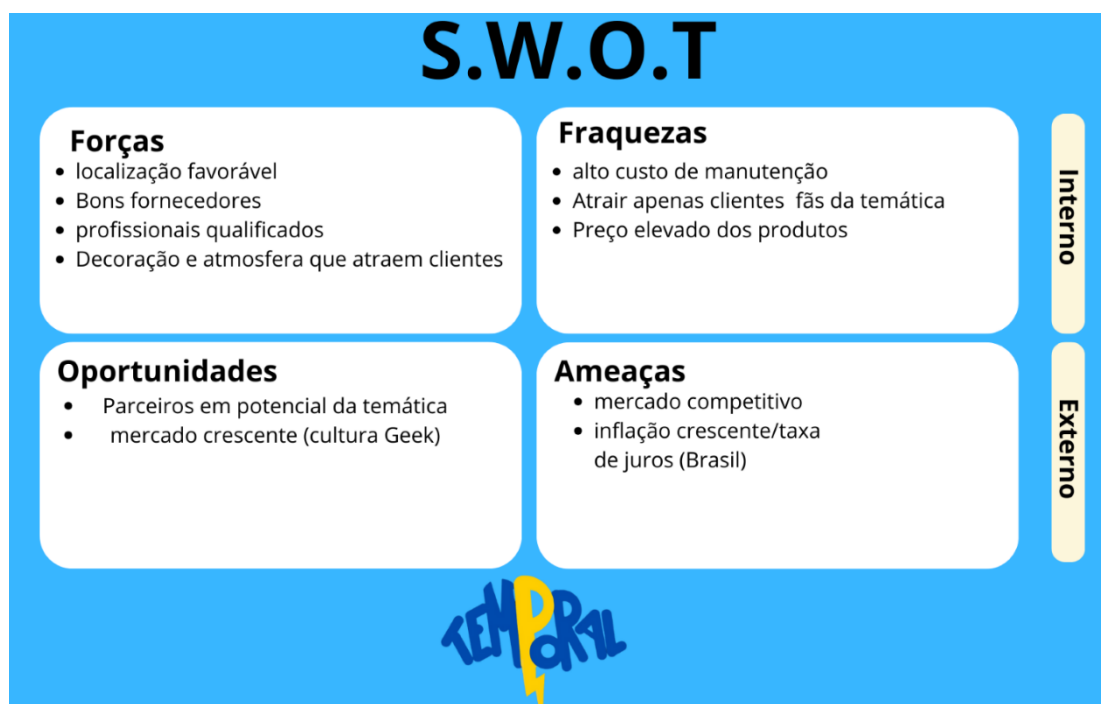
Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Após pesquisas feitas pelo grupo, identificamos resultados por meio da análise de mercado. As ferramentas utilizadas foram as seguintes: Análise S.W.O.T, T.O.W.S, Matriz BCG e Análise de Porter.

6.3.1.2 Análise S.W.O.T

A Análise S.W.O.T consiste em uma análise situacional, que aborda fatores internos e externos da empresa. Para entendermos o ambiente de uma hamburgueria, utilizamos estas ferramentas, a figura abaixo mostra a matriz da análise S.W.O.T.

Figura 35 – análise S.W.O.T



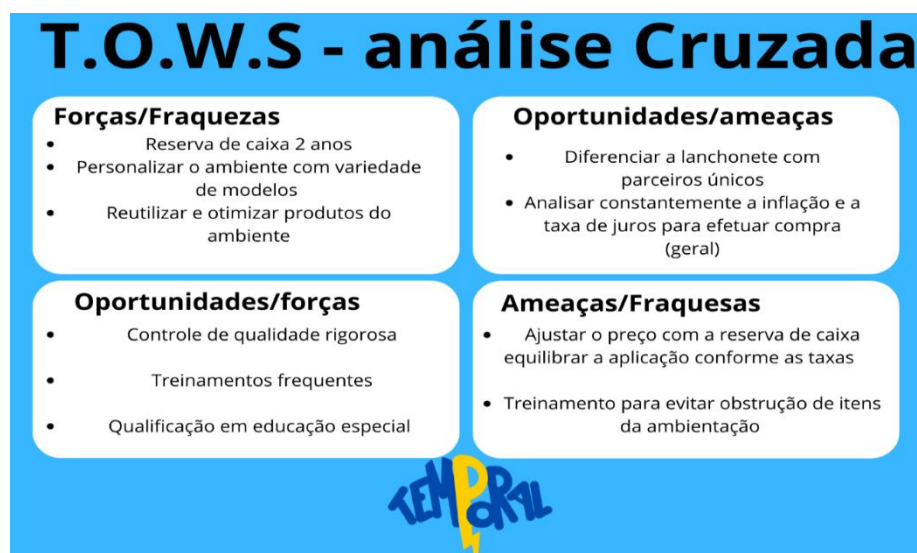
Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

No ambiente interno, podemos analisar forças e fraquezas dentro da Temporal Lanches, onde podemos examinar fatores positivos que indicam a viabilidade e fatores negativos que também nos auxiliam na tomada de decisões. No ambiente externo, são fatores que não podemos controlar, mas a sinalização é de extrema importância para entendermos a situação fora da hamburgueria, como fatores políticos, por exemplo.

6.3.1.3 Análise T.O.W.S

A Análise TOWS é uma ferramenta de cruzamento dos fatores identificados na matriz S.W.O.T, ou seja, cada lacuna é a relação de duas categorias da SWOT para traçar uma estratégia com base nas informações

Imagem 36 – análise T.O.W.S



Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Com essas análises, o grupo identificou como agir estrategicamente diante de cenários positivos ou negativos para o negócio. Para fixar as estratégias do novo negócio, as oportunidades e as forças se encaixam na análise de todos os pontos fortes da empresa, e da mesma forma com ameaças e fraquezas, enfatizando os pontos negativos a serem trabalhados.

6.3.1.4 Forças de Porter

A análise de Porter serve para entender a estrutura competitiva do mercado, ou seja, analisar a concorrência e avaliar o quanto a empresa pode ser rentável. Segue a figura representativa da matriz.

Imagem 37– análise das 5 Forças de Porter



Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

A estratégia da Temporal Lanches será baseada principalmente na otimização do espaço e nas ideias do produto, ou seja, reutilizar itens de outros temas e abordá-los de forma diferente, e, claro, com detalhes distintos. Essa ideia se dá principalmente pelo fato da diversificada gama de itens de personalização e dos custos necessários para mantê-los. Já os produtos em si, utilizaremos os ingredientes já existentes nos lanches temáticos e mesclaremos com lanches de outros temas. Com essa jogada, reduzimos um pouco dos custos necessários para a implementação da humbergueria.

Para atrair pessoas, principalmente no início da empresa, iremos buscar parceiros com renome na região a fim de promover o parceiro e, conseqüentemente, a nossa empresa. Seguindo este raciocínio, analisaremos constantemente a inflação e suas variáveis para colocar ofertas e melhores preços para nossos clientes.

6.3.1.5 Logo

A criação da logo foi inspirada no nome da empresa, pensamos em algo que arremettesse um temporal (fenômeno da natureza. Quando se fala em temporal lembramos de tempestade e tempestade possui nuvens e raios.

Com estas ideias, pegamos o nome “Temporal” e juntamos com nuvens e raios, formando assim o logo da Temporal lanches. As letras foram arredondadas em formato de uma nuvem com um raio saindo dela, representando como uma nuvem em um temporal.

As cores foram representadas com duas estratégias: assemelhar o desenho de uma nuvem e que represente cores que assemelham a fome. A azul foi pensada na nuvem e temporais no geral e a amarela para representar a fome que é utilizada pela uma empresa mundialmente conhecida.

Imagem 38 – Logo do Temporal Lanches



Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

6.3.1.6 4P's

Os “4 P's” representam a forma de planejar e executar as estratégias de marketing da empresa. Este método é dividido 4 partes, e todas elas começam a terminologia com um “P”. São elas, Produto (o que vende), Preço (custo para), Praça (lugar/ canal de distribuição), Promoção (a forma de promover a empresa).

Produto, o produto em si do temporal são os próprios lanches e combos oferecidos, está seria base de receita da nossa empresa e claro agregada a riqueza e a experiência de se alimentar no ambiente personalizado e pensado para enriquecer sua vivência ao saborear hambúrgueres.

Preço, o preço em si da temporal é justificado com a forma e o método de como comercializamos nosso produto ele se justifica por conta das seguintes vertentes: custo dos ingredientes, embalagem, gás, juros da máquina do cartão, custos fixos a serem pagos, custos variáveis a serem pagos, lucro e impostos. Com elas justificamos os preços dos produtos, para analisar os dados exatos confira o plano financeiro na página: 80.

Praça, a praça em si do temporal lanches é o próprio PDV físico dela onde os produtos serão ofertados e os PDVS digital o IFOOD, onde iremos ofertar nossos produtos digitalmente.

Promoção, as formas como iremos promover a temporal lanches são através das redes sociais como: Instagram, facebook, tiktok. E também de forma física como: cartazes, banners, panfletos

No quesito de atrair clientes iremos também construir um sistema de mistério para troca de tema, divulgando apenas partes do futuro tema com anúncios e outdoors chamativos misteriosos, prendendo assim a atenção dos clientes a cada tema.

6.3.2 Plano operacional

6.3.2.1 Estrutura

Layout geral de nosso estabelecimento em plano 2D, segue na figura 39.

Figura 39 – Layout

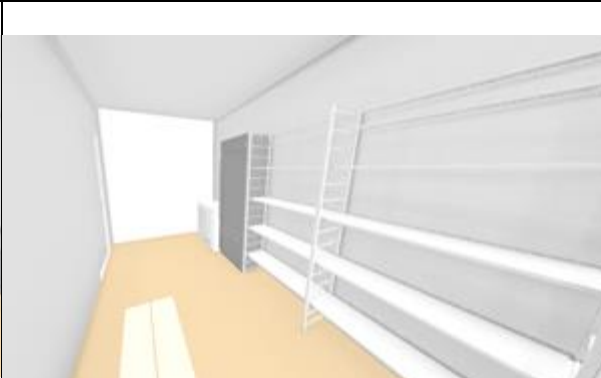


Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Para identificar visualmente melhor cada detalhe do estabelecemos a Simulação do layout em plano 3D segue na figura 39 e 40.

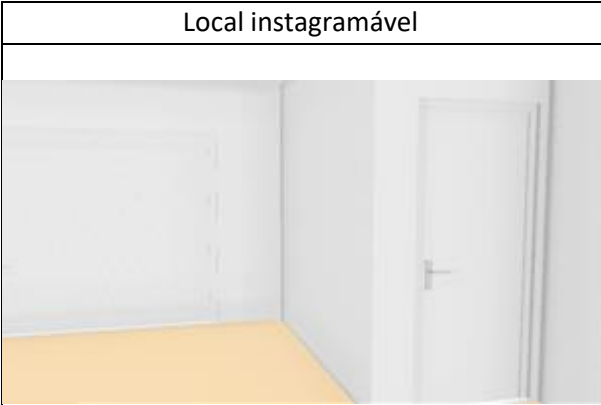
Imagem 39 – Layout 3D da cozinha, estoque, sala de descanso, escritório dos sócios

Cozinha	Estoque
---------	---------

	
Sala de descanso	Escritório dos sócios
	

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Imagem 40 – Layout 3D do local instagramável, salão, caixa, salão de projetos, banheiro e banheiro acessível

Local instagramável	Salão
	
Caixa	Sala de projetores

	
Banheiro (masculino e feminino terão o mesmo layout)	Banheiro acessível (masculino e feminino terão o mesmo layout)
	

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

6.3.2.2 Máquinas e equipamentos

Para a produção de nossos produtos utilizaremos as seguintes máquinas conforme as figuras 41 a 42.

Imagem 41– maquinas e equipamentos: Chapa a gás e Balcão refrigerado

Chapa a gás c140 Venâncio	Balcão refrigerado baixo de encosto



Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Imagem 42 – maquinas e equipamentos: fritadeira elétrica, fogão industrial,maquina de sorvete e chapa bifeteira

Fritadeira elétrica	Fogão industrial 4 bocas baixa pressão com forno bravo grafite Venâncio
	
Máquina de sorvete expresso Isd425	Chapa bifeteira para fogão e churrasqueira alça de madeira (produção de lanche vegano)
	

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

As máquinas e equipamentos que utilizaremos no estoque, serão as respectivas conforme a figura 43.

Imagem 43 – maquinas e equipamentos: Geladeira industrial, freezer horizontal

Geladeira Industrial Comercial 4 Portas Inox	Freezer horizontal pfh205b
	

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

6.3.2.3 capacidades instalada

Nosso estabelecimento terá 15 mesas de madeira com 4 cadeiras cada, isso totaliza como lotação máxima do nosso salão principal em 60 pessoas sentadas.

Em relação aos nossos equipamentos para produção:

- 1. Chapa tem uma área total de 7.570cm².
- 2. O fogão tem capacidade para 4 panelas.
- 3. O forno tem capacidade para aproximadamente 4 formas médias.
- 4. Bifeteira uma área total de 825cm².
- 5. A fritadeira tem capacidade de 3kg.
- 6. A máquina de sorvete tem capacidade de 300 unidades em 1 hora.

Em nosso estoque teremos os seguintes equipamentos para o armazenamento:

- 1. 2 prateleiras
- 2. 1 Geladeira com capacidade de 720 litros.
- 3. 1 Freezer com capacidade máxima de 199 litros.

6.3.2.4 Cardápio

Simulamos o cardápio para estipular tempo de produção e de como realmente seria aplicado caso a hamburgueria saísse do "papel", segue alguns dos lanches fixos.

6.3.2.5 Lanches fixos

Carne 01- Atemporal

Ingredientes: Será composto de pão brioche selado, com um hambúrguer de 180 gramas de carne, com duas fatias de queijo prato, uma folha grande de alface, duas rodela de tomate e um ovo frito. Molho: Maionese

Carne 02- Tempão

Ingredientes: Será composto de pão brioche selado, um hambúrguer de 180 gramas de carne, com 2 fatias de queijo cheddar, além de contar com duas rodela de bacon, duas rodela de onion rings e requeijão cremoso. Molho: Barbecue

Frango 02- Empanafrango

Ingredientes: Será composto por pão brioche selado, um frango grelhado, com catupiry empanado de 10 gramas, uma folha grande de alface, duas rodela de tomate e quatro rodela de cebola roxa

Vegano- Tempo light

Ingredientes: Será composto por pão vegano selado, hambúrguer de carne de soja, com 50 gramas de molho de queijo vegano, além de contar com quatro rodela de cebola roxa, duas unidades de berinjela empanada e duas folhas de rúcula.

