

Hamburgueria



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	1
Localização.....	3
Exigências Legais e Específicas.....	4
Estrutura.....	5
Pessoal.....	6
Equipamentos.....	6
Matéria Prima/Mercadoria.....	7
Organização do Processo Produtivo.....	8
Automação.....	8
Canais de Distribuição.....	8
Capital de Giro.....	9
Custos.....	10
Diversificação/Agregação de Valor.....	11
Divulgação.....	13
Informações Fiscais e Tributárias.....	13
Eventos.....	15
Normas Técnicas.....	15
Glossário.....	16
Dicas de Negócio.....	16
Características Específicas do Empreendedor.....	17
Fonte de Recurso.....	18
Planejamento Financeiro.....	18
Produtos e Serviços - Sebrae.....	20
Bibliografia.....	21
Investimentos e faturamento.....	21
Entidades relacionadas ao setor.....	23

1. Apresentação de Negócio

Uma Hamburgueria é um local especializado no preparo e comércio de sanduíches do tipo hamburger, porções de acompanhamento, bebidas alcoólicas e não alcoólicas. De um modo geral, possui um salão e uma cozinha, havendo diferenciações na forma de servir, preparar a comida e atender.

A crescente demanda por tudo que envolve o ramo alimentício é um dos fatores que tornam a abertura de uma hamburgueria, um empreendimento com potencial de viabilidade. O ramo de alimentação é o segundo maior gasto do brasileiro, antecedido somente por gastos com habitação.

A atividade de hamburgueria mostra-se vantajosa por não haver necessidade de determinação de público-alvo específico e de consequentes ações diferenciadas para tais, já que se trata de um negócio bem aceito pela população de todas as regiões do país e de todas as classes sociais, dependendo do padrão do estabelecimento. Outra questão é a comodidade e praticidade que envolve o consumo nestes estabelecimentos, fatores que sustentam a demanda e fortificam as empresas do ramo.

2. Mercado

Uma tendência que está se consolidando no ramo de food service é uma cozinha centrada no sempre e válido conceito de que menos é mais. Tudo se conecta. Os consumidores estão mais conscientes de que as escolhas que fazem impactam diretamente o meio ambiente. Os chefs e empresários, por sua vez, entendem que cumprem uma missão maior que a de lotar salões. É preciso recalcular rotas e pensar a longo prazo, investindo, inclusive, na saúde dos fregueses que mantém vivos esses empreendimentos.

Experiências personalizadas, aos moldes de menus degustação, devem continuar em alta, ainda que em menor proporção. Isso porque costumam ter um valor um pouco mais elevado que o convencional, pois exigem do chef exponenciais conhecimentos em técnica, textura e, claro, sabor. É de praxe, ainda, que usem ingredientes nobres ou raros.

A onda saudável que tomou conta do país se apresenta nos cardápios atuais de formas diversas. O pensamento green se estende a sustentabilidade dos espaços. É preciso ir além da abolição do canudo.

Levando-se em consideração o cotidiano atribulado do brasileiro, que cada vez mais necessita de soluções rápidas e práticas à disposição, que facilitem sua rotina, têm-se nas hamburguerias um refúgio para as necessidades alimentares imediatas.

Em 2021, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (Abia), o setor de alimentação fora do lar cresceu cerca de 26%, chegando a um faturamento de R\$ 176,3 bilhões.

Mercado Concorrente

Após dois anos de muitas inaugurações e a descoberta de novos formatos, o mercado de

hamburguerias deve passar por uma acomodação. É o que explicam especialistas sobre a explosão na abertura de casas que têm o pão com carne e queijo – e suas variações – como pratos principais. Um mercado que vai continuar dando bons resultados, para quem inovar e conquistar novos públicos.

A tendência das hamburguerias veio para ficar, mas apenas para quem enxergar que vender hambúrguer não é só fritar uma carne na chapa, as que já estão no mercado só vão continuar abertas se fizerem bem a lição de casa. Isso inclui criar novos sabores e formatos e pensar em opções para o público vegetariano e com restrições alimentares.

