



FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA "MINISTRO RALPH BIASI"
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

Thaís Augusta De Souza Nérís

RELATÓRIO TÉCNICO DE PROJETO DE MELHORIA NA EMPRESA
HERÓIS LANCHES

Americana, SP

2025



FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA "MINISTRO RALPH BIASI"
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

Thaís Augusta De Souza Nérís

RELATÓRIO TÉCNICO DE PROJETO DE MELHORIA NA EMPRESA
HERÓIS LANCHES

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial, sob a orientação da Prof.^a Dra. Daniela Maria Feltrin Marchini

Área de concentração: Gestão Estratégica

Americana, SP

2025

NÉRIS, Thais Augusta De Souza

Relatório técnico de projeto de melhoria na empresa Heróis Lanches. / Thais Augusta De Souza NÉRIS – Americana, 2025.

32f.

Relatório técnico (Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial) - - Faculdade de Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Orientadora: Profa. Dra. Daniela Maria Feltrin Marchini

1. Administração de empresas. I. NÉRIS, Thais Augusta De Souza II. MARCHINI, Daniela Maria Feltrin III. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi

CDU: 658

Elaborada pelo autor por meio de sistema automático gerador de ficha catalográfica da Fatec de Americana Ministro Ralph Biasi.

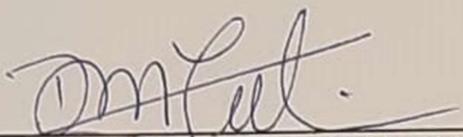
Thaís Augusta de Souza Nérís

RELATÓRIO TÉCNICO DE PROJETO DE MELHORIA NA EMPRESA HEROÍIS LANCHES

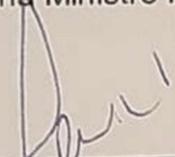
Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial pelo Centro Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de Americana – Ministro Ralph Biasi.
Área de concentração: Estratégias

Americana, 27 de junho de 2025

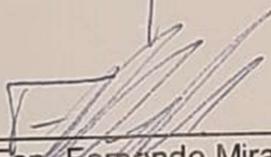
Banca Examinadora:



Profa. Dra. Daniela Maria Feltrin Marchini (Presidente)
Doutora
Fatec Americana Ministro Ralph Biasi



Prof. Me. Nelson Luis de Sousa Corrêa
Mestre
Fatec Americana Ministro Ralph Biasi



Prof. Esp. Fernando Mirandola
Especialista
Fatec Americana Ministro Ralph Biasi

Aos meus pais que sempre me apoiaram em minhas decisões, ao meu marido e filho pela compreensão e apoio.

Agradeço primeiramente a Deus, aos meus professores que me conduziram a conclusão do Curso de Tecnologia em Gestão Empresarial pela Fatec Americana, principalmente a minha orientadora Prof.^a Dra. Daniela Maria Feltrin Marchini.

RESUMO

Este trabalho fornece o resultado de um projeto para o desenvolvimento de um plano estratégico para a expansão de uma empresa chamada Heróis Lanches, localizada em Santa Bárbara D'Oeste, SP e atuante no setor alimentício. O negócio, fundado na pandemia da COVID-19, surgiu como um empreendimento familiar, trabalhando por meio de operações móveis em eventos e festas e em domínio de feiras gastronômicas como um meio de construir sua clientela e atingir um certo nível de consolidação da marca em seu contexto local imediato. No entanto, não há um ponto fixo de atendimento, influenciando negativamente as perspectivas de relacionamentos de longo prazo com os clientes. O escopo deste trabalho é relatar o resultado do plano desenvolvido para a empresa montar uma unidade física projetada para atendimento regular, com opções que incluem consumo no local, retirada e entrega. Foi utilizada a metodologia da pesquisa bibliográfica e de estudo de caso para a realização do trabalho. O estudo indica como a ampliação de um ponto fixo possibilitará à Heróis Lanches consolidar sua base de clientes, potencializar as vendas e fomentar novas oportunidades de negócios. Deste estudo, inferiu-se que a instalação de uma unidade fixa é uma alternativa capaz de consolidar a marca por meio da racionalização das operações e atender melhor o público a quem direciona seus serviços, fazendo-o de forma mais ágil e personalizada.

Palavras-chave: gestão estratégica; expansão empresarial; fidelização de clientes.

ABSTRACT

This paper presents the results of a project to develop a strategic plan for the expansion of a company called Heróis Lanches, located in Santa Bárbara D'Oeste, SP, and operating in the food sector. The business, founded during the COVID-19 pandemic, emerged as a family enterprise, working through mobile operations at events and parties and in the gastronomic fair domain as a means of building its clientele and achieving a certain level of brand consolidation in its local context immediately. However, there is no fixed point of service, influencing qualities in the prospects of long-term relationships with customers. The scope of this paper is to report the result of the plan developed for the company to set up a physical unit designed for regular service, with options that include consumption on site, take-out and delivery. The methodology of bibliographic research and case study was used to carry out the work. The study indicates how the expansion of a fixed point will enable Heróis Lanches to consolidate its customer base, boost sales and foster new business opportunities. From this study, it is concluded that the installation of a fixed unit is an alternative capable of consolidating the brand through the rationalization of operations and better serving the public to whom it directs its services, doing so in a more agile and personalized way.