6.3.2.6 Porções

Da mesma forma com os lanches, simulamos porções. Segue abaixo:
Todas as porções fixas terão dois tamanhos, sendo eles médio(M) e grande(G).

Batata frita: O tamanho M contará com 350 gramas de batata, e o tamanho G com 500 gramas de batata.

Nuggets: O tamanho M contará com 10 unidades de nuggets, que corresponde a 200 gramas, já o G será composto por 20 unidades de nuggets, que em gramas equivale a 400 gramas.

Onion rings:Terá as mesmas quantidade que a de nuggets.

O tamanho M contará com 10 unidades de onion rings, que corresponde a 200 gramas, já o G será composto por 20 unidades de onion rings, que em gramas equivale a 400 gramas.

Sobremesa: As sobremesas fixas em nossa hamburgueria será sorvete de casquinha, com sabores de creme, chocolate e mista.

6.3.2.7 Lanches e porções Sazonais

Conforme as pesquisas a cima, simulamos um tema que teve uma das maiores adesões das pesquisas qualitativas no plano de marketing. Tema escolhido: Espaço.

Lanche Saturno

Ingredientes:Será composto de pão brioche selado, com um hambúrguer de 180 gramas de carne, com duas fatias de queijo prato, uma folha grande de alface, uma onion ring grande recheada com queijo. Molho: Maionese

Lanche Mercúrio

Ingredientes:Será composto de pão brioche selado, com um hambúrguer de 180 gramas de carne bem passado, com duas fatias de queijo prato. Molho: Barbecue

Lanche Júpiter

Ingredientes:Será composto de pão brioche selado, com dois hambúrguer de 180 gramas de carne, com duas fatias de queijo cheddar e duas rodela de tomate.

Molho: Chipotle

Lanche Terra

Ingredientes:Será composto de pão brioche selado, com um hambúrguer de 180 gramas de carne, com duas fatias de queijo mussarela, uma folha grande alface, duas rodela de tomate. Molho: Maionese temperada azul

Lanche Marte

Ingredientes:Será composto de pão brioche selado, com um hambúrguer de 180 gramas de carne, com duas fatias de queijo cheddar e duas fatias de bacon.

Molho de pimenta biquinho ou Molho de pimenta malagueta

Lanche Sol

Ingredientes:Será composto de pão com gergelim selado, com dois hambúrgueres de frango de 180 gramas, com uma porção de 25 gramas de batata palha, e com quatro tipo de queijo, sendo 1 fatia de queijo prato, uma de queijo mussarela, uma de queijo cheddar e uma de queijo parmesão.Molho apimentado (opcional)

Lanche Galáxia

Ingredientes:Será composto de pão com gergelim selado, dois hambúrgueres de 180 gramas de carne, com quatro fatias de queijo prato, uma folha grande de alface, duas rodela de tomate, um ovo frito, duas fatias de bacon, além de contar com uma porção de 25 gramas de batata palha.

Lanche Vênus (vegano)

Ingredientes: Será composto de pão brioche selado, com um hambúrguer carne de soja, com duas fatias de queijo vegano. Molho de pimenta

Lanche Netuno

Ingredientes: Será composto de pão brioche selado, com um hambúrguer de 180 gramas de frango , com duas fatias de queijo mussarela e três rodela de cebola roxa. Molho: Maionese temperada

Lanche Lua

Ingredientes: Será composto de pão brioche selado, com um hambúrguer de 180 gramas de carne, com duas fatias de queijo mussarela, uma folha grande de alface, duas rodela de tomate e dois nuggets. Molho: Maionese

Porções sazonais, segue abaixo.

Raios Solares

Terá 500 gramas de batata frita, com toques de queijo mussarela derretido. Molho: 50ml de maionese temperada ou 50ml de ketchup.

Chuva de meteoros

Terá 20 unidades de bolinhas de queijo coalho empanados. Molho: 50ml maionese temperada ou 50ml de ketchup

Sobremesa sazonal

Buraco Negro

Que contará com sorvete de chocolate, dois brigadeiros, além de granulado e uma calda de chocolate meio amargo

6.3.2.8 Tempo de Produção Dos Ingredientes

Hambúrguer: Para fritar os hambúrgueres de 180 gramas com aproximadamente 13 centímetros, ao ponto na chapa, leva cerca de 6 minutos, sendo 3 minutos para fritar cada lado, mas 1 minuto de descanso. sendo assim totaliza 7 minutos para fritar 1 hambúrguer.

Frango Empanado:

Para fritar um hambúrguer de frango empanado de 100 gramas com 10 centímetros no óleo, demora cerca de 2,5 minutos de cada lado, mais um minuto de descanso para secar O óleo. Totalizando cerca de 6 minutos.

Filé De Frango Grelhado: Um filé de frango de aproximadamente 125 gramas demora 4 minutos para fritar, não É necessário um tempo de descanso, mas caso necessário será de 1 minuto. O que resulta num total de 9 minutos.

Bacon: Para fritar um bacon na chapa demora cerca de 10 minutos, também com 1 minuto de descanso para secar o óleo. Totalizando 11 minutos para fritar.

Ovo frito: Para fritar um ovo na chapa demora 3 minutos, sendo 1,5 minutos para cada lado, onde nesse caso não é necessário um tempo de descanso, sendo um tempo opcional, onde pode ser usado também 1 minuto.

Catupiry: Se utilizamos 100 gramas de catupiry, O tempo estimado É de 5 minutos, também com tempo de 1 minuto de descanso. Totaliza 6 minutos.

Beringela empanada: Para preparar uma beringela média (equivalente A 15 rodelas) que será preparada no óleo, serão necessário 3 minutos de cada lado, mais 1 minuto de descanso. Totalizando 7 minutos.

Crema de milho: Para preparar O equivalente A 6 porções de 50 gramas, iremos precisar de 15 minutos

6.3.2.9 Tempo de Preparo de Cada Porção

Batata frita: Para fritar as porções de batata no óleo, leva cerca de 5 minutos para fritar 1 cesto na temperatura de 190 graus, com 1 minuto de descanso para secar o óleo. Totalizando 6 minutos.

Onion rings: Para fazer as porções de onion rings no óleo, leva cerca de 5 minutos para fritar 1 cesto na temperatura de 190 graus, com 1 minuto de descanso. Totalizando 6 minutos.

Nuggets: Para realizar o preparo dos nuggets no óleo, leva cerca de 5 minutos para fritar 1 cesto na temperatura de 190 graus, com 1 minuto de descanso. Totalizando 6 minutos.

6.3.2.10 Tempo de preparo dos lanches

Carne 01: Terá o tempo de preparo dos ingredientes de 7 minutos e o tempo padrão de montagem de 1 minuto, somando assim 8 minutos para o preparo.

Carne 02: Terá o tempo de preparo dos ingredientes de 11 minutos e o tempo padrão de montagem de 1 minuto, somando assim 12 minutos para o preparo

Frango 01: Terá o tempo de preparo dos ingredientes de 7 minutos (trabalharemos com o preparo antecipado do creme de milho) e o tempo padrão de montagem de 1 minuto, somando assim 8 minutos para o preparo.

Frango 02: Terá o tempo de preparo dos ingredientes de 9 minutos e o tempo padrão de montagem de 1 minuto, somando assim 10 minutos para o preparo.

Vegano: Terá o tempo de preparo dos ingredientes de 7 minutos e o tempo padrão de montagem de 1 minuto, somando assim 8 minutos para o preparo

6.3.2.11 Tempo de Preparo De Cada Porção Sazonal

Raios solares: Para fritar as porções de batata no óleo, leva cerca de 5 minutos para fritar 1 cesto na temperatura de 190 graus, com 1 minuto de descanso para secar o óleo. Totalizando 6 minutos.

Chuva de meteoros: Para fazer as porções de chuva de meteoros, iremos utilizar bolinhas de queijo no óleo, leva cerca de 5 minutos para fritar 1 cesto na temperatura de 190 graus, com 1 minuto de descanso. Totalizando 6 minutos.

6.3.2.12 Tempo de preparo dos Lanches Sazonais

Saturno, Mercúrio, Terra, Vênus, Urano, Netuno, Lua, Sol E Júpiter: Tempo de preparo dos ingredientes é de 7 minutos e o tempo padrão de montagem é de 1 minuto

Marte e galáxia: Tempo de preparo dos ingredientes é de 11 minutos e o tempo padrão de montagem é de 1 minuto

6.3.2.13 Capacidade Produtiva

A capacidade produtiva dos lanches foi feita com base no tempo médio de produção dos hambúrgueres e quantos lanches nosso funcionário é capaz de fazer ao mesmo tempo.

O tempo médio de produção dos lanches sem bacon seria de 8 minutos, contando o processo de produção e de montagem, onde desses 8 minutos cerca de 1 minuto seria apenas para montagem e 7 minutos para o preparo dos ingredientes. Em relação a capacidade de produção de lanches simultâneas por pessoa, uma pessoa consegue produzir cerca de 6 lanches ao mesmo tempo.

Para fazer o cálculo utilizamos os seguintes dados:

Tempo médio de produção = 8 minutos. Quantidade de lanches produzidos de forma simultânea por pessoa = 5 lanches. Período de produção = 5 horas

Cálculo:

$60 \text{ minutos (representa 1 hora)} / 8 \text{ minutos (tempo médio de preparo)} \cong 7$
lanches por hora (sem considerar a capacidade de produção de forma simultânea) x
6 (quantidade de lanches que uma pessoa consegue produzir ao mesmo tempo) = 42
lanches por hora x 5 (período de produção) = 210 lanches diária.

Com isso nossa capacidade produtiva diária de lanche seria de 210 lanches se apenas o chapeiro fizesse os lanches.

Os cálculos das porções foram feitos com a capacidade máxima da fritadeira e seu tempo de produção, sabendo que nossa fritadeira possui capacidade para 3 kg e o tempo de produção de 5 minutos, realizamos um cálculo semelhante ao dos lanches.

Para fazer o cálculo utilizamos os seguintes dados:

Tempo de produção = 5 minutos. Quantidade produzida de forma simultânea = 3kg. Período de produção = 5 horas Tamanho das porções. Levando em conta o uso do equipamento para produção de apenas 1 dos produtos

Cálculo:

Batata frita: Tamanho M- 350 gramas

$60 \text{ minutos (representa 1 hora)} / 5 \text{ minutos (tempo de preparo)} = 12 \text{ porções por hora (sem considerar a capacidade de produção de forma simultânea)} \times 8 \text{ (quantidade de porções que são produzidas ao mesmo tempo)} = 96 \text{ porções por hora} \times 5 \text{ (período de produção)} = 480 \text{ porções diária}$

Tamanho G- 500 gramas

$60 \text{ minutos (representa 1 hora)} / 5 \text{ minutos (tempo de preparo)} = 12 \text{ porções por hora (sem considerar a capacidade de produção de forma simultânea)} \times 6 \text{ (quantidade de porções que são produzidas ao mesmo tempo)} = 72 \text{ porções por hora} \times 5 \text{ (período de produção)} = 360 \text{ porções diária}$

Onion rings e Nuggets: Tamanho M- 200 gramas

$60 \text{ minutos (representa 1 hora)} / 5 \text{ minutos (tempo de preparo)} = 12 \text{ porções por hora (sem considerar a capacidade de produção de forma simultânea)} \times 15 \text{ (quantidade de porções que são produzidas ao mesmo tempo)} = 180 \text{ porções por hora} \times 5 \text{ (período de produção)} = 900 \text{ porções diária.}$

Tamanho G- 400 gramas

60 minutos (representa 1 hora) / 5 minutos (tempo de preparo) = 12 porções por hora (sem considerar a capacidade de produção de forma simultânea) x 7 (quantidade de porções que são produzidas ao mesmo tempo) = 84 porções por hora x 5 (período de produção) = 420 porções diária.

Com isso, nossa capacidade trabalhando com 100% de nossas máquinas e com um ritmo intenso de produção conseguiríamos tais resultados.

Para a sobremesas não foi necessário realizar tantos cálculos, pois a máquina de sorvete tem capacidade de produzir de 300 unidades em 1 hora, que em 5 horas de produção seria capaz de produzir

6.3.2.14 ferramentas da Qualidade

Em nossa hamburgueria iremos utilizar 2 ferramentas de qualidade, sendo elas o Kanban e Just in time.

O Kanban é uma técnica que para o nosso negócio é aplicada no estoque, visando um aumento e otimização da produção, já o just in time é focado desde processo de produção até a entrega do produto.

Iremos aplicar o Kanban da seguinte forma:

- Estoque com capacidade para uma curta duração de tempo;
- Aplicar uma tabela para maior controle de estoque, onde nela será ilustrado a
- Quantidade de produtos presente no estoque, e conforme o uso será riscado da lista, para assim conseguirmos ter um maior controle dos produtos presente;
- Organizar os produtos pela data de validade, os que possuem uma data de validade mais perto da data atual, deverá ficar no começo da prateleira, já os demais no fundo, para assim evitar o desperdício de produtos;

Iremos aplicar o Just in time da seguinte forma:

- Treinamentos mensais para os funcionários da produção, que será realizado no próprio estabelecimento, para assim conseguirem se adequar e desenvolverem técnicas para sempre atingirem os melhores tempos e eficiência;
- Metas para tempo de produção, o treinamento servirá para conseguirem se manter dentro da meta de tempo estabelecida.

6.3.3 Plano de Recursos Humanos

O plano de recursos humanos é o plano que desenvolve estratégias para gestão de pessoas de uma empresa.

Aborda temas como remuneração, benefícios e treinamento, além de envolver ações que garantem uma boa qualidade de vivência e trabalho para o funcionário.

Trabalharemos com apenas 4 funcionários fixos (registados) e trabalharemos com os freelances às sextas-feiras e aos finais de semana, segue a figura 44 da necessidade de pessoal.