?Mercado Fornecedor

A relação com o mercado fornecedor também deve se basear na sustentabilidade. Podem-se priorizar fornecedores locais como organizações regionais e cooperativas para que a economia da região seja beneficiada com as atividades da empresa, uma prática socialmente justa. Da mesma forma, a preocupação com o meio ambiente também deve ser levada em consideração a partir da escolha por empresas, cujas políticas e diretrizes sociais e ambientais estejam alinhadas com as suas, não sendo somente informações para autovalorização da marca. A questão da sustentabilidade econômica também deve ser observada nas negociações com os fornecedores.

Fatores que devem ser analisados para a escolha de um fornecedor:

.????????Distância física;

.????????Referências;

.????????Custo do frete;

.????????Qualidade;

.????????Capacidade de fornecimento;

.????????Preço;

.????????Prazo;

.????????Forma de pagamento e de entrega.

Assim resumidamente podemos destacar as seguintes oportunidades e ameaças:

Oportunidades

.????????Número crescente de pessoas que se alimentam fora do lar;

.????????Gourmetização dos produtos;

.????????Linhas de produtos saudáveis no cardápio;

·?????????Delivery;

·?????????Redes de franquias consagradas;

·?????????Diferenciação pelos serviços.

Ameaças

·?????????Instabilidade econômica e política no país;

·?????????Baixas barreiras de entrada no mercado;

·?????????Concorrência acirrada e agressiva;

·?????????Falta de mão-de-obra capacitada no mercado.

3. Localização

A escolha do local e do espaço físico necessário para instalar seu negócio é uma decisão muito importante para o sucesso do empreendimento.

O melhor ponto de venda para uma hamburgueria são as proximidades de áreas de grande movimentação, principalmente no horário do almoço, final de tarde e noite.

De fato, o local deve levar em conta todas as informações de mercado coletadas anteriormente para garantir a melhor decisão, tanto da região de localização, como do imóvel a ser utilizado para as atividades da empresa.

Hamburguerias caseiras têm feito sucesso entre fãs do sanduíche, assim o toque caseiro de uma garagem pode ser um atrativo para determinados públicos.

Pontos de atenção na escolha do imóvel onde a empresa será instalada:

- A relação entre receitas e despesas estimadas precisa ser compatível com os objetivos definidos pelo empreendedor. É preciso estar atento ao custo do aluguel, prazo do contrato, reajustes e reformas a fazer.
- Certifique-se de que o imóvel atende às necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança, serviços de água, luz, esgoto, telefone, transporte etc.
- Verifique se existem facilidades de acesso, estacionamento e outras comodidades que possam tornar mais conveniente e menos onerosa a adaptação do imóvel.
- Cuidado com imóveis situados em locais sujeitos a inundação ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito.
- Confira a planta do imóvel aprovada pela Prefeitura, e veja se não houve nenhuma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área, que deverá estar devidamente regularizada.

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor

Urbano (PDU), que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço.

A consulta de local junto à Prefeitura deve atentar para:

- Se o imóvel está regularizado, ou seja, se possui HABITE-SE;
- Se as atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento do Município, pois alguns tipos de negócios não são permitidos em qualquer bairro;
- Se os pagamentos do IPTU referente ao imóvel estão em dia;
- No caso de serem instaladas placas de identificação do estabelecimento, letreiros e outdoors, será necessário verificar o que determina a legislação local sobre o licenciamento das mesmas;
- Exigências da legislação local e do Corpo de Bombeiros Militar.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Leia mais sobre este assunto no capítulo 'Informações Fiscais e Tributárias'.

O contador, profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa e conhecedor da legislação tributária, poderá auxiliar o empreendedor neste processo.

Para abertura e registro da empresa é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema "Conectividade Social – INSS/FGTS";
- Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se o imóvel atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o "Habite-se" pela prefeitura.