Keywords: strategic management; business expansion; customer loyalty.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01- Logo Heróis Lanches	13
FIGURA 02- Cartão de Visita	14
FIGURA 03- Unidade móvel atualmente verso.....	15
FIGURA 04- Unidade móvel atualmente frente	15
FIGURA 05- Cardápio página 1	16
FIGURA 06- Cardápio página 2	17
FIGURA 07- Canvas.....	21
FIGURA 08- Análise SWOT	22

LISTA DE TABELAS

TABELA 01- Análise Comparativa-Heróis Lanches e Concorrência	27
---	-----------

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Problema e delimitação da área pesquisada.....	11
1.2 Objetivos	11
1.3 Justificativa.....	12
1.4 Metodologia.....	12
2 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO	13
2.1 Situação Atual	14
3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
3.1 Estratégia de fidelização do cliente	18
3.2 Modelo de negócio	19
3.3 Estratégia de marketing.....	19
4 PROPOSTA DE MELHORIA	20
4.1 Ambiente atrativo e funcional	23
4.3 Experiência sensorial e atmosfera	23
4.4 Áreas de consumo diferenciadas	24
4.5 Integração com tecnologia	24
4.6 Diferencial	24
4.7 Concorrência	25
4.7.1. Raffa's Hamburgueria.....	25
4.7.2. Seo Burger	25
4.2.3 Spettos & Cia	26
4.7.4. Maria's Lanche	26
4.8 Análise de Mercado.....	26
CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30

1 INTRODUÇÃO

Este relatório apresenta o resultado de uma pesquisa sobre o melhor modelo de negócio que poderia ser utilizado pela empresa HERÓIS LANCHES em seu processo de expansão. Situada na cidade de Santa Barbara D'Oeste/SP, a empresa atua exclusivamente no ramo alimentício, é uma empresa familiar em desenvolvimento, surgiu após a pandemia em uma necessidade de renda extra. Hoje a empresa atua em eventos, festas e feiras gastronômicas. Devido ao posicionamento no setor de eventos surgiu a proposta de expansão para estabelecimento com endereço fixo, tendo em vista que atualmente o atendimento é realizado em endereços alternados.

1.1 Problema e delimitação da área pesquisada

Este relatório técnico tem como objetivo apresentar um plano de melhoria em relação à expansão da empresa Heróis Lanches, localizada em Santa Bárbara D'Oeste, interior de São Paulo. A Heróis Lanches é uma empresa familiar do ramo alimentar que surgiu durante a pandemia de COVID-19 em resposta à necessidade em criar rendimentos alternativos. Atualmente a empresa atua de forma móvel, participando de eventos, festas e feiras gastronômicas em diversos locais da cidade.

A Heróis Lanches tem tido bastante sucesso em suas operações, o que iniciou uma clientela fiel. No entanto, tem suas deficiências com horários variados de operação, problemas logísticos e nenhuma localização fixa para operações e atendimento aos clientes. Isso está se afastando de um desenvolvimento muito mais rápido e melhor. Com os problemas e conquistas desse negócio, tornou-se essencial mudar. A expansão buscará maiores oportunidades de negócios e ofertas, agora adicionando principalmente serviços presenciais, além de retirada e entrega. Surgiu assim a necessidade de escolher o melhor modelo de negócios para o processo de expansão. O modelo de negócios descreve a lógica de como uma organização cria, entrega e captura valor.

1.2 Objetivos

O objetivo deste trabalho é demonstrar o resultado do projeto realizado para o desenvolvimento de uma estratégia para a expansão do negócio e sua consolidação em um ponto fixo.

1.3 Justificativa

Desta maneira a empresa pode ganhar novos clientes, aumentar a fidelidade e garantir uma estabilidade financeira mais seguro. Com essa abordagem permite que o negócio continue a crescer e a se consolidar no setor gastronômico, além disso, algumas vantagens do modelo híbrido são:

- Previsibilidade de Receita: O ponto fixo garante um fluxo constante de vendas, sem a dependência de eventos;
- Melhor experiência do cliente: Local claro e arrojado garante um ambiente personalizado e acolhedor;
- Fortalecimento da marca: Estabelecer um endereço físico aumenta a credibilidade e a presença no mercado;
- Otimização Logística: Centralizar o estoque e a produção reduz custos e agiliza a operação;
- Aproveitamento do marketing digital: Melhorar a presença online para pedidos de entrega e retirada;

1.4 Metodologia

Para a primeira etapa do projeto foi utilizada a pesquisa bibliografia para obter o conhecimento necessário ao desenvolvimento do projeto.

Este trabalho adotou a metodologia de estudo de caso, com o objetivo de analisar e propor melhorias na empresa Heróis Lanches para sua expansão para uma unidade fixa. O estudo de caso foi escolhido devido à sua capacidade de permitir uma análise aprofundada e contextualizada de uma situação real e específica, facilitando a aplicação de teorias e conceitos de gestão estratégica à prática da empresa. Também foi realizada a pesquisa documental, tendo em vista a análise de mercado mais detalhada e a capacitação das informações dos concorrentes.