Imagem 44 – necessidade de pessoal

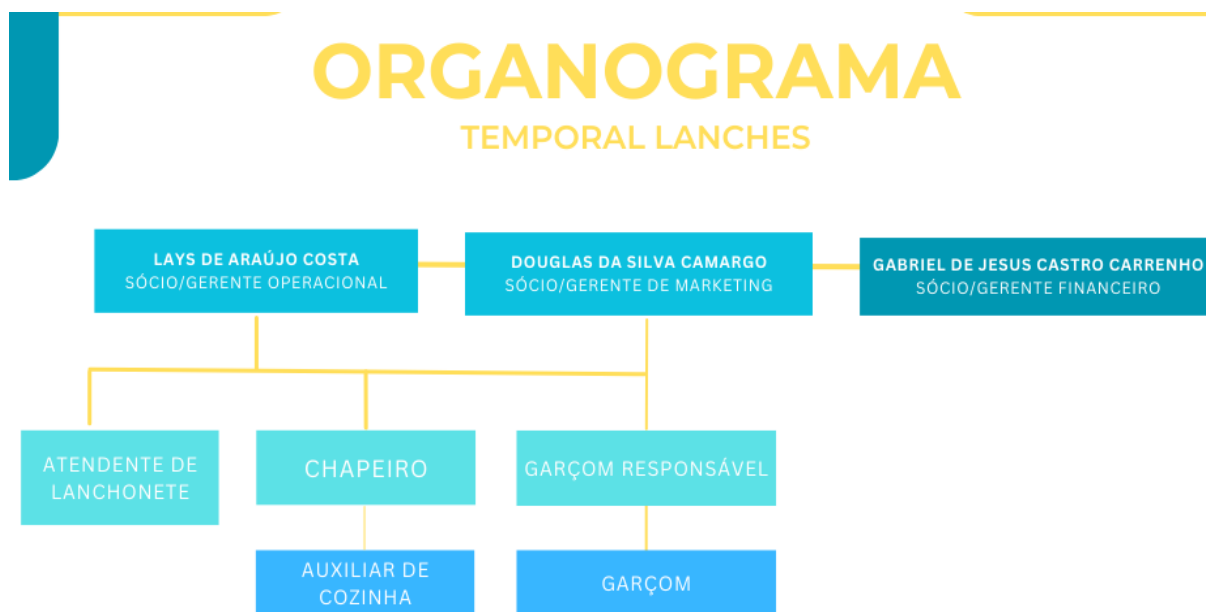
CARGO	QUANTIDADE	FORMAÇÃO OBRIGATÓRIA	REMUNERAÇÃO POR HORA	REQUISITOS/ QUALIFICAÇÕES
CHAPEIRO	1	ENSINO MÉDIO COMPLETO	R\$7,76	• EXPERIÊNCIA NA ÁREA (OBRIGATÓRIO) • MAIOR DE 18 ANOS (OBRIGATÓRIO) • ORGANIZAÇÃO • CURSOS (DIFERENCIAL)
AUX. DE COZINHA	1	ENSINO MÉDIO COMPLETO	R\$7,36	• EXPERIÊNCIA NA ÁREA (OBRIGATÓRIO) • MAIOR DE 18 ANOS (OBRIGATÓRIO) • ORGANIZAÇÃO • CURSOS (DIFERENCIAL)
ATENDENTE DE LANCHONETE	1	ENSINO MÉDIO COMPLETO	R\$7,25	• EXPERIÊNCIA NA ÁREA (OBRIGATÓRIO) • MAIOR DE 18 ANOS (OBRIGATÓRIO) • ORGANIZAÇÃO • HABILIDADE DE COMUNICAÇÃO • CURSOS (DIFERENCIAL)
GARÇOM	1	ENSINO MÉDIO COMPLETO	R\$8,87	• EXPERIÊNCIA NA ÁREA (OBRIGATÓRIO) • MAIOR DE 18 ANOS (OBRIGATÓRIO) • ORGANIZAÇÃO • HABILIDADE DE COMUNICAÇÃO • CURSOS (DIFERENCIAL)

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

6.3.3.1 Organograma

Usamos o organograma para definir a hierarquia da empresa. Segue a baixo o organograma do temporal lanches na figura 45.

Imagem 45 – Organograma da Temporal Lanches



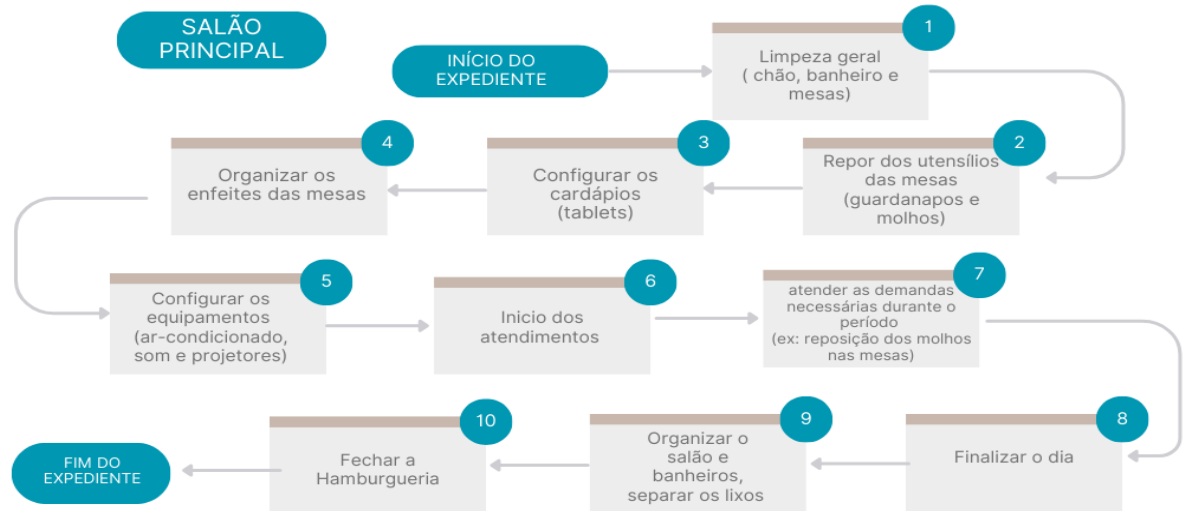
Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

6.3.3.2 Processos Operacionais

Os processos operacionais são usados para sequenciar atividades, envolvendo todas as etapas necessárias para a conclusão da atividade. Iremos utilizar dessa ferramenta para ter uma padronização e criação de uma rotina em nosso estabelecimento. Segue abaixo figuras que representam estes processos. Figura 46 a 49.

Figura 46 – processo operacional – salão principal

PROCESSOS OPERACIONAIS



Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Figura 47– processo operacional- caixa

PROCESSOS OPERACIONAIS



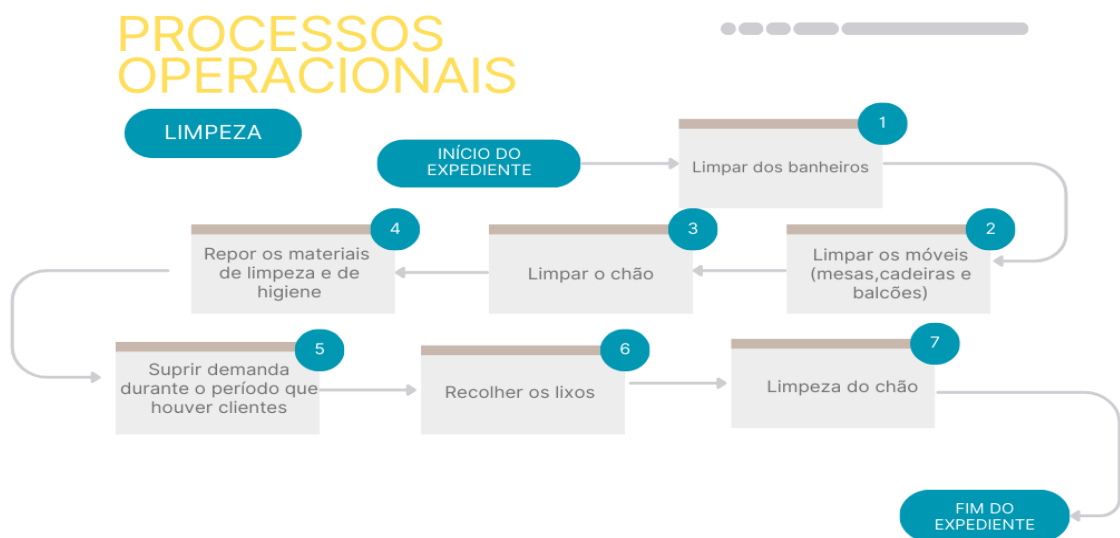
Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Figura 48 – Processo operacional- Estoque



Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Figura 49 – Processo operacional- Limpeza



Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

6.3.3.3 Matriz das Responsabilidades

A matriz de responsabilidade é uma ferramenta de gestão de pessoas, utilizada para mostrar e atribuir a cada colaborador suas responsabilidades.

Ela é feita a partir de uma tabela, onde iremos designar quem é o responsável pela atividade, sendo representado por um R, quem deve ser informado, sendo representado por um I, quem deve ser consultado, sendo representado por um C e quem é a autoridade, sendo representado por uma A

Em nosso negócio iremos adquirir a matriz de responsabilidades e iremos aplicar por ambiente, ficando da seguinte forma conforme as figuras 50 a 54.

Figura 50 – matriz de responsabilidade- Limpeza geral

	CHAPEIRO	AUX. COZINHA	AUX. LIMPEZA	GARÇOM	ATENDENTE	GERENTE DE MARKETING (SÓCIO)	GERENTE OPERACIONAL (SÓCIO)	GERENTE FINANCEIRO (SÓCIO)
Limpar os banheiros	I	I	R	I	I	I	I	I
Limpar os móveis	-	-	R	I	-	-	-	-
Limpar o chão	I	I	R	I	I	I	I	I
Repor matérias de limpeza e higiene	-	-	R	-	-	-	-	-
Atender as demandas de limpeza durante o período de clientes	-	-	R	R	-	-	-	-
Recolher os lixos	I	I	R	I	I	-	-	-

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Figura 51 – matriz de responsabilidade-Caixa

	CHAPEIRO	AUX. COZINHA	AUX. LIMPEZA	GARÇOM	ATENDENTE	GERENTE DE MARKETING (SÓCIO)	GERENTE OPERACIONAL (SÓCIO)	GERENTE FINANCEIRO (SÓCIO)
Ligar os equipamentos para o caixa	-	-	-	-	R	-	-	A
Verificar o valor disponível em caixa	-	-	-	-	R	I	I	A
Organizar o valor disponível em caixa	-	-	-	-	R	-	-	A
Repor materiais necessários	-	-	-	-	R	-	-	I
Limpeza do balcão	-	-	R	-	C	-	-	I
Realizar o atendimento no balcão	-	-	-	-	R	-	-	-
Fechar o caixa	-	-	-	-	R	C	C	A
Desligar os equipamentos	-	-	-	-	R	-	-	I

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Figura 52 – matriz de responsabilidade- Estoque

	CHAPEIRO	AUX. COZINHA	AUX. LIMPEZA	GARÇOM	ATENDENTE	GERENTE DE MARKETING (SÓCIO)	GERENTE OPERACIONAL (SÓCIO)	GERENTE FINANCEIRO (SÓCIO)
Listar os produtos	-	-	-	R	-	C	C	C
Conferir datas de validade	-	C	-	R	-	I	I	I
Conferir as embalagens	-	C	-	R	-	-	-	-
Listar os produtos em falta	C	R	-	R	-	I	I	I
Enviar pedidos para fornecedores	I	I	-	I	I	C	C	R
Receber os pedido	I	R	-	R	I	C	I	A
Conferir os pedidos	-	I	-	I	I	C	I	R
Armazenar os pedidos	-	R	-	R	-	I	I	I
Repor produtos na cozinha	C	R	-	I	-	I	I	I

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Figura 53 – matriz de responsabilidade- salão Principal

	CHAPEIRO	AUX. COZINHA	AUX. LIMPEZA	GARÇOM	ATENDENTE	GERENTE DE MARKETING (SÓCIO)	GERENTE OPERACIONAL (SÓCIO)	GERENTE FINANCEIRO (SÓCIO)
Limpeza geral	I	I	R	C	I	A	A	A
Repor os utensílios das mesas	-	-	-	R	-	-	-	-
Organizar os enfeites de mesa	-	-	-	R	-	A	-	-
Configurar os equipamentos do salão	-	-	-	R	I	-	-	-
Atender as demandas necessárias das mesas	I	I	-	R	-	I	-	-
Organizar o salão	-	-	I	R	-	I	-	-
Separar os lixos	I	I	R	I	I	-	-	-
Fechar a lanchonete	I	I	I	R	I	A	A	A

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

Figura 54 – matriz de responsabilidade- Cozinha

	CHAPEIRO	AUX. COZINHA	AUX. LIMPEZA	GARÇOM	ATENDENTE	GERENTE DE MARKETING (SÓCIO)	GERENTE OPERACIONAL (SÓCIO)	GERENTE FINANCEIRO (SÓCIO)
Higienização da cozinha	R	R	I	I	-	-	-	-
Preparar molhos	C	R	-	-	-	-	-	-
Preparar alimentos fatiados	C	R	-	-	-	-	-	-
Fazer lista de alimentos para repor	R	C	-	-	-	I	I	I
Preparar moldes dos hambúrgueres	R	I	-	-	-	-	-	-
Organizar os mantimentos na cozinha	C	R	-	-	-	-	-	-
preparar os ingredientes quentes dos produtos	R	I	-	I	-	-	-	-
Montar o os produtos	A	R	-	-	-	-	-	-
Limpar e organizar a cozinha	C	C	R	-	-	-	-	-

Fonte: Elaborada pelos autores (2024)

6.3.3.4 Ações de Clima Organizacional

- Fiscalização;
- Feedback semanais;
- Bonificações: Metas, aniversariante do mês, funcionário do mês, day off para metas, etc;
- Criar um ambiente de confiança: Respeitando e fornecendo todo apoio necessário para o colaborador;
- Promover equilíbrio da vida pessoal e profissional dos colaboradores, trabalhar muito não é sinônimo de trabalhar bem ou seja trabalho home office, os horários flexíveis e a redução programada da jornada, chamada de Short Friday;
- Gerir Experiência do funcionário;
- Inspirar;

- Falar a verdade e escutar com sinceridade;
- Agradecer;
- Desenvolver pessoas;

6.3.3.5 Regras de Convivência

- Respeito;
- Empatia;
- Manter locais coletivos limpos e arrumados;
- Qualquer queixa relatar aos gerentes;
- Não usar violência.

6.3.3.6 Treinamentos

- Aplicação da atividade com ritmo da produção da empresa
- Treinamento teatral com colaboradores de atendimento ao público
- Treinamento de primeiros socorros
- Treinamento em libras
- Treinamento sobre hambúrguer artesanal (apenas para os sócios)

6.3.3.7 Plano de carreira em y

O plano de carreira é um programa onde visa estruturar um caminho de crescimento profissional para o funcionário dentro da empresa.

Em nossa empresa iremos utilizar o modelo de plano de carreira em Y, onde possui esse nome justamente por representar de forma visual a proposta do plano. A linha reta representa o caminho do funcionário até a chegada de dois caminhos, onde um deles será focado na gestão de pessoas, com foco no desenvolvimento de habilidades de lideranças, e outro caminho focado na parte técnica e de desenvolvimento de novos produtos por exemplo.