Importante:

- Para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento.
- É necessário observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC).
- A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere

vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças etc.

- Lei 13.874/2019, de 20 de setembro de 2019, que estabelece normas de proteção a livre iniciativa e ao livre exercício de atividade econômica, tais como: desenvolvimento de atividade de baixo risco; desenvolvimento de atividade econômica em qualquer horário e dia da semana; responsabilidades da pessoa jurídica e da pessoa física diante do negócio, entre outros.

- As leis, decretos, portarias, resoluções frequentemente sofrem revisões (atualizações), em virtude de novos acontecimentos ou pela necessidade de melhorar interpretações em relação ao seu conteúdo, função, abrangência ou penalidade. Portanto as leis citadas neste material estão atualizadas, mas a qualquer momento podem mudar. Para saber se estão utilizando a atual fiquem atentos as indicações de revisões, digitando as características da lei, exemplo: “Decreto-Lei nº. 986”, sem a data, em um site de busca, o resultado aparecerá nas primeiras linhas (opções de links para acesso na web), com as indicações de datas mais recentes de atualização.

As principais exigências legais aplicáveis a este segmento são:

Resolução RDC nº. 216, de 15 de setembro de 2004, da ANVISA, a qual determina que restaurantes, lanchonetes, padarias, cantinas, bufês, comissarias, confeitarias, delicatessens, pastelarias, cozinhas industriais e institucionais, rotisserias e congêneres adotem procedimentos para se adequarem ao Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação.

As Boas Práticas são um conjunto de requisitos e procedimentos envolvidos no transporte, armazenamento, manipulação e preparação dos alimentos, a fim de garantir proteção e saúde ao consumidor. Quem descumprir o regulamento estará sujeito as penalidades cabíveis;

Resolução RDC nº. 218, de 29 de julho de 2005. Dispõe sobre o Regulamento Técnico de Procedimentos Higiênico-Sanitários para Manipulação de Alimentos e Bebidas Preparados com Vegetais;

Lei nº. 7.967/89. Dispõe sobre o valor das multas por infração à legislação sanitária, altera a Lei nº. 6.437, de 20 de agosto de 1977, e dá outras providências;

Portaria SVS/MS nº. 326/97. Aprova o Regulamento Técnico. Condições Higiênico-Sanitárias e de Boas Práticas de Fabricação para Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos.

5. Estrutura

Para uma estrutura mínima estima-se que é necessária uma área de 50 m², para disposição de 5 a 10 mesas para servir, com flexibilidade para ampliação conforme o desenvolvimento do negócio. A estrutura de uma hamburgueria deve ser bem planejada para dar mobilidade aos funcionários e clientes e ainda oferecer conforto.

Hamburguerias de garagem são opção de quem tem pouco dinheiro para investir e podem atender até 80 pessoas/dia.

Estrutura mínima sugerida:

- Cozinha – espaço para produção das refeições, deve utilizar 20% do espaço total.
- Escritório administrativo – deve ocupar um espaço mínimo, pois será utilizada por apenas uma pessoa.
- Estoque – pequeno espaço para acondicionar alimentos.
- Salão de refeições - O espaço mais nobre e amplo, de fácil acesso, é destinado aos clientes e deve corresponder aproximadamente a 50% da área total.
- Banheiros – pequeno espaço dividido em dois banheiros.

A decoração deve ser agradável, o layout funcional, a iluminação adequada, a climatização suficiente para proporcionar sensação de conforto.

6. Pessoal

A escolha das pessoas que vão trabalhar em seu empreendimento é muito importante.

O fator humano é fundamental para o sucesso neste ramo de atividade e a quantidade de funcionários varia de acordo com o porte do empreendimento.