2 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

Heróis Lanches é uma empresa de serviços alimentícios que produz e oferece *smash burgers* artesanais. A empresa é uma MEI registrada sob o nome Thais Augusta de Souza Neris, com o nome fantasia Heróis Lanches, como representado na FIGURA 01- Logo Heróis Lanches.

Figura 01 - Logo Heróis Lanches



Fonte: De autoria própria.

A empresa participa de eventos, festas e feiras gastronômicas em Santa Bárbara de Oeste - SP e região, é especializada em um menu de *smash burgers* feitos com ingredientes frescos. Os hambúrgueres são o cardápio principal, anéis de cebola e batatas fritas são os acompanhamentos que enriquecem o cardápio.

A estrutura é pequena; a empresa usa dois *freelances*, um no apoio da preparação e outro no atendimento ao cliente, a proprietária efetua a preparação dos lanches e porções. Não há funcionários registrados, pois, a família da proprietária proporciona todo o apoio a empresa. Como parte de seus processos de produção, a Heróis Lanches mantém parcerias contínuas com outros fornecedores atacadistas e empresas de comércios locais. Os principais fornecedores são Maria Fumaça Pães (responsável pelo pão brioche), Açougue Santa Marta (carnes) e Açougue Boi Forte (carnes), além do Assaí Atacadista e da Tenda Atacado, que é atacadista, comprando todas as matérias primas em maior quantidade e em melhores condições, outro fornecedor é a Quero Frios (frios e congelados).

A Heróis Lanches atende ao visitante de feiras gastronômicas e eventos em geral, em sua maioria formada por jovens e famílias em busca de praticidade,

facilidade e muito sabor na alimentação. O contato para a contratação geralmente é realizado via mensagens de texto pelo aplicativo WhatsApp, mas as redes sociais também podem ser um meio de comunicação. A FIGURA 02 apresenta o cartão de visita da empresa.

Figura 02- Cartão de Visita



Fonte: De autoria própria.

2.1 Situação Atual

Atualmente a unidade móvel é equipada com um *food truck* modelo 2020, como mostra a FIGURA 03 e FIGURA 04, conta com equipamentos como: chapa profissional, geladeira expositora de bebidas, geladeira *frost free* 334 litros, fritadeira de duas cubas de 5 litros cada e estufa mantedora de frituras. Além equipamentos auxiliares que não ficam dentro do *food truck*: *freezer* horizontal 150 litros e geladeira *frost free* 540 litros.

Com a estrutura atual a empresa consegue atender em média cerca de 250 a 300 pedidos durante um período de 5 ou 6 horas de operação. A operação móvel tem a dependência de eventos e feiras para manter essa demanda. O fator climático e de espaço reduzido do *food truck* interfere muito no fluxo de vendas, levando em consideração a forma que é realizado o atendimento. Por conta do espaço reduzido, em determinados eventos que há um volume de público maior de 7mil pessoas é necessária uma redução nas opções do cardápio, a FIGURA 05 e a FIGURA 06 mostram o cardápio completo. Em eventos maiores há uma seleção de três ou quatro opções do cardápio, sempre levando em consideração os itens de maior saída, tendo assim uma facilidade no controle do estoque. Com essa estratégia de limitação além da facilidade no armazenamento, torna o preparo mais ágil, reduzindo o tempo de espera em situações de alta demanda.

Figura 03- Unidade móvel atualmente verso



Fonte: De Autoria Própria

Figura 04- Unidade móvel atualmente frente



Fonte: De Autoria Própria

Figura 05- Cardápio página 1

SMASH BURGER
Artesanal 100% BOVINO



SMASH BURGER	R\$ 20
pão brioche, burger smash de 90g, queijo e maionese hellmann's.	
SMASH SALADA	R\$ 24
pão brioche, burger smash de 90g, queijo, alface, tomate e maionese hellmann's.	
SMASH CHEDDAR	R\$ 24
pão brioche, burger smash de 90g, cheddar e cebola caramelizada no shoyu.	
SMASH BACON	R\$ 27
pão brioche, burger smash de 90g, queijo, bacon e maionese hellmann's.	
SMASH DORITOS	R\$ 28
pão brioche, burger smash de 90g, catupiry, doritos e maionese hellmann's.	
MELT	R\$ 30
pão brioche, burger smash de 90g, cheddar, bacon, cebola caramelizada no shoyu.	
FRANGO	R\$ 29
pão brioche, frango desfiado e temperado, catupiry, alface, tomate e maionese hellmann's.	
CATUPIRY BACON	R\$ 30
pão brioche, burger smash de 90g, catupiry, bacon e maionese hellmann's.	
SMASH FRED	R\$ 37
pão brioche, 2 burger smash de 90g, queijo, bacon, alface, tomate e maionese hellmann's.	




HERÓIS Lanches Artesanal

WhatsApp 19 9 2000-4987

DISPONIVEL PARA EVENTOS, FEIRAS E FESTAS.