Esse plano tem como principal vantagem é a opção de dois caminhos, assim alcançando os funcionários que não possuem interesse em cargos de gestão de pessoas, atendendo então diferentes tipos de perfis e objetivos profissionais.

Para alcançar a chance de um novo cargo em nosso estabelecimento, o funcionário deverá manter um bom resultado, não só em questões de desempenho profissional, mas também em relação ao relacionamento com toda equipe da hamburgueria. Além disso, iremos usar como critérios a personalidade do funcionário, priorizar funcionários fixos na hamburgueria e com tempo de contrato de 6 meses à 1 ano.

6.3.3.8 Regras para o Estabelecimento*

- Iluminação adequada;
- Ambiente com boa ventilação;
- Manter sempre os ambientes limpos;
- Pisos laváveis e antiderrapantes;
- Janelas que evitam a incidência direta de luz solar nos alimentos;
- Sanitários isolados da área de produção;
- Pisos na área da cozinha sejam antiderrapantes;
- Caixa de gordura e esgoto localizadas fora da área de produção;
- Ventilação que não incida sobre os alimentos;
- Lixeira sem contato manual em áreas de manipulação de alimentos.

6.3.3.9 Regras para Funcionários

- Devem estar com boa saúde física;
- Precisam adotar rigorosos procedimentos de higienização;
- Devem manter as unhas cortadas e os cabelos presos em toucas apropriadas;
- Precisam evitar o uso de adornos, perfume, barba e bigode;
- Devem lavar as mãos antes e depois de manipular alimentos.

6.3.3.10 Proibições aos Funcionários

- Os funcionários não podem fumar, ou manusear dinheiro, durante a produção, mesmo que faça pausas;
- Os funcionários são afastados em caso de ferimentos que possam contaminar os alimentos;
- O uniforme deve ser utilizado apenas no local de trabalho;
- O uso de maquiagem, relógio, pulseiras, colares, anéis e brincos é proibido para funcionários da produção;
- Unhas compridas estão vedadas aos profissionais da produção.

6.3.3.11 Regras de Segurança

6.3.3.11.1 Cozinha

- Usar corretamente o uniforme e seus componentes
- Manter as facas e os utensílios de corte em um local seguro
- Treinamentos para o uso de máquinas e equipamentos
- Desconectar os utensílios da tomada quando realizar a limpeza e manutenção de máquinas.

6.3.11.2 Salão geral e outros ambientes

- Usar corretamente o uniforme e seus componentes
- Manter o chão sempre limpo
- Ao cair algo no chão sempre limpar imediatamente
- Sempre indicar e sinalizar lugares em manutenção

6.3.3.12 Funcionários

- Garçons
- Chapeiro
- Auxiliar de cozinha
- Atendente

6.3.3.13 Funcionários terceirizados

- Auxiliar de limpeza

6.3.3.14 Benefícios

- Cesta básica
- Vale transporte
- Seguro de vida

6.3.3.15 Escala

Iremos utilizar a escala 6x1, onde corresponde a 6 dias trabalhados com uma carga máxima de 8 horas diárias, com direito a folga toda segunda-feira e 1 domingo do mês, que será da escolha do funcionário, mas deverá ser avisado com 2 semanas de antecedência do domingo escolhido.

6.3.3.16 Horário de funcionamento

8 horas sendo 1 hora de descanso

Início às 14:30 e término às 22:30

14:30 às 15:30:

- Organização e limpeza da hamburgueria
- Pré-preparo dos ingredientes
- Organização do estoque
- Recebimento de encomendas

15:30 às 16:30: Janta

16:35 às 16:55:

- Pré aquecer os equipamentos da cozinha;
- Ligar os equipamentos do salão principal
- Preparar o caixa para abertura.

17:00: Abertura

22:00: Encerramento para clientes

22:05 às 22:30: Limpeza e fechamento

- Juntar os lixos
- Organizar as mesas e os banheiros

6.3.3.17 Recrutamento e seleção

A empresa adota um método de recrutamento misto, ou seja, interno e externo, abrindo as oportunidades de trabalho, primeiramente, para os colaboradores e depois para o público externo.

Como ação de **inclusão**, a Temporal Lanches opta por:

- Sempre abrir vaga que dão oportunidades para todos os públicos, visando sempre as habilidades e competência, ao invés de qualquer outra característica.
- Dar prioridade para pessoas que participem de grupos minoritários;
- Divulgar vagas por diferentes meios e plataformas;
- Fornecer o apoio e treinamento necessário para melhor adaptação.

6.3.3.18 Recrutamento

(Responsável: gerente operacional)

Nosso recrutamento acontecerá de forma mista, ou seja, a vaga será divulgada tanto para os colaboradores já presente em nosso negócio como para o público externo. E acontecerá da seguinte forma:

Passo 01: Abertura da vaga

Passo 02: Publicação da vaga em redes sociais e aplicativos de emprego

6.3.3.19 Seleção

(Responsáveis: Sócios)

Nossa seleção será feita pela gerente operacional de forma presencial e acontecerá como uma conversa formal, onde o candidato será avaliado com base nos requisitos da vaga.

6.3.3.20 Integração

(Responsável: todos os colaboradores)

A integração dos novos colaboradores acontecerá primeiramente em forma de uma festa de boas-vindas e com a dinâmica em que os próprios colaboradores serão responsáveis por ensinar e mostrar a dinâmica da hamburgueria.

6.3.4 Plano Financeiro

6.3.4.1 Análise Financeira

O Plano Financeiro é parte essencial de um Plano de Negócios, já que ele define se a implementação da empresa se mostra viável ou não no cenário do mercado atual. Muitas pequenas e grandes empresas têm suas falhas, ou até mesmo falências, por decorrência de um Planejamento Financeiro mal feito, assim, uma boa gestão financeira se torna indispensável para o sucesso de uma empresa do segundo setor.

A Temporal Lanches traz uma ideia inovadora para o mercado, adaptando o comércio já existente de bares e lanchonetes temáticos, assim houve uma grande dificuldade para encontrar dados financeiros condizentes com aquilo que a empresa comercializa, para solucionar esse problema, a busca se baseou em informações provenientes de comércios parecidos, os restaurantes temáticos.

Uma precificação adequada e competitiva no mercado foi difícil de se realizar, já que a empresa possui um alto custo fixo mensal, que ao ser combinado com a provável baixa demanda mensal, resultou num cenário onde a venda de poucos lanches teria de pagar todo o custo da empresa. Outro ponto que acarreta no encarecimento do preço de venda dos lanches é a inflação global, crescendo o valor dos produtos, no caso da lanchonete, os ingredientes necessários para o preparo dos lanches.

Além do encarecimento do preço dos ingredientes, a inflação fez aumentar o valor das principais máquinas e dos indispensáveis equipamentos necessários para a implementação da empresa no mercado atual, assim, os sócios necessitam realizar um aporte financeiro com um alto valor para o início das atividades comerciais, e a dúvida sobre o sucesso da empresa acarreta num grande risco para os investidores, assim não preferindo investir em tal negócio no atual cenário econômico global.

6.3.4.2 Investimento Inicial

O investimento inicial é o capital necessário para cobrir todos os custos ao abrir um negócio. Segue a figura que representa o investimento inicial da temporal lanches.

Figura 55 – Investimento inicial

	Valor (\$)	Participação (%)
Máquinas e Equipamentos	R\$ 84.949,72	24%
Móveis e Utensílios	R\$ 22.304,29	6%
Materiais de Informática	R\$ 22.501,58	6%
Uniformes	R\$ 5.303,83	2%
Reforma do Local	R\$ 6.913,93	2%
Custo Abertura da Empresa	R\$ 1.900,00	1%
Criação de Site	R\$ 3.000,00	1%
Capital de Giro	R\$ 200.000,00	58%
Total	R\$ 346.873,35	100%

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.3.4.3 Investimento dos sócios

O investimento dos sócios é necessário para cobrir o financiamento inicial do negócio e seu funcionamento. Este valor é colocado para cobrir despesas iniciais e contribui para o bom funcionamento da empresa; sem contar que define oficialmente os sócios da empresa. Segue a figura que representa.

Figura 56 – Investimento dos sócios

Sócio	Valor a Investir (\$)	Participação (%)
Douglas da Silva Camargo	R\$ 115.624,45	33%
Gabriel de Jesus Castro Carrenho	R\$ 115.624,45	33%
Lays de Araújo Costa	R\$ 115.624,45	33%
Total	R\$ 346.873,35	100%

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.3.4.4 Maquinas e Equipamentos

Este tópico aborda os bens necessários para a operação da empresa. Segue a figura que o representa.

Imagem 57– Maquinas e Equipamentos

Máquinas e Equipamentos			
Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1 Chapa A Gás C140 Venâncio	1	R\$ 1.457,49	R\$ 1.457,49
2 Balcão Refrigerado Baixo de Encosto Macom Rhb3-g-7	1	R\$ 1.999,00	R\$ 1.999,00
3 Fritadeira Elétrica Croydon	1	R\$ 2.241,00	R\$ 2.241,00
4 Geladeira Industrial Comercial 4 Portas Refrigel	1	R\$ 4.997,00	R\$ 4.997,00
5 Freezer Horizontal PFH205B 220V	1	R\$ 1.624,32	R\$ 1.624,32
6 Coifa 200cmx60cm - 1m Tubo Chapéu Motor 200mm Galvanizado	1	R\$ 4.990,00	R\$ 4.990,00
7 Formadora De Hambúrguer	1	R\$ 1.980,00	R\$ 1.980,00
8 PIA INOX COM 1 CUBA 40X30X17 (DIREITA) 100X50X85CM URUMAX	1	R\$ 890,00	R\$ 890,00
9 Expositora De Bebidas Vv 200 Preto Fosco	1	R\$ 2.548,62	R\$ 2.548,62
10 Kit Som 12 Completo	1	R\$ 4.132,50	R\$ 4.132,50
11 Projetor Epson Powerlite E20 3LCD, XGA, 3.400 Lumens, Conexão HDMI, Bivolt - V11H981020	6	R\$ 3.154,00	R\$ 18.924,00
12 Mesa Pista Quente + Condimentadora Hambúrguer Hamburgueria	1	R\$ 987,00	R\$ 987,00
13 Fogão Industrial 4 bocas preto com forno	1	R\$ 2.106,00	R\$ 2.106,00
14 Impressora de Recibos Epson TM - T20X Serial-USB	1	R\$ 609,00	R\$ 609,00
15 Ar-condicionado Lg Dual Inverter Voice + IA 9000 Btus	4	R\$ 2.399,00	R\$ 9.596,00
16 Máquina de Sorvete	1	R\$ 21.390,00	R\$ 21.390,00
17 Pista Fria	1	R\$ 379,99	R\$ 379,99
18 Máquininha de Cartão Ton T3 Smart	1	R\$ 298,80	R\$ 298,80
19 Chopeira Elétrica Larken 55 Litros	1	R\$ 3.799,00	R\$ 3.799,00
Total			R\$ 84.949,72

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.3.4.5 Materiais de informática

Este tópico aborda os bens necessários para a operação da empresa no quesito da área de informática. Segue a Imagem que o representa.

Imagem 58 – Materiais de informática

Materiais de Informática			
Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1 Galaxy Book4	4	R\$ 3.419,10	R\$ 13.676,40
2 Mouse com fio USB Logitech M90	4	R\$ 28,81	R\$ 115,24
3 Mouse Pad Ergonômico Confort com Apoio para Punho Reliza Preto	4	R\$ 25,80	R\$ 103,20
4 HP Smart Tank 581	1	R\$ 809,10	R\$ 809,10
5 Windows 11+Office	4	R\$ 170,91	R\$ 683,64
6 Samsung Galaxy A55 5G	1	R\$ 1.844,10	R\$ 1.844,10
7 Roteador TP Link Mesh Gigabit Wi-Fi 5GHz	1	R\$ 229,90	R\$ 229,90
8 Sistema de Alarme (+Instalação)	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
9 Criação do Site	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
10 Domínio do site	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00
Total			R\$ 22.501,58

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.3.4.6 Móveis e Utensílios

Os móveis e utensílios são os itens que mobíliam e equipam a empresa para seu funcionamento. Segue a imagem que o representa.

Figura 59 – Móveis e utensílios

Móveis e Utensílios				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Jogo De Mesa De Bar 70x70 C/4 Cadeiras Dobráveis Estofadas	15	R\$ 462,88	R\$ 6.943,20
2	Multifatiador elétrico Britânia 150W	1	R\$ 314,91	R\$ 314,91
3	Fatiador de Alimentos	1	R\$ 45,29	R\$ 45,29
4	Garfo aço inox	48	R\$ 1,09	R\$ 52,36
5	Colher de Sobremesa 18 cm Aço inox	60	R\$ 0,91	R\$ 54,79
6	Colher de Sobremesa 16cm Aço inox	60	R\$ 1,05	R\$ 62,70
7	Facas Aço Inox	48	R\$ 1,05	R\$ 50,61
8	Prato Raso Branco 24cm	50	R\$ 14,74	R\$ 737,20
9	Prato Sobremesa 18cm	30	R\$ 3,99	R\$ 119,68
10	Espatula Curva Aço Inox (25,5cm)	2	R\$ 35,00	R\$ 70,00
11	Prensador Inox + Abafador para Hambúrguer	1	R\$ 170,00	R\$ 170,00
12	Conjunto Gadgets de Aço Inox (4 peças)	1	R\$ 54,98	R\$ 54,98
13	Jogo 12 Utensílios de Silicone	1	R\$ 36,54	R\$ 36,54
14	Conjunto 4 Facas Tramontina Plenus em Aço Inox	1	R\$ 39,90	R\$ 39,90
15	Torneira Luxo para Cozinha Aço Inox	1	R\$ 192,00	R\$ 192,00
16	Conjunto de Panelas Teflon (13 peças)	1	R\$ 297,15	R\$ 297,15
17	Estante Aço 5 Bandejas	2	R\$ 184,99	R\$ 369,98
18	Conjunto com 3 Peneiras Aço Inox	1	R\$ 17,28	R\$ 17,28
19	Depurador de Ar 220v	1	R\$ 302,31	R\$ 302,31
20	Conjunto 5 Bowls Tigelas Aço Inox	1	R\$ 99,90	R\$ 99,90
21	Mesa de escritório	3	R\$ 450,97	R\$ 1.352,91
22	Cadeira de Escritório	3	R\$ 149,90	R\$ 449,70

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Figura 60 – Móveis e utensílios 2

23	Mesa Refeitório 8 lugares	1	R\$ 1.220,63	R\$ 1.220,63
24	Modelador para Ovo	12	R\$ 7,40	R\$ 88,80
25	Touca descartável (Pacote 100 unidades)	2	R\$ 11,90	R\$ 23,80
26	Luva Descartável Nitrílica (Pacote 100 unidades)	2	R\$ 39,25	R\$ 78,50
27	Chapa Bifeteira (Uso para os Veganos)	1	R\$ 43,90	R\$ 43,90
28	kit Garfo/Faca Refeição Cor Branca - 50 Unidades	4	R\$ 28,32	R\$ 113,28
29	Guardanapo 6.000 Unidades Personalizável 1 Cor Sachês 2x1	3	R\$ 475,00	R\$ 1.425,00
30	Kit C/50 Prato Quadrado Plástico P/ Refeições Lanches Preto	1	R\$ 57,85	R\$ 57,85
31	Copo de Papel 400 ml - 50 unidades	70	R\$ 65,05	R\$ 4.553,50
32	Kit 24 Canecas de Chopp - 350ml	2	R\$ 197,87	R\$ 395,74
33	Torre de Chopp 3l	10	R\$ 208,49	R\$ 2.084,90
34	Travessa para Sorvete 250ml - kit com 10	1	R\$ 385,00	R\$ 385,00
Total				R\$ 22.304,29

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.3.4.7 Uniformes

Os uniformes são roupas usadas pelos colaboradores que contribuem para identificação dele na empresa além de potencializar a imagem da marca. Segue a imagem que o representa.