Em geral, para o início do negócio, são necessários:

- Chapeiro - responsável pelo cozimento das carnes e montagem final do sanduíche.
- Expedição - responsável por receber os pedidos (do caixa ou do garçom) e organizar a saída dos produtos para o garçom ou diretamente para o cliente.
- Caixa – responsável pelo fechamento das contas dos clientes.
- Administrativo/estoque – responsável pelas atividades administrativas.
- Auxiliar de cozinha – responsável pelo apoio ao chef de cozinha.
- Garçom – responsável pelo atendimento ao cliente.
- Auxiliar de limpeza – responsável pela limpeza do local

Os salários de uma Hamburgueria são regulados pelos Sindicatos ligados às categorias dos garçons e profissionais da cozinha.

Recomenda-se que o empreendedor procure o Sebrae para obter mais informações para o cumprimento da norma da ANVISA.

7. Equipamentos

Antes de comprar os equipamentos, móveis e utensílios é recomendável fazer um pequeno projeto de layout da loja considerando os espaços que irá precisar, a ambientação, decoração, circulação, ventilação e iluminação. Na área externa, deve-se atentar para a fachada, letreiros, entradas, saídas e estacionamento.

Alguns equipamentos são fundamentais para garantir o bom funcionamento de uma

hamburgueria:

Equipamentos para a cozinha

- Utensílios: talheres em geral, panelas, travessas, bowls, potes e tábuas de corte.
- Eletrodomésticos e outros equipamentos: fogão, liquidificador, mixer, geladeira, espremedor de suco, fritadeira, chapa, moedor de carne, coifas e exaustores.
- Mobiliário: mesas de preparo, ilhas refrigeradas, balcões com cuba e prateleiras.

Equipamentos para o salão

São itens básicos para o atendimento ao cliente e também para o serviço de bebidas. Os equipamentos vão variar de acordo com o porte e a demanda do estabelecimento, mas são imprescindíveis:

- Utensílios: talheres em geral, copos para diferentes tipos de bebidas, taças variadas, canecas, pratos e bandejas.
- Eletrodomésticos: refrigerador, máquina de gelo, chopeira, expositor de bebidas.
- Mobiliário: mesas, cadeiras, balcões, banquetas, pufes e sofás.
- Equipamentos para o depósito.

Mobiliário: prateleiras e armários.

Eletrodomésticos: geladeiras, freezer, refrigerador e, se for o caso, câmara fria

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques apresenta particularidades de acordo com o tipo do negócio - comércio ou prestação de serviço. De qualquer forma, deve-se buscar a eficiência nesta gestão, sendo que o estoque de mercadorias deve ser suficiente para o adequado funcionamento da empresa, mas mínimo, para reduzir o impacto no capital de giro. Fique atento, pois a falta de mercadorias pode representar a perda de uma venda. Por outro lado, possuir mercadorias estocadas por muito tempo é deixar dinheiro parado. É essencial o bom desempenho na gestão de estoques, com foco no equilíbrio entre oferta e demanda.

Esse equilíbrio deve ser sistematicamente conferido, com base, entre outros, nestes três indicadores de desempenho:

- 1 - Giro dos estoques: número de vezes que o capital investido em estoques é recuperado por meio das vendas. É medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.
- 2 - Cobertura dos estoques: indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.
- 3 - Nível de serviço ao cliente: demonstra o número de oportunidades de venda que podem

ter sido perdidas, no varejo de pronta entrega (segmento em que o cliente quer receber a mercadoria ou o serviço imediatamente após a escolha), pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

“Há vários blends (combinações) de carne e acompanhamentos que podem transformar um sanduíche”, explica o chef Manuel Coelho, que ensina quais são os ingredientes necessários para fazer um hambúrguer de respeito (confira no infográfico abaixo):

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo de uma hamburgueria pode ser agrupado nas seguintes etapas:

- Compras e Recebimento de insumos, de matérias-primas, ingredientes, alimentos industrializados ou prontos para consumo.
- Armazenagem: A armazenagem correta preserva a integridade dos alimentos evitando desperdícios e problemas com contaminação.
- Pré-preparo: Etapa onde são realizadas as operações preliminares como limpar, descascar e picar.
- Preparo: Nesta etapa é feita a cocção dos alimentos para o consumo.
- Distribuição e Consumo: Consiste na distribuição dos sanduíches que são servidas pelos garçons e consumidas pelos clientes.