IMAGENS MERAMENTE ILUSTRATIVAS

Fonte: De autoria própria

Figura 06- Cardápio página 2

SMASH BURGER
Artesanal
100% BOVINO

ADICIONAIS

SACHÊ EXTRA R\$2

Cheddar R\$ 7	Burger 90g R\$ 7
Catupiry R\$ 7	Bacon R\$ 7
Salada R\$ 4	Queijo R\$ 4
Ovo R\$3	
Cebola caramelizada R\$ 4	

ACOMPANHAMENTOS

BATATA FRITA INDIVIDUAL R\$ 12

BATATA COM CHEDDAR E BACON R\$ 17

ANÉIS DE CEBOLA R\$ 14

BEBIDAS

- Água R\$ 4
- Refrigerante LATA R\$ 7
- Suco Del Valle LATA R\$7

TRANSFORME QUALQUER BURGER EM COMBO POR: + R\$16,90
(BATATA INDIVIDUAL + REFRIGERANTE LATA)

HERÓIS Lanches Artesanal

19 9 2000-4987

DISPONÍVEL PARA EVENTOS, FEIRAS E FESTAS.

Fonte: De autoria própria

O *food truck* tem a dependência total climática e de eventos, isso torna o faturamento muito instável, em meses de chuva, por exemplo, o faturamento caiu bruscamente. O ponto fixo traria um pouco mais de estabilidade ao negócio.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Criar uma estratégia bem estruturada é essencial para que uma empresa se expanda e se torne competitiva no mercado. Como explica Costa e Silva (2002, p.2), “as estratégias são, de forma ampla, entendidas como cursos de ação ou linhas-mestras, sejam gerais ou específicas, planejadas para se lidar com uma situação”. Assim, ao criar diretrizes claras, as organizações otimizam a sua decisão e estão em melhor posição para enfrentar oportunidades e desafios, especialmente em cenários de crescimento e transição.

3.1 Estratégia de fidelização do cliente

Os clientes são fundamentais para a sobrevivência e o sucesso de uma empresa, pois é através da satisfação de suas necessidades que ela se mantém no mercado. Bethlem (2009), destaca que os clientes podem ser considerados os verdadeiros donos das organizações, uma vez que estas existem para atender seus desejos, necessidades e aspirações. Além disso, o autor observa que, ao priorizar a fidelização do público, a empresa fortalece sua posição competitiva, visto que estruturas de poder tendem a buscar não apenas sua manutenção, mas também o aumento de sua influência.

Esse seria um aspecto relevante no modelo de negócio para a escolha estratégica, indispensável no planejamento da expansão e estruturação de uma operação de uma empresa que atenda de forma eficiente, os potenciais do público-alvo. Kotler e Armstrong (2003, p. 475) destacam que, “Atrair e reter clientes pode ser uma tarefa difícil. Hoje, os clientes têm à sua disposição uma grande variedade de escolha de produtos e marcas, preços e formas”. Kotler e Armstrong (2003, p. 474) ressaltam que:

A concorrência que as empresas de hoje enfrentam é a mais acirrada de todos os tempos (...). Para vencer no mercado de hoje, elas precisam transformar-se em peritas não apenas na construção de produtos, mas também na construção de clientes. A solução está em executar o trabalho de entregar valor e satisfação para o cliente melhor do que os concorrentes.

3.2 Modelo de negócio

De acordo com Osterwalder e Pigneur (2011, p. 20),

Um modelo de negócios pode definir um ou vários segmentos, pequenos ou grandes. A organização deve tomar uma decisão consciente sobre quais segmentos servir e quais ignorar. Uma vez tomada a decisão, um modelo de negócios pode ser melhor projetado já com a compreensão das necessidades de clientes específicos.

3.3 Estratégia de marketing

Nessa perspectiva, a comunicação integrada de marketing (CIM) torna-se uma ferramenta essencial para fortalecer o posicionamento da marca e expandir a presença no mercado. Segundo Corrêa (2006), o CIM visa compreender a individualidade e o potencial dos clientes e atender suas necessidades e desejos de forma individualizada. Esse processo ocorre em duas etapas segundo o autor. A primeira é através de uma análise externa do cliente e a segunda é através de uma análise interna para compreender as motivações que influenciam as decisões e ações do cliente.

Como afirma Blessa (2012, p. 13), “a visão, no momento da compra, é o primeiro sentido responsável pelo processo de escolha”. Os conceitos e análises propostos por Costa e Silva (2002), Kotler e Armstrong (2003), Corrêa (2006) e Blessa (2012), Osterwalder e Pigneur (2011), se complementam e sustentam a importância de uma estratégia bem delineada, centrada no cliente, apoiada em um modelo de negócio eficiente e reforçada por uma comunicação que agrega valor e fortalece o posicionamento da marca.

4 PROPOSTA DE MELHORIA

Após estudos realizados, a Heróis Lanches optou por ter um estabelecimento fixo com um espaço aberto e iluminado, atraindo assim mais pessoas para entrar. O ambiente físico também tem um grande papel nisso, desde a satisfação do cliente passando pelo comportamento de compra e percepção da marca.