Figura 61 – Uniformes

Uniformes				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Camisa Social Manga Longa Personalizada	10	R\$ 119,00	R\$ 1.190,00
2	Camisa Polo Personalizada	20	R\$ 89,00	R\$ 1.780,00
3	Calça Cargo	20	R\$ 77,90	R\$ 1.558,00
4	Avental	8	R\$ 28,00	R\$ 224,00
5	Bandana	8	R\$ 18,23	R\$ 145,80
6	Sapato-Cozinha	3	R\$ 35,79	R\$ 107,37
7	Sapato-Salão	3	R\$ 69,90	R\$ 209,70
8	Mangote-Cozinha	1	R\$ 88,96	R\$ 88,96
Total				R\$ 5.303,83

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.3.4.8 Reforma do local

A reforma do local é a manutenção da parte física da empresa. A manutenção é necessária para adequar o espaço de trabalho. Segue a figura que o representa.

Figura 62 – Reforma do local

Reforma do Local				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Lata de Tinta Branca 18l	3	R\$ 299,90	R\$ 899,70
2	Kit de Utensílios para pintura de Parede	1	R\$ 69,23	R\$ 69,23
3	Preço médio Serico de Pintura (por hora)	100	R\$ 40,00	R\$ 4.000,00
4	Lâmpadas TP-LINK TAPO L530E	50	R\$ 38,90	R\$ 1.945,00
Total				R\$ 6.913,93

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.3.4.9 Funcionários

Os funcionários são os colaboradores que trabalharão na empresa. Segue a abaixo a figura que o representa.

Figura 63 – Funcionários

	Função	Salário (Hora)	(%) de Encargos Sociais	Benefícios	Total Mês
1	Chapeiro	R\$ 7,76	39,37%	R\$ 472,06	R\$ 3.224,83
2	Garçom	R\$ 8,77	39,37%	R\$ 472,06	R\$ 3.583,11
3	Auxiliar de Cozinha	R\$ 7,36	39,37%	R\$ 472,06	R\$ 3.082,93
4	Operador de Caixa	R\$ 7,45	39,37%	R\$ 472,06	R\$ 3.114,86
Total					R\$ 13.005,73

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.3.4.10 Pró-labore

O pró-labore é a remuneração dos sócios da empresa. Segue abaixo a figura que o representa.

Figura 64 – Pró-Labore

	Função	Pró-Labore	Alíquota de INSS
1	Presidente / Diretor Financeiro	R\$ 3.400,00	20%
2	Vice-Presidente / Gerente de RH	R\$ 3.400,00	20%
3	Vice-Presidente / Diretor de Marketing	R\$ 3.400,00	20%
Total		R\$ 10.200,00	
Total + Alíquota de INSS		R\$ 12.240,00	

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.3.4.11 Depreciação

A depreciação é o valor de um ativo ao decorrer do tempo que a empresa o utiliza em função da empresa. Segue abaixo a figura que o representa.

Figura 65 – Depreciação

Ativos Fixos	Valor do Bem (R\$)	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal (R\$)
Máquinas e Equipamentos	R\$ 84.949,72	10	R\$ 8.494,97	R\$ 707,91
Movéis e Utensílios	R\$ 22.304,29	5	R\$ 4.460,86	R\$ 371,74
Materiais de Informática	R\$ 22.501,58	5	R\$ 4.500,32	R\$ 375,03
TOTAL	R\$ 129.755,59	20	R\$ 17.456,15	R\$ 1.454,68

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.3.4.12 Custo Fixo

Custo fixo é o valor a se pagar que não se altera com produção da empresa. Independente da situação, ele tem que ser pago sempre e está ligado ao produto. Segue a figura que o representa.

Figura 66 – Custos Fixos

Custos Fixos	Valor
Mão de Obra+Encargos	R\$ 13.005,73
Aluguel	R\$ 10.000,00
Total	R\$ 23.005,73

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.3.4.13 Despesas Fixas

Despesas fixas são gastos em que a empresa tem que arcar sempre, com estes gastos a empresa consegue operar e gerar receitas. Segue abaixo a figura que o representa.

Figura 67– Despesas Fixas

Despesas Fixas	Valor
Internet	R\$ 129,90
IPTU	<i>Já Incluso</i>
Mensalidade Contador	R\$ 400,00
Mensalidade Sistema	R\$ 570,00
Serviços de Terceiros	R\$ 4.800,00
Seguros	R\$ 1.000,00
Servidor Site	R\$ 150,00
Manutenção Site	R\$ 300,00
Sistema de Monitoramento	R\$ 200,00
Marketing	R\$ 3.600,00
Materiais de Consumo	R\$ 1.280,41
Pró-Labore	R\$ 12.240,00
Depreciação	R\$ 1.454,68
Domínio do Site	R\$ 3,33
Total	R\$ 24.670,31

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.3.4.14 Custos variáveis

O custo variável é o valor a se pagar que muda de acordo com o volume da produção da empresa. Segue a abaixo a figura que o representa

Imagem 68 – Custos variáveis

Custos Variáveis	Valor
Água	R\$ 529,74
Energia	R\$ 3.000,00
Gasto com Gás	<i>Incluso nos Ingredientes</i>
Total	R\$ 3.529,74

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.3.4.15 Cardápio

O cardápio é exatamente necessário em uma hamburgueria, ele é o primeiro contato do cliente com produto. Segue abaixo a precificação de cada ingrediente, incluindo o tema simulado como dito anteriormente o “espaço”.

Figura 69 – Cardápio fixo

	Produto	Custo Ingredientes	Embalagem	% Máquina de Cartão	Custos Fixos	Custos Variáveis	(%)Lucro	Impostos	Preço Final
1	Atemporal	R\$ 12,39	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	5,24%	19%	R\$ 44,99
2	Tempão	R\$ 12,00	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	6,00%	19%	R\$ 44,99
3	Frango 01	R\$ 7,59	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	14,80%	19%	R\$ 44,99
4	Frango 02	R\$ 14,57	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	8,65%	19%	R\$ 49,99
5	Vegano	R\$ 13,50	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	11,80%	19%	R\$ 49,99
7	Batata Frita 350g	R\$ 6,23	R\$ 1,40	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	27,28%	19%	R\$ 15,99
8	Batata Frita 500g	R\$ 8,77	R\$ 1,40	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	25,85%	19%	R\$ 19,99
9	Nuggets 10un	R\$ 4,95	R\$ 1,73	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	39,60%	19%	R\$ 17,99
10	Nuggets 20un	R\$ 9,62	R\$ 1,73	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	25,12%	19%	R\$ 21,99
12	Onion Rings 10un	R\$ 4,24	R\$ 1,73	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	36,90%	19%	R\$ 14,99
13	Onion Rings 20un	R\$ 8,48	R\$ 1,73	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	25,65%	19%	R\$ 19,99
14	Caneca de Chopp	R\$ 5,92	Não Aplicado	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	9,98%	19%	R\$ 8,99
15	Torre de Chopp	R\$ 50,70	Não Aplicado	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	4,29%	19%	R\$ 69,99
16	Coca Cola	R\$ 3,79	R\$ 1,03	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	7,77%	19%	R\$ 6,99
17	Coca Cola Zero	R\$ 3,79	R\$ 1,03	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	7,77%	19%	R\$ 6,99
18	Fanta Uva	R\$ 3,39	R\$ 1,03	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	13,49%	19%	R\$ 6,99
19	Fanta Laranja	R\$ 3,39	R\$ 1,03	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	13,49%	19%	R\$ 6,99
20	Fanta Guaraná	R\$ 3,29	R\$ 1,03	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	14,93%	19%	R\$ 6,99
21	Sprite	R\$ 3,29	R\$ 1,03	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	14,93%	19%	R\$ 6,99
22	DelValle Uva	R\$ 3,49	R\$ 1,03	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	12,07%	19%	R\$ 6,99
23	DelValle Goiaba	R\$ 3,39	R\$ 1,03	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	13,49%	19%	R\$ 6,99
24	DelValle Pêssego	R\$ 3,49	R\$ 1,03	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	12,07%	19%	R\$ 6,99
25	Água Crystal s/gás	R\$ 1,69	R\$ 1,03	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	8,56%	19%	R\$ 3,99
26	Água Crystal c/gás	R\$ 1,99	R\$ 1,03	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	16,21%	19%	R\$ 4,99
27	Casquinha de Sorvete	R\$ 1,66	R\$ 0,08	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	41,86%	19%	R\$ 4,99

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Figura 70 – Cardápio simulado com o tema Espaço

28	Sol	R\$ 21,44	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	8,55%	19%	R\$ 59,99
29	Mercúrio	R\$ 12,32	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	6,00%	19%	R\$ 44,99
30	Vênus	R\$ 11,19	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	8,50%	19%	R\$ 44,99
31	Terra	R\$ 11,73	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	7,30%	19%	R\$ 44,99
32	Marte	R\$ 11,30	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	8,25%	19%	R\$ 44,99
33	Júpiter	R\$ 14,58	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	14,82%	19%	R\$ 54,99
34	Saturno	R\$ 14,50	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	14,97%	19%	R\$ 54,99
35	Urano	R\$ 12,82	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	12,16%	19%	R\$ 49,99
36	Netuno	R\$ 14,12	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	9,56%	19%	R\$ 49,99
37	Galáxia	R\$ 23,32	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	5,42%	19%	R\$ 59,99
38	Lua	R\$ 12,65	R\$ 1,93	4,27%	R\$ 16,37	R\$ 1,16	12,50%	19%	R\$ 49,99
39	Anéis de Saturno	R\$ 15,28	R\$ 1,73	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	20,01%	19%	R\$ 29,99
40	Raios Solares	R\$ 15,18	R\$ 1,73	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	20,34%	19%	R\$ 29,99
41	Porção Buraco Negro	R\$ 17,74	R\$ 1,73	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	13,48%	19%	R\$ 29,99
42	Cinturão de Asteróides	R\$ 16,59	R\$ 1,73	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	15,64%	19%	R\$ 29,99
43	Sobremesa Buraco Negro	R\$ 15,88	Não Aplicado	4,27%	Não Aplicado	Não Aplicado	5,40%	19%	R\$ 29,99

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.3.4.16 Estimativas.

As estimativas funcionam como previsões de faturamento de cada produto ofertado pela empresa. Para realizar nós realizamos uma visita técnica em uma hamburgueria real e realizamos uma estimativa de vendas idênticas a deles. A hamburgueria se chama The Geek, localizada em Jundiaí realizamos a visita dia 22 de setembro as 19 horas. Após a visita coletamos as informações. Segue a abaixo a figura que o representa.

Figura 71 – Estimativas

Produto	Estimativa de Custo			Estimativa de Vendas	
	Vendas Unitárias	Custo Unitário	Custo da Mercadoria	Preço de Venda Unitário	Faturamento
Atemporal	195	R\$ 12,39	R\$ 2.415,47	R\$ 44,99	R\$ 8.773,05
Tempão	189	R\$ 12,00	R\$ 2.268,57	R\$ 44,99	R\$ 8.503,11
Frango 01	189	R\$ 7,59	R\$ 1.433,57	R\$ 44,99	R\$ 8.503,11
Frango 02	189	R\$ 14,57	R\$ 2.753,92	R\$ 49,99	R\$ 9.448,11
Vegano	189	R\$ 13,50	R\$ 2.550,93	R\$ 49,99	R\$ 9.448,11
Batata Frita 350g	60	R\$ 6,23	R\$ 373,61	R\$ 15,99	R\$ 959,40
Batata Frita 500g	60	R\$ 8,77	R\$ 526,49	R\$ 19,99	R\$ 1.199,40
Nuggets 10un	60	R\$ 4,95	R\$ 297,05	R\$ 17,99	R\$ 1.079,40
Nuggets 20un	60	R\$ 9,62	R\$ 577,31	R\$ 21,99	R\$ 1.319,40
Onion Rings 10un	60	R\$ 4,24	R\$ 254,40	R\$ 14,99	R\$ 899,40
Onion Rings 20un	60	R\$ 8,48	R\$ 508,80	R\$ 19,99	R\$ 1.199,40
Caneca de Chopp	150	R\$ 5,92	R\$ 887,25	R\$ 8,99	R\$ 1.348,50
Torre de Chopp	16	R\$ 50,70	R\$ 811,20	R\$ 69,99	R\$ 1.119,84
Coca Cola	280	R\$ 3,79	R\$ 1.061,20	R\$ 6,99	R\$ 1.957,20
Coca Cola Zero	275	R\$ 3,79	R\$ 1.042,25	R\$ 6,99	R\$ 1.922,25
Fanta Uva	275	R\$ 3,39	R\$ 932,25	R\$ 6,99	R\$ 1.922,25
Fanta Laranja	275	R\$ 3,39	R\$ 932,25	R\$ 6,99	R\$ 1.922,25
Fanta Guaraná	275	R\$ 3,29	R\$ 904,75	R\$ 6,99	R\$ 1.922,25
Sprite	275	R\$ 3,29	R\$ 904,75	R\$ 6,99	R\$ 1.922,25
DelValle Uva	275	R\$ 3,49	R\$ 959,75	R\$ 6,99	R\$ 1.922,25
DelValle Goiaba	275	R\$ 3,39	R\$ 932,25	R\$ 6,99	R\$ 1.922,25
DelValle Pêssego	275	R\$ 3,49	R\$ 959,75	R\$ 6,99	R\$ 1.922,25
Água Crystal s/gás	275	R\$ 1,69	R\$ 464,75	R\$ 3,99	R\$ 1.097,25
Água Crystal c/gás	275	R\$ 1,99	R\$ 547,25	R\$ 4,99	R\$ 1.372,25