10. Automação

Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor, verificando ainda se possui funcionalidades, tais como:

- Controle de mercadorias;
- Controle de taxa de serviço;
- Controle dos dados sobre faturamento/vendas, gestão de caixa e bancos (conta corrente) e estoque;
- Emissão de pedidos, notas fiscais, boletos bancários;
- Organização de compras e contas a pagar;
- Relatórios e gráficos gerenciais para análise real do faturamento.

11. Canais de Distribuição

Canais de distribuição são os meios pelos quais você entrega o seu produto até o cliente final. Em outras palavras, é como você faz com que seus produtos fiquem disponíveis para o

consumidor final.

Os canais de distribuição estão diretamente envolvidos com a prestação de informações sobre o produto, customização, garantia de qualidade, oferta de produtos complementares, assistência técnica, pós-venda e logística. Em resumo, é tudo que possa garantir a disponibilidade do produto para o consumidor.

A empresa pode optar por distribuição via canal direto ou indireto. O canal de distribuição direto é quando a própria empresa é responsável pela entrega de seus produtos, sem que haja nenhum intermediário envolvido nesse processo.

Já no canal indireto a empresa repassa seus produtos a um intermediário responsável por entregar os produtos da indústria para o consumidor. O intermediário pode ser um varejista, atacadista, distribuidor, broker ou qualquer outro envolvido no processo de distribuição de produtos.

Os principais canais de distribuição de uma Hamburgueria são de venda direta, através do atendimento na própria loja ou no delivery. É aconselhável ajustar bem o horário de funcionamento para adequar maior volume de vendas e maior lucro, diminuindo o custo de serviço e atendendo as necessidades dos clientes.

Já no canal indireto a empresa repassa seus produtos a um intermediário responsável por entregar os produtos para o consumidor. O intermediário de uma hamburgueria pode ser um distribuidor terceirizado, como por exemplo os serviços de aplicativo de entregas.

Além de utilizar estas opções o empreendedor poderá divulgar seu negócio nas redes sociais como facebook, instagran, etc.

12. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

ITEM

QUANTIDADE

VALOR UNITÁRIO

Reserva de Caixa

1

R\$ 24.000,00

* Esta é meramente uma estimativa de valor, o seu capital de giro deve variar entre 20 e 30% do valor do investimento para operação. No exemplo temos um Investimento estimado (tópico anterior) de R\$ 80.000,00. Assim uma reserva (capital de giro e estoque inicial) de R\$ 24.000,00

Quanto maior o prazo concedido aos clientes para pagamento e quanto maior o prazo de estocagem, maior será a necessidade de capital de giro do negócio. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode amenizar a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Prazos médios recebidos de fornecedores também devem ser considerados nesse cálculo: quanto maiores os prazos, menor será a

necessidade de capital de giro.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos.

Sempre será muito útil que se tenha certo montante de recursos financeiros reservado para que o negócio possa fluir sem sobressaltos, especialmente no início do projeto. No entanto, ter esse recurso disponível não é suficiente porquanto ser premissa sua boa gestão, ou seja, somente deverá ser utilizado para honrar compromissos imediatos ou lidar com problemas de última hora.

13. Custos

Os custos dentro de um negócio são empregados tanto na elaboração dos serviços ou produtos quanto na manutenção do pleno funcionamento da empresa. Entre essas despesas, estão o que chamamos de custos fixos e custos variáveis.

CUSTOS VARIÁVEIS

São aqueles que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção.

Custos de materiais

Item
Quantidade
Valor unitário
Matéria-Prima ou mercadoria
50
R\$ 8.000,00
Custos dos impostos

Item
%
Valor unitário
Simples
9 % do faturamento bruto (R\$ 40.000,00)
R\$ 3.600,00
Custos com vendas

Item
%
Valor unitário
Propaganda
1 % do faturamento bruto (R\$ 40.000,00)
R\$ 400,00
Custos fixos

São os gastos que permanecem constantes, independente de aumentos ou diminuições na quantidade produzida e vendida. Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio.