O Business Model Canvas (ou apenas Canvas) é uma ferramenta visual criada por Alexander Osterwalder para estruturar e analisar um modelo de negócio de forma simples e eficiente. É composto por nove blocos principais, que representam os pilares do negócio:

1. Proposta de Valor
2. Segmento de Clientes
3. Canais
4. Relacionamento com Clientes
5. Fontes de Receita
6. Recursos
7. Atividades
8. Parcerias
9. Estrutura de Custos.

A FIGURA 07- Canvas, mostra o modelo Canvas aplicado a Heróis Lanches. Representa de forma simples e prática como a empresa pretende gerar valor para os clientes, operar no mercado, ganhar dinheiro e se sustentar ao longo do tempo. Os nove blocos que interligados mostram a lógica de funcionamento do negócio, um mapa estratégico, que ao preencher, ajuda a melhorar processos e definir estratégias, fundamental para a análise da viabilidade do negócio. Traduzir a ideia do negócio de forma clara facilita o planejamento, tomada de decisões e a comunicação com possíveis parceiros e ou investidores futuros.

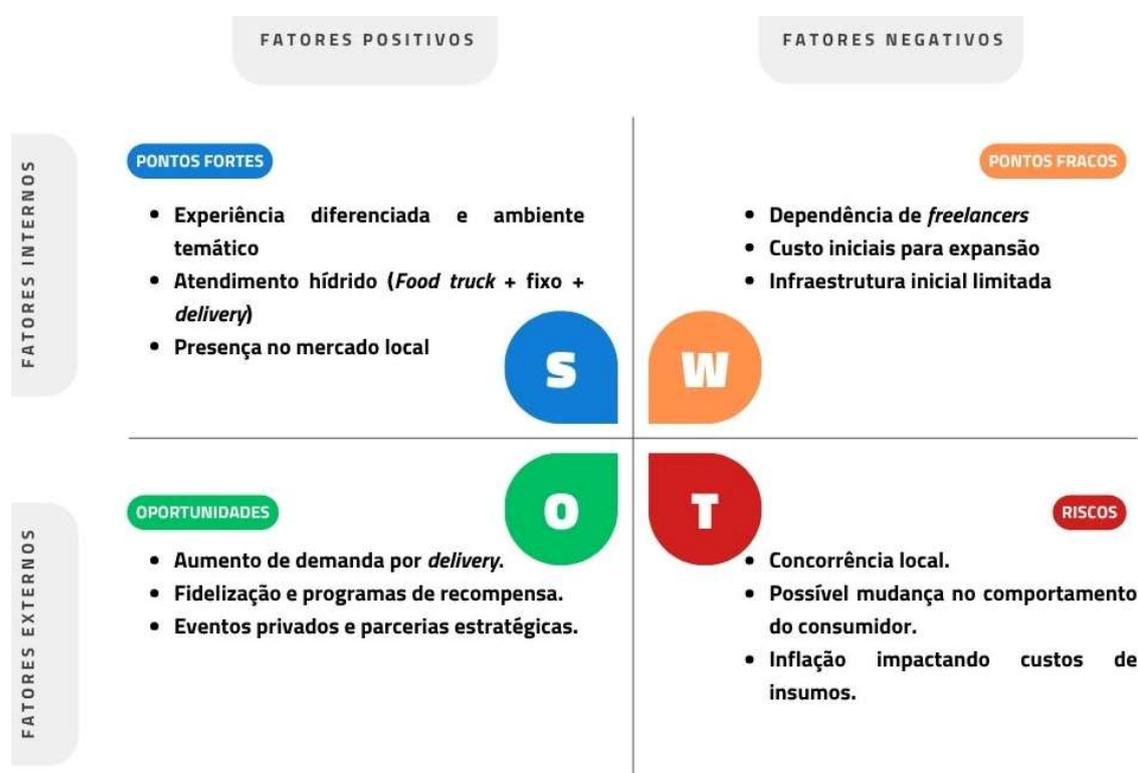
Figura 07- Canvas

Canvas Heróis Lanches			
<p>Parcerias</p> <ul style="list-style-type: none"> Fornecedores de pães, carnes e insumos (Maria Fumaça, Açougues Santa Marta e Boi Forte, Assaí Atacadista, Tenda Atacado, Quero Frios). Plataformas de <i>delivery</i> (iFood e aplicativos próprios). Influenciadores digitais e ações de <i>marketing</i> local. 	<p>Atividades-Chave</p> <ul style="list-style-type: none"> Produção e venda de lanches e acompanhamentos. Gestão de estoque e suprimentos. Gestão de pedidos online e atendimento ao cliente. Marketing e divulgação da marca. 	<p>Proposta de Valor</p> <p>Fazer da refeição uma experiência feliz com:</p> <ul style="list-style-type: none"> Atendimento personalizado, casrismatico e humanizado. Agilidade no atendimento e personalização dos pedidos. 	<p>Relacionamento com Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> Atendimento humanizado e personalizado. Programa de fidelidade e promoções exclusivas. Presença forte nas redes sociais com engajamento digital. <p>Segmentos de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> Público jovem Famílias Clientes que buscam opções práticas via <i>delivery</i> e retirada.
<p>Recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> Infraestrutura do ponto fixo. Equipe treinada para atendimento e produção. Parcerias com fornecedores de qualidade. Estratégias de marketing digital e redes sociais. 		<p>Canais</p> <ul style="list-style-type: none"> Ponto físico para consumo no local. <i>Food truck</i> e participação em eventos e feiras. <i>Delivery</i> por aplicativos (iFood, WhatsApp e plataforma própria). Redes sociais para engajamento e divulgação. 	<p>Fontes de Receita</p> <ul style="list-style-type: none"> Vendas no ponto físico. Vendas em eventos e feiras. Pedidos via <i>delivery</i> e retirada. Parcerias e eventos fechados.
<p>Estrutura de Custos</p> <ul style="list-style-type: none"> Aluguel e manutenção do ponto fixo. Insumos e matéria-prima. Investimento em marketing e redes sociais. 			