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Figura 72–Estimativas 2

Casquinha de Sorvete	1515	R\$ 1,66	R\$ 2.513,39	R\$ 4,99	R\$ 7.559,85
Sol	189	R\$ 21,44	R\$ 4.051,22	R\$ 59,99	R\$ 11.338,11
Mercúrio	189	R\$ 12,32	R\$ 2.328,86	R\$ 44,99	R\$ 8.503,11
Vênus	189	R\$ 11,19	R\$ 2.114,34	R\$ 44,99	R\$ 8.503,11
Terra	189	R\$ 11,73	R\$ 2.216,03	R\$ 44,99	R\$ 8.503,11
Marte	189	R\$ 11,30	R\$ 2.134,94	R\$ 44,99	R\$ 8.503,11
Júpiter	189	R\$ 14,58	R\$ 2.756,00	R\$ 54,99	R\$ 10.393,11
Saturno	189	R\$ 14,50	R\$ 2.741,26	R\$ 54,99	R\$ 10.393,11
Urano	189	R\$ 12,82	R\$ 2.423,55	R\$ 49,99	R\$ 9.448,11
Netuno	189	R\$ 14,12	R\$ 2.669,25	R\$ 49,99	R\$ 9.448,11
Galáxia	189	R\$ 23,32	R\$ 4.406,91	R\$ 64,99	R\$ 12.283,11
Lua	189	R\$ 12,65	R\$ 2.391,23	R\$ 49,99	R\$ 9.448,11
Anéis de Saturno	60	R\$ 15,28	R\$ 916,86	R\$ 29,99	R\$ 1.799,40
Raios Solares	60	R\$ 15,18	R\$ 910,62	R\$ 29,99	R\$ 1.799,40
Porção Buraco Negro	60	R\$ 17,74	R\$ 1.064,10	R\$ 29,99	R\$ 1.799,40
Cinturão de Asteróides	60	R\$ 16,59	R\$ 995,40	R\$ 29,99	R\$ 1.799,40
Sobremesa Buraco Negro	303	R\$ 15,88	R\$ 4.812,55	R\$ 29,99	R\$ 9.086,97

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

6.3.4.17 Cenários

Os cenários são possíveis resultados que podem acontecer na empresa em consequência a operação e gestão da empresa, para termos um nível maior de precisão dividimos os cenários e três partes: pessimista, provável e otimista.

Imagem 73 – Cenários

Descrição	Cenário Pessimista		Cenário Provável		Cenário Otimista	
	Valor (R\$)	Quantidade	Valor (R\$)	Quantidade	Valor (R\$)	Quantidade
Faturamento Total	R\$ 129.593,67	4460	R\$ 204.213,56	8644	R\$ 367.584,41	15559
Custo Variável Total	R\$ 78.246,59	4460	R\$ 117.796,47	8644	R\$ 209.209,86	15559
(-)Custo Mercadoria Vendida (CMV)	R\$ 44.560,40	-	R\$ 66.746,24	-	R\$ 120.143,23	-
(-)Impostos	R\$ 24.622,80	-	R\$ 38.800,58	-	R\$ 69.841,04	-
(-)Gastos com Vendas	R\$ 5.533,65	-	R\$ 8.719,92	-	R\$ 15.695,85	-
Margem de Contribuição	R\$ 51.347,08	-	R\$ 86.417,09	-	R\$ 158.374,55	-
(-)Custos fixos totais	R\$ 49.613,38	-	R\$ 49.613,38	-	R\$ 49.613,38	-
Lucro/Prejuízo	R\$ 1.733,70	-	R\$ 36.803,71	-	R\$ 108.761,17	-

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

7. RESULTADOS

Neste capítulo será abordado a visão de cada integrante do grupo com resultados do projeto. Afim de mostrar os resultados de pesquisa.

7.1 Análises do grupo

Do ponto de vista estratégico, as análises realizadas mostram que o mercado de hamburgueria temática é muito competitivo, e exige inovação contínua. Dentre estes desafios um dos principais estão os custos instáveis e a variação dos ingredientes com ênfase em produtos que precisam estar frescos. Além de, troca quase que frequente de temas para implementar e manter a qualidade destes produtos com base nos gostos dos clientes.

Por outro lado, a temporal se diferencia justamente na troca de temas e propõe a oportunidade de se diferenciar pela experiência imersiva com a sazonalidade. Mantendo o cliente engajado e com isso fechando as pontas soltas.

Já o Plano de Marketing, concorda com essas análises quando os resultados mostram que a temporal definiu suas metas a cumprir mapeado sua missão visão e valores, comprometendo ao proporcionar uma experiência diferenciada e imersiva. Com a reutilização e otimização dos itens temáticos com o viés de sustentabilidade. Diminuindo custos desnecessários.

Do ponto de vista do plano operacional, os resultados obtidos apontam que se a produção máxima diária for 210 lanches, atenderia as expectativas de demandas, onde em dias considerados sem movimento, corresponde a 100 lanches por dia, e em dias com grande movimento, esse valor dobra, passando a ser 200 lanches por dia, e isso estaria alinhado com a Estratégia.

Do ponto de vista financeiro, há certa incerteza quanto a viabilidade da empresa, já que consta com altos custos para se manter, porém a demanda, caso seja correspondida, supre os custos e traz certo lucro à empresa.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Temporal Lanches, uma Hambuergueria dedicada a diversas variedades de produtos por meio da sazonalidade de eventos, funcionaria como uma Hamburgueria Tradicional, nos quesitos ofertas de lanches, porém com um diferencial: oferecer o serviço de consumir nossos produtos em um mundo (ambiente) totalmente diferente do habitual, mergulhando os clientes em uma experiência de diversos universos fictícios, onde o consumo se torna apenas uma consequência do serviço oferecido. Tudo isso com um tipo de sazonalidade de eventos. A cada três meses, trocaremos a temática Hamburgueria, incluindo cardápios e ambiente, renovando assim a experiência de cada visita.

No que se entende por hamburguerias temáticas sazonais, a exclusividade da Temporal se destaca, mas ao mesmo tempo pode ser prejudicial. A inovação do setor torna a análise volátil, exigindo que se busquem referências em empresas similares para dados concretos, assim reduzindo-se a margem de erro.

A grande resposta para a pergunta do objetivo geral também é incerta, mas o que se destaca em todo o trabalho é que o investimento inicial para a Temporal Lanches é elevado, e se implantado pode ser uma jogada ousada e arriscada.

A demanda consegue suprir os custos com base nos comércios parecidos estudados e na visita a uma hamburgueria real. Se a Temporal for bem posicionada e seguir rigorosamente os elementos do plano de negócios estudados na pesquisa, ela poderá ser implementada no Brasil, mais precisamente em Jundiaí, no estado de São Paulo. Assim, poderá se tornar um comércio de sucesso, mesmo sendo financeiramente desafiador.

Mesmo que inovador, os dados mostraram que não há tanta surpresa em diferenciar o ambiente de alimentação com outras experiências de imersão. Em nossa pesquisa, 51% das pessoas já comeram em uma hamburgueria temática e 94% das pessoas acham a temática uma inovação, demonstrando uma adesão e retorno à ideia inovadora. Logo, a alteração das temáticas promete ser algo inovador e com bom retorno para os criadores da empresa. Com isso, comprovamos nossa hipótese, e a implementação da Temporal Lanches sanaria a falta de inovação no setor de

hamburguerias. Otimizando os recursos e reutilizando-os, conseguimos controlar alguns dos custos, diminuindo um dos problemas do ambiente interno. Já para o ambiente externo, estudamos e analisamos o tempo certo para promoções e aumentos de preços, se necessário, conforme análises com regressão linear e a inflação, conforme analisado nas pesquisas anteriores.

Como fonte para futuras pesquisas no comércio de hamburguerias temáticas ou semelhantes, aconselhamos um bom estudo dos custos para implementação, fluxo da operação e análises setoriais com ênfase em análise por renda per capita de acordo com o branding necessário. É importante reunir essas informações e aplicá-las ao estudar sobre o assunto.

Ao longo do trabalho, encontramos problemas justamente pela falta de referência, e esperamos que este trabalho possa sanar essa lacuna no futuro. Agradecemos a confiança em utilizar um dos documentos da ETEC de Campo Limpo Paulista como fonte.

Gostaríamos de agradecer a toda a equipe da ETEC de Campo Limpo Paulista por proporcionar professores capacitados e fornecer recursos para termos a experiência única de criar um TCC com amigos queridos e nos disponibilizar tempo para isso.

REFERÊNCIAS

ABRAHÃO. **Como reduzir o consumo de energia de um restaurante?**. Disponível em: <<https://www.abrahao.com.br/blog/administracao/consumo-de-energia-restaurante>>. Acesso em: 12 Out. 2024

ABRAHÃO. **Inovação em bares e restaurantes: mudando a experiência do cliente.** Disponível em: <<https://www.abrahao.com.br/blog/tecnologia-e-tendencias/inovacao-bares-e-restaurantes>>. Acesso em: 15 Jun. 2024

ABRAHÃO. **7 passos para definir o tamanho das porções no cardápio.** Disponível em: <<https://www.abrahao.com.br/blog/cardapio/tamanho-porcoes-cardapio>>. Acesso em: 11 Out. 2024

ARIONPEREIRA. **Plano Operacional.** Disponível em: <<https://pt.scribd.com/presentation/429098192/Plano-Operacional>>. Acesso em: 15 Ago. 2024

BRASIL, I. **Salários das empresas e profissões.** Disponível em: <<https://www.infojobs.com.br/salarios>>. Acesso em: 25 Mai. 2024

BURGUER MEGA SUPER. **Como calcular a quantidade de ingredientes para o hambúrguer.** Disponível em: <<https://redeglobo.globo.com/sp/eptv/Super-Mega-Burger/noticia/como-calculer-a-quantidade-de-ingredientes-para-o-hamburger.ghml>>. Acesso em: 03 Out. 2024

CAMARGO, B. OLIVEIRA. **Plano de negócios para implantação de uma hamburgueria na cidade de Santa Cruz do Rio Pardo- SP. Sp.gov.br, 2021.O que é fast food? Conheça o milionário mercado de comidas rápidas | Delivery Much Blog.** Disponível em: <<https://blog.deliverymuch.com.br/o-que-e-fast-food/>>. Acesso em: 29 Out. 2024

CAZEIRO, L. **Escala de Trabalho: Conheça os Principais Tipos Previstos Pela CLT.** Disponível em: <<https://tangerino.com.br/blog/escala-de-trabalho-de-acordo-com-a-clt/>>. Acesso em: 30 Mai. 2024

CHAVES, N. **Quanto tempo demora para fritar batata?**. Disponível em: <<https://segredosdacomida.com.br/quanto-tempo-demora-para-fritar-batata/>>. Acesso em: 11 Out. 2024

CHEF. **Na medida certa - O que é exatamente uma pitada de sal? Quantas colheres de sopa de um líquido qualquer dá pra colocar numa xícara? - Chefachef.** Disponível em: <<https://chefachef.com.br/2019/05/13/na-medida-certa-o-que-e-exatamente-uma-pitada-de-sal-quantas-colheres-de-sopa-de-um-liquido-qualquer-da-pra-colocar-numa-xicara/>>. Acesso em: 03 Out. 2024

CONVERSOR-DE-MEDIDAS.COM, E. **1 colher de chá de molho de soja em gramas.** Disponível em: <<https://conversor-de-medidas.com/culinaria-vm/--1--colher-de-ch%C3%A1--de--molho-de-soja--em--grama>>. Acesso em: 03 Out. 2024

CURSOS AVANTE. **Curso Online de Formação Continuada e Atualização - Cursos Avante.** Disponível em: <<https://cursosavante.com.br/shop/>>. Acesso em: 12 Set. 2024

CYBERCOOK. **Filé de Frango Grelhado.** Disponível em: <<https://cybercook.com.br/receitas/aves/file-de-frango-grelhado-85340>>. Acesso em: 11 Out. 2024

DOS, M. **Maioria dos moradores de Sorocaba e Jundiaí é mulher, aponta Censo do IBGE.** Disponível em: <<https://www.google.com/amp/s/g1.globo.com/google/amp/sp/sorocaba-jundiai/noticia/2023/10/27/censo-2022-ibge-divulga-dados-sobre-idade-e-sexo-da-populacao-de-sorocaba-e-jundiai.ghml>>. Acesso em: 10 Jun. 2024

EQUIPE CONAQ. **Regras Básicas da Anvisa: Legislação-Conaq.** Disponível em: <<https://conaq.com.br/regras-basicas-da-anvisa-legislacao/>>. Acesso em: 22 Abr. 2024

FÉRIA, L. **Foodservice deve atingir nível pré-pandemia apenas em 2023 .** Disponível em: <<https://mercadoeconsumo.com.br/06/06/2022/destaque-do-dia/com-retomada-dos-habitos-do-consumidor-foodservice-deve-voltar-aos-niveis-pre-pandemia-em-2023/?cn-reloaded=1>>. Acesso em: 09 Set. 2024

FINN SEGUROS. **Quanto custa um seguro empresarial? Descubra | FINN Seguros.** Disponível em: <<https://finnseguros.com.br/quanto-custa-um-seguro-empresarial/>>. Acesso em: 12 Out. 2024

GULARTE, C. **Serviços de Contabilidade: Quanto custa um contador? Preços e outras informações.** Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/servicos-de-contabilidade-precos/>>. Acesso em: 13 de Out. 2024

KATAYOSE RENÊ - **G-3M-PM. Renê Katayose - G-3M-PM.** Disponível em: <<https://www.renekatayose.com.br/g-3m-pm>>. Acesso em: 20 Ago. 2024

LEONARDO, A. et al. **Centro estadual de educação tecnológica paula souza escola técnica estadual irmã agostina -classe descentralizada ceu cidade dutra.** [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/13270/1/Hamburgueria%20-%20Boards%20Burguers.pdf>>. Acesso em: 11 Set. 2024

ONTES, G. **Batatas P, M e G do McDonald's têm a mesma quantidade? O UOL testou.** Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2021/06/22/mcdonalds-batata-frita-tamanho.htm>>. Acesso em: 11 Out. 2024