Salários e encargos

Função
 Quantidade
 Salário unitário
 Salários, comissões e encargos.
 3
 R\$ 5.000,00
 Depreciação

Ativos fixos
 Valor total
 Vida útil (anos)
 Depreciação
 Maquinas e equipamentos
 R\$ 25.000,00
 10
 R\$ 208,00
 Equipamentos informática
 R\$ 3.000,00
 5
 R\$ 50,00
 Móveis e utensílios
 R\$ 16.000,00
 5
 R\$ 266,00
 Despesas fixas e administrativas

Item
 Valor unitário
 Aluguel, condomínio e segurança
 R\$ 2.000,00
 Agua, luz, telefone e internet
 R\$ 600,00
 Material de limpeza, higiene e escritório
 R\$ 700,00
 Assessoria contábil
 R\$ 700,00
 Sistema de gestão
 R\$ 500,00

14. Diversificação/Agregação de Valor

Agregar valor é dar um salto de qualidade em uma ou mais características do produto ou serviço, que de fato são relevantes para a escolha do consumidor. Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo a mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de

satisfação com o produto ou serviço prestado. Assim, agregar valor significa oferecer aos seus clientes produtos e serviços inovadores.

Para se diferenciar ao abrir uma hamburgueria, é necessário primeiramente que a carne seja de qualidade, já que esse é o principal produto do negócio. Outro ponto importante é que o cardápio seja variado e inovador. A inovação pode ser a oferta de sanduíches gourmetizados.

Para o setor de bares e restaurantes a necessidade de criar diferenciais é mais premente por se tratar de um setor bastante concorrido. Para agregar valor à Hamburgueria existem diversas opções, das mais simples às mais sofisticadas, dentre elas pode-se citar:

- Investir no atendimento personalizado, levando em consideração as necessidades de cada tipo de cliente;
- Criar um ambiente com características próprias que o diferencia dos demais concorrentes;
- Convidar os clientes para visitar a cozinha é uma forma de compartilhar a arte de cozinhar;
- Oferecer espaço para realização de eventos particulares, como por exemplo, aniversários, confraternizações e festas em geral;
- Oferecer a opção do cliente montar o seu próprio hambúrguer e sugerir novas receitas;
- Oferecer produtos diferenciados (orgânicos, premium);
- Oferecer opções exclusivas e inusitadas de pão, carne, molhos, complementos e porções;
- Oferecer um menu diferenciado para crianças e pessoas com restrições alimentares (glúten, lactose, vegano, vegetariano);
- Oferecer opções de sanduíche, molhos e porções mais saudáveis;
- Oferecer pequenas iguarias como entrada gratuitamente pode ser uma forma de cativar o cliente.
- Ouvir as sensações gastronômicas dos clientes e chamar o cliente pelo nome é uma boa forma de cultivar o relacionamento com os mesmos;
- Desenvolver um bom relacionamento com o cliente no ambiente on line;
- Criar eventos com temáticas diferenciadas (festivais gastronômicos);

O serviço de "delivery", ou entrega de hamburguers diretamente na casa dos clientes (através de aplicativos ou pedidos por telefone) pode se diferenciar de outras hamburguerias como fazer parcerias com empresas de entregas para prestação do serviço no período da madrugada.