Fonte: De autoria própria

A análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) é uma ferramenta estratégica que serve para identificar e avaliar os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças de uma organização ou projeto. Ela auxilia no planejamento estratégico, na tomada de decisões e na definição de ações para maximizar vantagens e minimizar riscos, ajudando a entender melhor o ambiente interno e externo e a estabelecer prioridades. A FIGURA 08- Análise SWOT, mostra as forças, oportunidades, fraquezas, e ameaças prováveis da Heróis Lanches.

Figura 08- Análise SWOT



Fonte: De autoria própria

A Heróis Lanches apresenta várias forças que podem ser aproveitadas para a expansão de seu modelo de negócios, como seu atendimento personalizado e o ambiente temático diferenciado. A expansão para um ponto fixo surge como uma oportunidade chave, mas será necessário superar as fraquezas internas, como a informalidade na estrutura da equipe e os desafios logísticos. A concorrência crescente e as mudanças nas preferências dos consumidores são as principais ameaças que a empresa deve monitorar atentamente. No entanto, com um planejamento estratégico focado na diferenciação e fidelização de clientes, a Heróis

Lanches pode transformar suas ameaças em oportunidades para consolidar sua posição no mercado local.

Esses pontos ajudam a identificar áreas para melhorar e áreas em que pode investir mais, garantindo uma expansão bem-sucedida.

4.1 Ambiente atrativo e funcional

O ambiente deve ser esteticamente agradável, funcional e fácil de movimentar para clientes e funcionários. O interior da loja tem um grande impacto em fazer com que os clientes explorem, a circulação dentro da loja é facilitada por meio de um layout de piso aberto, permitindo o acesso dos clientes pelo espaço de forma confortável. A iluminação é outro aspecto importante a ser considerado para a facilidade dos usuários. Luzes suaves e quentes confortam os usuários, ambiente confortável por causa de interiores naturalmente estendidos e suaves, iluminados artificialmente, com janelas posicionadas corretamente para boa ventilação. Ambiente externo, aberto em formato de *deck* de madeira com varal de luzes quentes, *design* colorido e descontraído sempre lembrando os personagens heróis.

4.2 Localização estratégica

A localização do ponto fixo é muito importante, a instalação deve estar localizada em uma área de fácil acesso, com boa visibilidade e tráfego constante de pedestres, como perto de uma rua comercial. A localização estratégica nos ajuda a atrair novos clientes através de eventos que talvez ainda não conheçam a Heróis Lanches, a proximidade de escolas, universidades e instalações de lazer também é uma vantagem, atraindo diferentes grupos-alvo em diferentes momentos. No atual momento alguns endereços foram analisados e o que mais se destacou foi na rua Padre Oswaldo Vieira de Andrade em Americana- SP. É uma rua com intensa movimentação de carros e pedestres, a via conta com comércio de alimentação ativo por toda sua extensão. Conta também com condomínios prediais e residenciais, já ativos e em andamento.

4.3 Experiência sensorial e atmosfera

Além da beleza visual, a atmosfera do local deve incluir os sentidos, a decoração irá incluir elementos que representem a identidade da sua marca, como

uma parede com fotos de eventos anteriores, pratos em destaque e feedback dos clientes.

Os sons da música ambiente suave tornam o ambiente mais confortável e relaxante, os cheiros vindos da cozinha também devem ser tratados com cuidado, deve ter cheiro dos ingredientes frescos e bem-preparados, isso abre o apetite e atrai mais pessoas que circulam nas proximidades.

4.4 Áreas de consumo diferenciadas

É importante criar áreas diferenciadas para consumo no local, mesas e cadeiras confortáveis onde os clientes possam permanecer, dentro do estabelecimento. Adicionar uma área externa para refeições ao ar livre, o ambiente deve ser flexível e adaptável a eventos especiais, como noites temáticas e promoções que incentivem visitas regulares.

Ter um ambiente colorido, chamativo e divertido aos olhos, sempre remetendo a motivo do negócio, com personagens de heróis pintados na parede, com luz acolhedora. Um playground para a diversão das crianças é imprescindível já que o público-alvo são as famílias, tornando a refeição mais prazerosa aos pais.