REDAÇÃO. **Em alta, mercado de hamburguerias não para de crescer e atrair mais empreendedores | ASN São Paulo - Agência Sebrae de Notícias.** Disponível em: <<https://sp.agenciasebrae.com.br/cultura-empreendedora/em-alta-mercado-de->

hamburguerias-nao-para-de-crescer-e-atrair-mais-empreendedores/>. Acesso em: 23 Ago. 2024

RODRIGUES, F. **O Imperialismo Sedutor - Antonio Pedro Tota** . Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/341655964/O-Imperialismo-Sedutor-Antonio-Pedro-Tota>>. Acesso em: 10 Set. 2024

ROHR, R. **Planejamento de RH: como elaborar passo a passo**. Disponível em: <<https://mereio.com/blog/planejamento-de-rh/>>. Acesso em: 11 Set. 2024

SABORES AJINOMOTO. **Batata frita**. Disponível em: <<https://www.saboresajinomoto.com.br/receita/batata-frita>>. Acesso em: 11 Out. 2024

SOUZA, E. **Sanduche Natural com Frango e Requeijão Light**. Disponível em: <<https://nutrium.com/p/emanuelyssouza/recipes/334514>>. Acesso em: 09 Out. 2024

SUPER EPI. **Mangote Alta Performance Resistente ao Corte e Rasgo 55Cm Econocut5m Delta Plus CA 41403**. Disponível em: <<https://www.superepi.com.br/mangote-alta-performance-resistente-ao-corte-e-rasgo-55cm-econocut5m-delta-plus-ca-41403-p1051981?>>. Acesso em: 12 Set. 2024

SUVINIL. **Um litro de tinta pinta quantos metros quadrados?** Disponível em: <<https://www.suvinil.com.br/blog/um-litro-de-tinta-pinta-quantos-metros-quadrados>>. Acesso em: 11 Out. 2024

SWIFT. **Peito Bovino Combo de 1,3kg a 1,8kg - Swift**. Disponível em: <<https://www.swift.com.br/peito-bovino-combo-kg/p>>. Acesso em: 09 Out. 2024

SWIFT. **Acém Combo 1kg a 2,6Kg - Swift**. Disponível em: <<https://www.swift.com.br/acem-porcionado-combo-kg/p>>. Acesso em: 09 Out. 2024

TENDA ATACADO. **Tenda Atacado**. Disponível em: <https://www.tendaatacado.com.br/produto/manteiga-com-sal-tirolez-500g-22185?srsId=AfmBOooP5KsQcchCLLPdfXRWUYf0glOvwx1SdxwsBZ0zgz3pj0tLN P8wYQM®ion_id=000018>. Acesso em: 09 Out. 2024

TENDA ATACADO. **Tenda Atacado**. Disponível em: <https://www.tendaatacado.com.br/produto/requeijao-cremoso-catupiry-tradicional-1-5kg-8772?srsId=AfmBOopjtL2S_R1QrBZ1fa97JKTiqbVvFR3Ax0dUINK9E-bx3Du0u0hw9DQ®ion_id=000018>. Acesso em: 09 Out. 2024

TENDA ATACADO. **Tenda Atacado**. Disponível em: <https://www.tendaatacado.com.br/produto/linguica-de-frango-seara-700g-5506?srsId=AfmBOoorOoZTkqvYp7HnMYuDwHQ7PhREj55YFXtHjwnHU91FUSQz uvwDC8M®ion_id=000018>. Acesso em: 11 Out. 2024

TENDA ATACADO. **Tenda Atacado**. Disponível em: <<https://www.tendaatacado.com.br/produto/farinha-de-rosca-pq-1kg->

16945?srsItd=AfmBOooThh53-GC3ToOcVXgfV6IPBN8_q7jehI25akg31I52gSnE7Kx0WV0®ion_id=000018>. Acesso em: 11 Out. 2024

TENDA ATACADO. **Tenda Atacado.** Disponível em: <https://www.tendaatacado.com.br/produto/creme-de-leite-italac-200g-1419?region_id=000018>. Acesso em: 11 Out. 2024

TENDA ATACADO. **Tenda Atacado.** Disponível em: <<https://www.tendaatacado.com.br/busca?q=manteiga>>. Acesso em: 11 Out. 2024

TENDA ATACADO. **Tenda Atacado.** Disponível em: <<https://www.tendaatacado.com.br/busca?q=sprite>>. Acesso em: 15 Out. 2024

TENDA ATACADO. **Tenda Atacado.** Disponível em: <https://www.tendaatacado.com.br/produto/batata-congelada-corte-caseiro-bem-brasil-1-05kg-25402?region_id=000018>. Acesso em: 15 Out. 2024

TENDA ATACADO. **Tenda Atacado.** Disponível em: <https://www.tendaatacado.com.br/produto/nuggets-de-frango-sadia-700g-26752?region_id=000018>. Acesso em: 15 Out. 2024

TORRES, V. **Anexo I simples nacional: Tabela completa de atividades, guias, alíquotas e impostos 2024.** Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/anexo-1-simples-nacional/?>>. Acesso em: 24 Out. 2024

TORRES, V. **Quanto ganha um designer gráfico no Brasil? Confira salários.** Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/quanto-ganha-um-designer-grafico/#qual-e-o-valor-da-hora-do-designer-grafico>>. Acesso em: 06 Abr. 2024

TRAY TECNOLOGIA. **Cesta N? 1 - Joate Cestas de Alimentos.** Disponível em: <<https://797647.commercesuite.com.br/cestas-basicas/cesta-no-1>>. Acesso em: 27 Mai. 2024

TRAY TECNOLOGIA. **Chapa Bifeteira Para Fogo e Churrasqueira de Madeira.** Disponível em: <<https://www.casametais.com.br/jardim-e-lazer/churrasqueiras/chapa-bifeteira-para-fogao-e-churrasqueira-alca-de-madeira?parceiro=6538>>. Acesso em: 25 Set. 2024

TUDO SOBRE FRITADEIRAS. **Hambúrguer Perfeito.** Disponível em: <https://youtu.be/mbkPVueLWvU?si=fWxGXByz0_jJ92IZ>. Acesso em: 15 Out. 2024

APÊNDICE

Potencial Mercado

Histórico de Consumo de Hambúrguer

A humanidade já consome alimentos parecidos com o atual hambúrguer desde antes do nome hambúrguer existir, já que algumas tribos Mongóis do século XIII se alimentavam de carne amassada e assada junto com pão, porém, o nome e a forma atual do hambúrguer data do século XIX na cidade de Hamburgo na Alemanha, e, posteriormente, imigrantes alemães levaram a receita para a América, onde se iniciou a grande popularização do hambúrguer.

Antônio Pedro Tota em seu livro “O Imperialismo Sedutor: A americanização do Brasil na época da Segunda Guerra” analisa que após a Segunda Guerra Mundial o Brasil sofreu uma americanização, ou seja, muito, ficou muito parecido com a América da época, já que com a vitória americana, sua cultura se difundiu por todo o mundo, seja por meio dos filmes, rádio, pela idealização do sonho de vida americano, ou por meio da culinária, onde se popularizou o hambúrguer. O primeiro hambúrguer brasileiro foi servido na cidade do Rio de Janeiro em 1952, na lanchonete Bob’s Bar, propriedade do tenista americano Robert Falkenburg. A novidade se espalhou por todo o país, muito pela praticidade e velocidade oferecida pela refeição, mas também por conta dos meios de comunicação, pois muito do estilo de vida americano era passado nesses.

A partir da praticidade e da velocidade do consumo de hambúrguer, foi criado um modelo de produção dos alimentos conhecido como *fast-food*, que traduzindo se refere a alimentação rápida. Com a chegada das gigantes redes de fast-food no Brasil, o Mc Donald’s e o Burger King, o hambúrguer passou a ser mais visto como um alimento prático e barato, muito consumido por jovens. Antes da implementação do sistema de fast-food a alimentação era muito diferente, já que com a chegada desse método a alimentação passou a ser formatada “Essas empresas, que num primeiro momento foram as americanas e, posteriormente passaram a ser originárias de diversos países, elaboraram um “ritual” formatado e aos consumidores cabia apenas segui-lo: a expansão do McDonald’s é um exemplo claro dessa formatação” (Ortigoza, 1997). Porém, nos últimos anos o alimento passou por uma revolução, com a criação

e propagação do hambúrguer artesanal ou gourmet. Restaurantes especializados nessa modalidade surgiram no Brasil, e a população passou a adotar aos alimentos gourmet e cada vez mais os consomem.

O Setor de Alimentação Coletiva no Pós Pandemia

A Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou, no início do ano de 2020, um alerta emergencial, de alto nível, com relação à contaminação do vírus SARS-CoV-2, popularmente conhecido como corona vírus. Com o avanço da pandemia, diversos lugares do planeta iniciaram um programa de interrupção de atividades coletivas, afim de frear a contaminação da nova doença, incluindo as atividades de restaurantes e similares, setor que inclui as hamburguerias e lanchonetes.

Monteiro, Henriques e Garcia (2021) realizaram um estudo relacionando a organização e a gestão do setor de alimentação coletiva no Pós-Covid 19. Os autores, citaram a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2017-2018, onde constou-se que do total das despesas com alimentação das famílias brasileiras, cerca de 33,9% é dedicado às refeições fora do domicílio, mas mesmo com a tendência do crescimento do setor, o avanço da COVID-19 repercutiu de forma significativa, já que as estimativas apontaram perdas econômicas de quase R\$ 50 bilhões (ABRASEL, 2020a).

Previsão e Expansão do Mercado

Ingrid Devisate, diretora-executiva do Instituto Foodservice Brasil (IFB) acredita que o mercado de restaurantes e similares tornará a crescer 7,5% a partir do ano de 2023, podendo repetir o que ocorreu entre os anos de 2011 e 2019. Paulo Solmucci, atualmente o presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), diz que o momento que vivemos é desafiador, mas já existem sinais de retomada. O setor também vive perspectivas para alta, considerando uma visão no crescimento econômico e no consumo no Brasil, e, além disso, as projeções, estimando um crescimento em torno de 3%. Além disso, uma pesquisa realizada pela Associação Nacional de Restaurantes (ANR) aponta que o setor de Restaurantes e Similares, que inclui as lanchonetes e hamburguerias, obteve um aumento de cerca de 53% nos últimos dois anos.

Diferencial Temático

Diferenciais em Restaurantes afim de Atrair o Público

Empresas no ramo de restaurantes e similares sempre passam por renovações, seja para atração de mais consumidores ou pelo cansaço do mercado. Em decorrência da pandemia do Covid-19, houve um aumento do uso da modalidade do *delivery*, onde, atualmente, uma empresa que não utiliza da modalidade se encontra em desvantagem se comparado à aquelas que aderiram ao sistema de compra. “Com a restrição de circulação e o fechamento de estabelecimentos, muitas pessoas passaram a utilizar serviços de entrega para obter alimentos, produtos e serviços, resultando em um aumento significativo na geração de lixo” (Andrade, 2023). Assim como tentativa para trazer de volta o consumo no local, foi idealizado um modelo de restaurante temático, uma Hamburgueria Temática.

A diretora-executiva do Instituto Foodservice Brasil (IFB) disse que o consumidor, apesar de ter gostado do *delivery*, quer voltar a frequentar presencialmente os restaurantes. “Além de satisfazer o paladar dos clientes com os cortes das carnes perguntando qual o melhor ponto da carne, trazer um ambiente agradável para reunir os amigos e a família para desfrutar de bons momentos” (Kruger, et al, 2023). Os autores, idealizando uma hamburgueria temática com jogos de tabuleiro, buscam a satisfação de seus clientes, não apenas no sentido alimentício, mas também com um lugar aconchegante e chamativo, afim de trazer novos clientes e fidelizar os existentes. E mesmo com a crise financeira pós-pandemia, o mercado de alimentação vive momentos de ascensão, mesmo após o setor não atingir seu potencial máximo nos anos de 2021 e 2022.

Aumento do Uso de Aplicativos *Delivery* Durante e Após a Pandemia

Nos dias atuais os consumidores tendem cada vez mais a preferir praticidade, rapidez e comodidade ao escolher um estabelecimento e o meio para comprar seus produtos, fatores que o *e-commerce* e o *m-commerce* (comércio eletrônico e comércio eletrônico realizado via dispositivos móveis, respectivamente) oferecem. Cláudio Torres em seu livro “A Bíblia do Marketing Digital” afirma que a tecnologia 3G permitiu uma melhora na comunicação móvel, assim a internet passou a fazer parte desse meio. O autor diz ainda que o comércio virtual facilita a realização de compras, com a possibilidade de escolher, comparar e receber o produto comprado sem sair de casa.

“A chegada da pandemia do Covid-19 potencializou a consolidação dos diversos aplicativos de entregas pela sociedade em geral. [...] consumidores, impossibilitados de frequentarem presencialmente os restaurantes, optaram pela praticidade dos aplicativos de *m-commerce*.” (Menighini, et al, 2021). Os autores analisam que a chegada da pandemia do Covid-19 potencializou e consolidou os aplicativos de entregas pela sociedade, onde o serviço tornou-se fundamental para que os restaurantes e similares estarem de acordo com as diretrizes sanitárias impostas, já que os consumidores foram impossibilitados de frequentarem presencialmente os restaurantes, exemplificando, o *Ifood*, considerado o principal aplicativo de *delivery* para restaurantes e similares, quase triplicou o número de pedidos mensais. Mesmo após o fim da pandemia, o uso do *delivery* ainda é alto, afinal a população continua com o uso da modalidade no consumo dos mais diversos produtos.

Aumento da Produção de Lixo em Decorrente do *Delivery*

“Com a restrição de circulação e o fechamento de estabelecimentos, muitas pessoas passaram a utilizar serviços de entrega para obter alimentos, produtos e serviços, resultando em um aumento significativo na geração de lixo” (Andrade, 2023). Ao estudar o cenário do *delivery*, em Uberlândia-MG, a autora concluiu que, o aumento do *delivery* durante a pandemia do Covid-19 trouxe consigo um aumento na geração de lixo, em especial as embalagens descartáveis, onde a comodidade que é ofertada pelo *delivery* tem como consequência um problema ambiental. Outro ponto ressaltado pela autora é que, de forma preocupante, a maioria dos entrevistados afirmaram descartar o lixo sem a devida separação dos itens, onde 41,3% dos entrevistados descartam o lixo com nenhuma separação, e 22,1% dos entrevistados separam o lixo comum do reciclável, porém entregam ambos ao serviço de coleta do lixo comum, direcionado ao aterro sanitário de Uberlândia, sem a devido fim aos itens.

Diferencial Sazonal

Por que sazonal?