15. Divulgação

A propaganda é um importante instrumento para tornar a empresa e seus serviços conhecidos pelos clientes potenciais. A divulgação pode ser realizada através de vários canais de comunicação. Abaixo, sugerem-se algumas ações eficientes:

- Divulgar em redes sociais, tais como; Facebook, LinkedIn, Instagram, Google+, Twitter.
- Divulgar através de e-mail marketing e mensagens de WhatsApp;
- Divulgar em sites especializados;
- Confeccionar folders e flyers para a distribuição em residências nos bairros próximos a loja;
- Oferecer brindes para clientes que indicam outros clientes;
- Anunciar em jornais de bairro e revistas;
- Oferecer descontos para produtos combinados (queijos, vinhos e doces);
- Montar uma web site com a oferta de produtos para alavancar as vendas;
- Realização de degustações periódicas na loja;
- Divulgar em empresas.

16. Informações Fiscais e Tributárias

Optantes do SIMPLES Nacional

Este segmento de empresa poderá optar pelo Simples Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições, instituído pela Lei Complementar nº 123/2006. Os pequenos negócios podem optar pelo Simples, desde que sua categoria esteja contemplada no regime, a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse R\$ 360 mil para microempresa e R\$ 4,8 milhões para empresa de pequeno porte e sejam respeitados os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor de ME e EPP poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional>):

- IRPJ (Imposto de Renda da Pessoa Jurídica);
- CSLL (Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido);
- PIS (Programa de Integração Social);
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social);

- CPP (Contribuição Previdenciária Patronal);
- ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços): para empresas do comércio
- ISS (Imposto Sobre Serviços): para empresas que prestam serviços;
- IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados): para indústrias.

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do Simples Nacional variam de acordo com as tabelas I a VI, dependendo das atividades exercidas e da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo Simples Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período. Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. A esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar R\$ 81 mil, o empreendedor poderá optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que ele não seja dono ou sócio de outra empresa e tenha até um funcionário. Para se enquadrar no MEI, sua atividade deve constar na tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (http://www.portaldoempreendedor.gov.br/legislacao/resolucoes/arquivos/ANEXO_XIII.pdf)

Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

I) Sem empregado

- 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária
- R\$ 1 de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias (para empresas de comércio e indústria)
- R\$ 5 de ISS – Imposto sobre Serviços (para empresas de prestadoras de serviços)

II) Com um empregado (o MEI poderá ter um empregado, desde que ele receba o salário mínimo ou piso da categoria)

O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:

- Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;
- Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

Recomendamos que o empreendedor consulte sempre um contador, para que ele o oriente sobre o enquadramento jurídico e o regime de tributação mais adequado ao seu caso.

17. Eventos

Feira Internacional da Panificação, Confeitaria e do Varejo Independente de Alimentos – FIPAN

<http://www.fipan.com.br>

Feira Internacional de Alimentação Saudável, produtos Naturais e Saúde

<http://www.naturaltech.com.br>

Congresso e Feira de Negócios em Supermercados

www.feiraapas.com.br

Congresso Internacional de Food Service

<http://www.abia.org.br/cfs2017/ocongresso.html>

Feira Internacional de Equipamentos, Produtos e Serviços para Alimentação Fora do Lar
<http://www.fispalfoodservice.com.br/pt/>

Fispal Tecnologia - Feira Internacional de Embalagens e Processos para as Indústrias de Alimentos e Bebidas <http://www.fispaltecnologia.com.br/pt/>

Feira de Produtos, Serviços e Equipamentos para Supermercados – EXPOSUPER

<http://www.exposuper.com.br>

18. Normas Técnicas

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, utilizados como importantes referências para o mercado.

As normas técnicas podem estabelecer requisitos de qualidade, de desempenho, de segurança (seja no fornecimento de algo, no seu uso ou mesmo na sua destinação final), mas também podem estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar classificações ou terminologias e glossários, definir a maneira de medir ou determinar

características, como os métodos de ensaio.

As normas técnicas são publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT. A norma técnica NBR ISO 22000 – Sistemas de gestão da segurança de alimentos – trata dos requisitos para qualquer organização na cadeia produtiva de alimentos e ABNT NBR 15635:2008 - Serviços de alimentação - Requisitos de boas práticas higiênico-sanitárias e controles operacionais essenciais são aplicáveis ao negócio.