4.5 Integração com tecnologia

Modernizar seu ambiente também pode envolver tecnologia; por exemplo, implantar sinalização digital que mostrará cardápios e promoções em tempo real para capturar a atenção do cliente. *Tablets* para pedidos e quiosques de autoatendimento podem agilizar ainda mais o processo de pedidos, controlar filas e aumentar a eficiência do serviço.

4.6 Diferencial

O principal diferencial da Heróis Lanches, além do ambiente acolhedor e temático inspirado em personagens de heróis, será o atendimento ao cliente, uma poderosa ferramenta de fidelização. Um atendimento carismático e caloroso cria conexões emocionais com os consumidores, proporcionando uma experiência que vai além da simples alimentação. Além disso, a empresa buscará personalizar o atendimento, conhecendo melhor seus clientes, oferecendo sugestões baseadas em preferências anteriores e criando um ambiente onde cada consumidor se sinta

valorizado. A atenção aos detalhes, como a forma de servir, a ambientação e a interação nas redes sociais, reforçará o posicionamento da marca.

Outro aspecto essencial será a agilidade no atendimento, garantindo que os pedidos sejam preparados e entregues com eficiência, seja para consumo no local, retirada ou delivery. Programas de fidelidade, promoções sazonais e ações de engajamento, como desafios temáticos e brindes colecionáveis, também serão implementados para fortalecer ainda mais o vínculo com os clientes. Ao unir um ambiente imersivo e um atendimento diferenciado, a Heróis Lanches criará um espaço onde os clientes não apenas irão para se alimentar, mas para viver uma experiência única, aumentando a retenção e incentivando o marketing boca a boca, essencial para o crescimento sustentável da marca.

4.7 Concorrência

A análise da concorrência é essencial para situar e manter o equilíbrio do negócio, definir uma estratégia corporativa e a estratégia de unidade de negócio, ambas são fundamentais para a saúde e bem-estar para a empresa, é uma das chaves para o sucesso do negócio.

4.7.1. Raffa's Hamburgueria

A Raffa's Hamburgueria está localizada na Avenida Padre Oswaldo Vieira de Andrade, 509, no bairro Jardim Terramérica I, em Americana, SP. Representa uma concorrência direta para a Heróis Lanches, especialmente devido à proximidade e similaridade de público-alvo. A Raffa's se destaca por oferecer hambúrgueres artesanais de qualidade, um ambiente agradável e um cardápio diversificado com opções complementares como porções e *milk-shakes*. (Raffa's hamburgueria, 2025)

A empresa mantém uma presença ativa nas redes sociais, especialmente no Instagram e Facebook, onde compartilham atualizações do cardápio, promoções e interage com os clientes. A empresa foi fundada em 12 de abril de 2017, seu horário de funcionamento é de terça-feira a domingo das 18h às 23h.

4.7.2. Seo Burger

O Seo Burger é uma hamburgueria, sendo uma concorrente direta da Heróis Lanches, localizada na Avenida Castelhanos, 280, no bairro Jardim São José, em

Americana, SP. O estabelecimento oferece lanches artesanais com uma variedade de opções, além de um amplo espaço com mesas cobertas, com capacidade para até 60 pessoas. Também disponibiliza a opção de locação para festas e eventos. O horário de funcionamento é de quarta a domingo, das 18h30 às 23h. (Seo Burger Hamburgueria, 2025)

4.2.3 Spettos & Cia

O Spettos & Cia-Espetinhos em Americana é um estabelecimento especializado na venda de espetinhos, sendo um concorrente indireto da Heróis Lanches, localizado na Avenida Padre Oswaldo Vieira de Andrade, 509, no bairro Jardim Terramérica I, em Americana. O nome fantasia "Spettos & Cia", registrado sob a razão social M & N Chopperia e Pizzaria LTDA, fundada em 17 de janeiro de 2014. O horário de funcionamento é de segunda a sábado, das 17h30 às 23h. O estabelecimento permanece fechado aos domingos. (Spettos & Cia, 2025)

4.7.4. Maria's Lanche

É uma lanchonete localizada na R. Padre Oswaldo Vieira de Andrade, 965 - Jardim Terramerica 3, Americana, próxima à Heróis Lanches, o que a torna uma concorrente indireta. O local é simples, focado em lanches tradicionais, com atendimento presencial e opções para retirada. Tem destaque na popularidade entre os moradores da região, sendo bem avaliada no *Google Maps* por seu custo-benefício e atendimento. (Maria's Lanche, 2025)

4.8 Análise de Mercado

A Heróis Lanches está inserida em um mercado com concorrência consolidada, como mostra a TABELA 01 abaixo, exigindo uma estratégia de crescimento vertical bem definida para conquistar e manter clientes. Seu diferencial está no principalmente no atendimento caloroso e humano, temática criativa inspirada em super-heróis, modelo híbrido de atendimento. A expansão com um ponto fixo oferece a oportunidade de unir o melhor da conveniência com a experiência, atraindo públicos que valorizam qualidade, ambientação e inovação.