O setor de restaurantes e similares sempre está se adaptando às novas tendências do mercado, assim a inovação no setor se faz necessária. No Brasil já existem diversos restaurantes temáticos, cada um deles para um público específico, e, grande parte da população vai a esses restaurantes apenas uma vez, muito por falta de interesse no tema, mas também por um “cansaço” do mesmo. A ideia de um restaurante Temático e Sazonal une a inovação afim de trazer os consumidores para o novamente para o presencial com o pensamento do Sazonal sempre mudar, ou seja, o consumidor visitará um estabelecimento diferente a cada visita, logo o cliente não cansará do temático e, caso não goste do tema, depois virá um tema que goste. Nesse pensamento, a sazonalidade faz com que o restaurante fidelize os clientes, além de trazer novos.

Materiais utilizados para pesquisa

Forms

Modelo base para a pesquisa primária realizada pelo forms. Segue as imagens correspondentes

Imagem 74 – Forms

Hamburgueria Temática Sazonal.

Olá, somos a **Temporal**, uma hamburgueria fictícia dedicada a um trabalho de conclusão de curso (TCC) da Etec de campo limpo paulista. Estamos elaborando uma pesquisa para conhecer um pouco mais nosso público à volta de, fornecer o melhor produto e serviço possível. Responda com sinceridade.

douglascamargo995@gmail.com [Mudar de conta](#)

🔒 Não compartilhado

* Indica uma pergunta obrigatória

1-Você sabe o que é uma hamburgueria temática? *

☐ Sim

☐ Não

2-Você já comeu em uma hamburgueria temática? *

☐ sim

☐ Não

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Imagem 75 – Forms

3-Um ambiente temático em uma hamburgueria é um diferencial? *

☐ Sim

☐ Não

4- Quem você levaria em uma hamburgueria temática? *

☐ Ninguém (prefiro apreciar o ambiente sozinho(a).)

☐ Família (prefiro apreciar o ambiente com minha família)

☐ Amigos(prefiro me divertir com meu amigos).

☐ Outro: _____

5- Para você, a temática em um ambiente alimentício é: *

☐ Extremamente importante

☐ de alguma importância

☐ Importante

☐ Totalmente sem importância

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Imagem 76 – Cenários

6- Para você, das hamburguerias que frequenta, qual o nível da sua satisfação: *

☐ Muito satisfatório

☐ Satisfatório

☐ De alguma satisfação

☐ Pouco satisfatório

☐ Insatisfatório

7- De acordo com a resposta da questão 6, qual seria o motivo? *

Sua resposta _____

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Imagem 77 – Cenários

8- Quais desses temas você gostaria de ver em uma hamburgueria? *

☐ Espaço

☐ Mitologia

☐ Desenho animado

☐ países

☐ heróis

☐ Outro: _____

9- De uma sugestão de temática. *

Sua resposta _____

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Imagem 78 – Cenários

10- Qual a primeira palavra ou situação que vem a mente quando ouve: (responda na próxima questão)

Sua resposta _____

° hamburgueria temática: *

Sua resposta _____

° Lanches temáticos: *

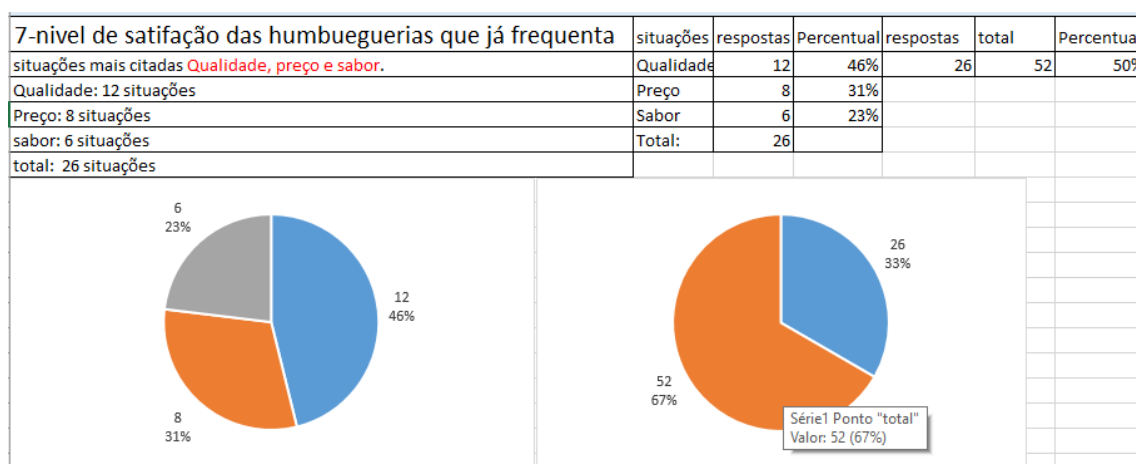
Sua resposta _____

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Perguntas Qualitativas

Aqui abordaremos as análises das perguntas qualitativas. Elaboramos uma tabela no Excel para conseguir entendê-las. Separamos por palavras-chave que mais se repetiam, contabilizamos e somamos o total que essas situações se repetiam, logo após relacionamos essas situações com o número total de respostas e assim, colocamos em um gráfico para entender e correlacionamos para agir estrategicamente. Segue abaixo as imagens correspondentes.

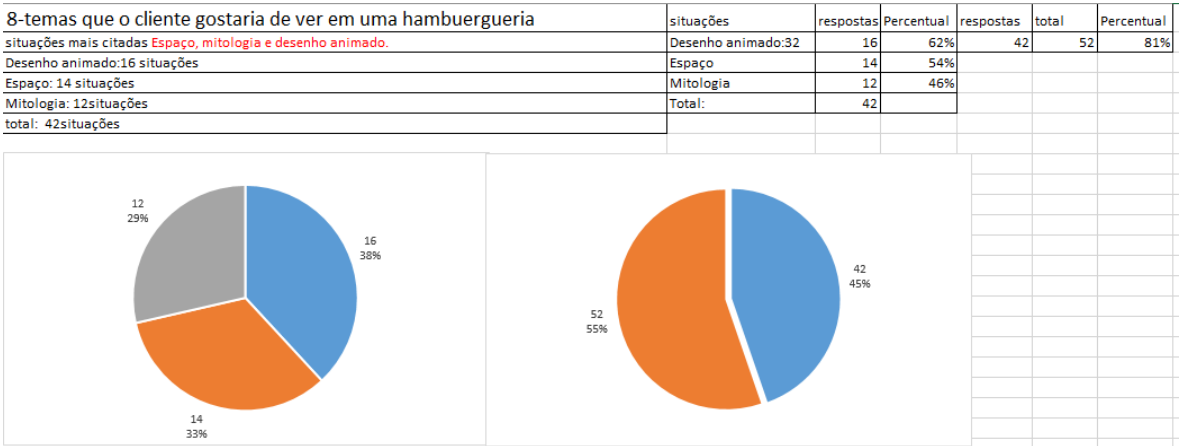
Imagem 79 – Análise das perguntas qualitativas



Fonte: elaborada pelos autores (2024)

Nesta pergunta observamos a repetição dessas três palavras: Qualidade, preço e sabor. Ao analisar observamos que há uma prevalência na palavra Qualidade. Entendemos que isso ocorre devido a preocupação com o preço que será pago e que impacta na palavra sabor que é justamente por ele que o cliente tem a preocupação com os três itens. Com estes resultados temos que se atentar ao quesito qualidade com um todo, afim de sanar esta dor do cliente por estar pagando um pouco mais em um ambiente novo.

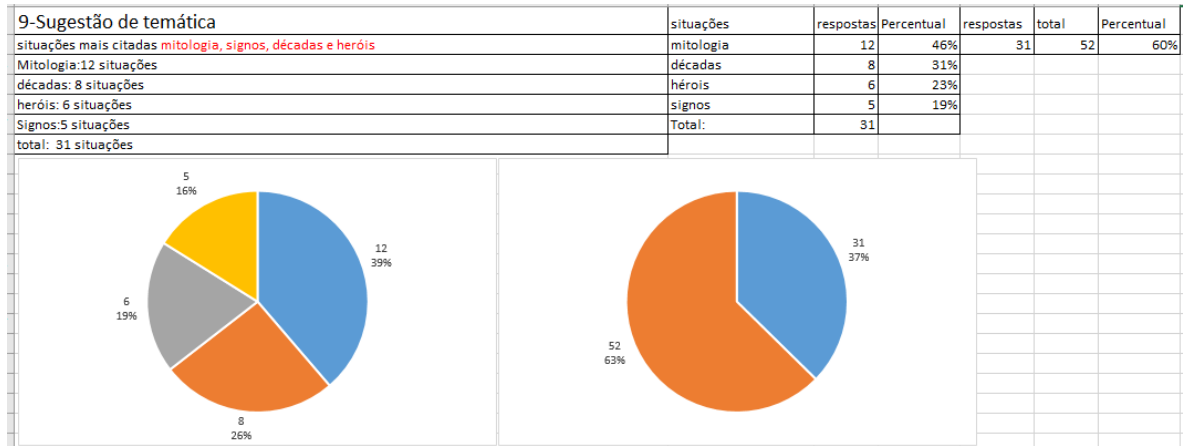
Imagem 80 – Análise das perguntas qualitativas



Fonte: elaborada pelos autores (2024)

Nesta pergunta observamos a repetição dessas três palavras: Espaço, Mitologia, e desenho animado. Ao analisar observamos que há uma prevalência na palavra Desenho animado. Infelizmente não poderemos trabalhar com este tema devido a questão direito autorais, e não queremos ter problemas com este assunto. Logo o que prevalece é a palavra espaço. Então, este seria um bom tema para se trabalhar inicialmente ao abrir a hamburgueria com uma das maiores adesões que comprova esta vertente (e foi o tema simulado para o cardápio sazonal do trabalho) mas também não descartamos ou outros temas e podemos usá-los futuramente.

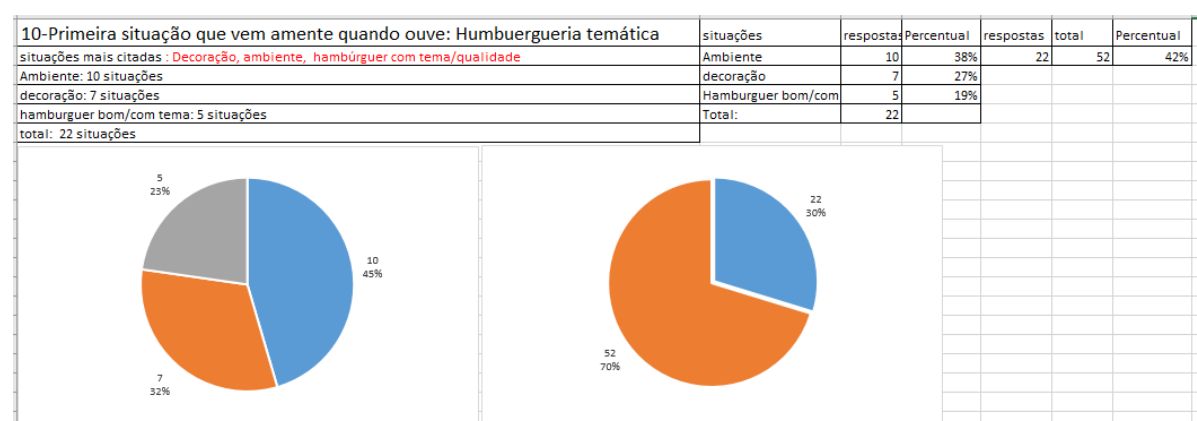
Imagem 81 – Análise das perguntas qualitativas



Fonte: elaborada pelos autores (2024)

Nesta pergunta observamos a repetição dessas Quatro palavras: Mitologia, signos, décadas e heróis. Ao analisar observamos que há uma prevalência na palavra: mitologia, e com isso podemos utilizar esse tema e os outros mais citados afins de realizar eventos temporários ou fixos com estes temas. Dessa forma fidelizamos alguns clientes com a temática preferida a atraímos mais com suas indicações, já que a preferência de ciclo social da empresa é família.

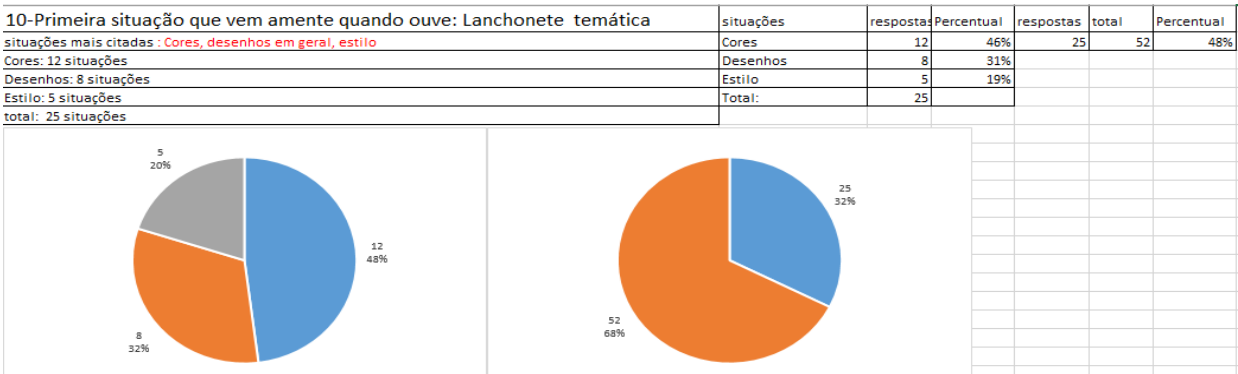
Imagem 81 – Análise das perguntas qualitativas



Fonte: elaborada pelos autores (2024)

Nesta pergunta observamos a repetição dessas três palavras: Ambiente, decoração e hambúrguer com tema/ qualidade. Ao analisar observamos que há uma prevalência na palavra: Ambiente, e com isso podemos identificar que algo a se preocupar na hamburgueria primordialmente e o ambiente, ou seja a decoração no geral, a forma de como iremos tratar os clientes e como iremos aborda-los. Isso engloba também a qualidade dos lanches, comprovando que um dos requisitos obrigatórios na empresa é o cuidado com a tematização e qualidade dos lanches.

Imagem 82 – Análise das perguntas qualitativas



Fonte: elaborada pelos autores (2024)

Nesta pergunta observamos a repetição dessas três palavras: Cores, desenhos em geral e estilo. Ao analisar observamos que há uma prevalência na palavra: Cores, isso nos ajuda a entender que elementos principais devemos abordar nos lanches. A pesquisa mostra que devemos ter lanches um pouco diferente, coloridos convidativos, descontraídos, com desenhos e estilos únicos refletindo o aspecto social que empresa aborda que é a família.