Tabela 01-Análise Comparativa-Heróis Lanches e Concorrência

Tabela de Análise Comparativa				
Empresa	Tipo de Concorrência	Diferenciais	Pontos de Atenção	Espaço kids
Heróis Lanches	Principal	Modelo híbrido (ponto fixo + eventos + delivery), temática com personagens dos heróis, atendimento humanizado.	Precisa conquistar espaço frente a concorrentes já consolidados	✓
Raffa's Hamburgueria	Direta	Ambiente estruturado, cardápio variado com porções e milkshakes, forte presença digital.	Base de clientes fiel, exige diferenciação criativa para atrair novos consumidores	✓
Seo Burger	Direta	Espaço amplo, locação para festas, variedade no cardápio.	Concorrência por eventos e espaço físico	X
Spettos & Cia	Indireta	Especializada em espetinhos, ambiente informal, variedade de carnes.	Atrai público noturno e busca por praticidade e preços acessíveis	✓

Maria's Lanche	Indireta	Popularidade entre moradores locais, preços acessíveis, agilidade no atendimento.	Concorrência por preço e atendimento rápido	X
---------------------------	----------	---	---	---

Fonte: De autoria própria

Para competir com sucesso, a Heróis Lanches precisa também apostar em marketing local e digital criativo, investir na fidelização e diferenciação, oferecer produtos inovadores e experiências temáticas, garantir um serviço ágil e de alta qualidade, tanto no consumo presencial quanto na entrega.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo de caso sobre a Heróis Lanches atingiu seu objetivo. A análise evidenciou a viabilidade e os benefícios de um plano de expansão com ponto fixo, validando a importância do planejamento estratégico para o crescimento da empresa. As decisões baseadas no comportamento e nas preferências dos clientes mostraram-se fundamentais, e o modelo híbrido se destacou como uma solução eficiente frente à demanda crescente, o estudo trouxe uma visão clara das oportunidades de mercado e estratégias práticas de diferenciação e posicionamento.

Em resumo, o projeto demonstrou que a expansão planejada da Heróis Lanches é uma oportunidade concreta e estratégica para fortalecer a marca e ampliar sua atuação no mercado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BLESSA, R. **Merchandising no ponto de venda**. São Paulo: Atlas, 2012
- BETHLEM, A.S. **Estratégia empresarial: conceitos, processos e administração estratégica**. 6.ed.- São Paulo: Atlas,2009.
- CORRÊA, R. **Comunicação integrada de marketing: uma visão global**. São Paulo: Saraiva, 2006
- COSTA, L.S.V; SILVA, J.F. **As tipologias estratégicas "realmente" existem?** In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. 26., 2002, Salvador. *Anais*. Salvador: ANPAD, 2002.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.
- OSTERWALDE; A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation - Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários**. 1 ed.Rio de Janeiro, RJ. Alta Books, 2011.
- MARIA'S LANCHE**. Google Maps. [S. l.]: Google, [2025]. Mapa digital. Disponível em: <https://www.google.com/maps/place/Maria's+Lanche/@-22.767288,-47.3495821,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x94c899d2d40a583b:0x3b1f15177b9717ac!8m2!3d-22.767288!4d-47.3495821!16s%2Fg%2F11h2n5jx6t?entry=ttu>. Acesso em: 14 março 2025.

RAFFA'S HAMBURGUERIA. Google Maps. [s. l.]: Google, [2025]. Mapa digital. Disponível em: <https://www.google.com/maps/place/Raffa's+hamburgueria/@-22.7688363,-47.3564654,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x94c8996fe8b3516d:0xeac43dedcf7b5ca0!8m2!3d-22.7688413!4d-47.3538905!16s%2Fg%2F11fz9zyw9?entry=ttu>. Acesso em: 15 março 2025.

RAFFASHAMBURGUERIA. Raffa's Hamburgueria. *Instagram*, Americana, 2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/raffashamburgueria/>. Acesso em: 14 março 2025.

SPETTOS, Cia. **Ninguém começa pronto.** Americana, 27 fev. 2025. Instagram: @spettoscia. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DGI9FrXJwC7/?img_index=5&igsh=dGVhdndobTlwbjgz. Acesso em: 15 de março 2025

SEO BURGER HAMBURGUERIA. Google Maps. [S. l.]: Google, [2025]. Mapa digital. Disponível em: https://www.google.com/maps/place/Seo+Burger+Hamburgueria/@-22.7679013,-47.3481099,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x94c89b79b07d0c1d:0x29c09520273b1079!8m2!3d-22.7679063!4d-47.345535!16s%2Fg%2F11r_k4I5qy?entry=ttu. Acesso em: 15 março 2025.

SPETTOS & CIA. R. Padre Oswaldo Vieira de Andrade, 1007, Jardim Terramérica II, Americana – SP – Google Maps. [s. l.]: Google, [2025]. Mapa digital. Disponível em: <https://www.google.com/maps/search/R.+Padre+Oswaldo+Vieira+de+Andrade%2C+1007%2C+Jardim+Terram%C3%A9rica+II%2C+Americana+-+SP>. Acesso em: 6 maio 2025.

SEOBURGER_. Seo Burger Hamburgueria. *Instagram*, Americana, 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/seoburger_/. Acesso em: 15 março 2025