19. Glossário

ABRASEL: Associação Brasileira de Bares e Restaurantes.

ANVISA: Agência Nacional de Vigilância Sanitária.

Boom: Palavra originada na língua inglesa. Refere-se a uma alta repentina.

Cardápio: Lista de pratos; Relação dos pratos de uma refeição.

CDC: Código de defesa do consumidor.

Chef: Palavra francesa. (palavra francesa). Cozinheiro principal que dirige um restaurante, geralmente conhecido pela boa cozinha.

Customizar: Adaptar às preferências do usuário.

Delivery: Palavra inglesa. Entrega. Associada ao serviço de entregas à domicílio.

EPIs: Equipamentos de Proteção Individual.

Gourmet: Palavra francesa. Diz-se produto de elevada qualidade culinária. Pessoa que entende e preza pela qualidade e requinte culinário.

Layout: Palavra inglesa. Modo de distribuição dos elementos em um determinado espaço ou superfície.

Rentabilidade: Qualidade ou aptidão de gerar renda. Lucro provindo do exercício de atividade econômica.

20. Dicas de Negócio

Algumas dicas importantes para o empreendedor que desejar iniciar uma Hamburgueria:

1. Estratégia: um cardápio enxuto é a chave para manter o processo simples, rápido e atrativo;
2. Adaptação: Incluir no cardápio produtos produtos que atraiam consumidores de diversas gerações;
3. Qualidade: prezar pela qualidade dos ingredientes e a produção dos insumos;

4. Automatização: oferecer um atendimento mais informal, por exemplo, sem serviço na mesa;
5. Inspiração: acompanhe as inovações ao redor do mundo para inovar sua hamburgueria. Conheça estabelecimentos de sucesso em outras cidades ou se possível, em outros países.

21. Características Específicas do Empreendedor

É importante que o empreendedor tenha aptidão para o negócio e vontade de aprender buscando informações em centros tecnológicos, cursos, livros e revistas especializadas ou junto a pessoas que atuam na área.

Outras características importantes, relacionadas ao risco do negócio, podem ajudar no sucesso do empreendimento:

- Busca de Oportunidade e Iniciativa
- Persistência.
- Comprometimento.
- Qualidade e eficiência.
- Capacidade de estabelecer metas e assumir riscos calculados.
- Planejamento e monitoramento sistemáticos.
- Independência e autoconfiança.
- Senso de oportunidade.
- Conhecimento do ramo.
- Liderança.
- Espírito cooperativo.
- Persuasão e rede de contatos
- Busca de Informação

Além dessas características básicas é muito importante que os profissionais que atuam diretamente com o público, como é o caso do setor comércio/serviços, saibam lidar bem com os clientes sendo simpáticos e agradáveis para garantir a sua fidelidade e ganhar sua confiança.

Pesquisando e observando seus concorrentes, conhecendo bem o gosto de seus clientes, o empreendedor conseguirá desenvolver diferenciações em seu negócio para maior atração de

clientes.

22. Fonte de Recurso

Provido de recursos federais, os recursos geridos pelo BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento) destinam-se ao financiamento de investimentos de longo prazo e, de forma complementar, capital de giro ou custeio. A contratação e a liberação dos recursos são feitas mediante diversos bancos comerciais, bancos de investimento e bancos múltiplos. Como exemplos de instituições repassadoras, citam-se: Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Bancos estaduais, Bancos de desenvolvimento regionais, Banco Santander, Bradesco, Itaú, entre outros.

Dentre os principais programas de financiamento disponíveis à maioria dos empreendimentos, destacam-se:

- BNDES Finame: financiamento para produção e aquisição de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional;
- BNDES Automático: financiamento a projetos gerais de investimento (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.);
- BNDES: Investimentos: Aporte maior que o automático, faz financiamento a projetos gerais de investimento (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.);
- BNDES: Inovação financiamento a projetos inovadores (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.);
- BNDES RURAL - financiamento a projetos gerais de investimento (equipamentos, obras civis, capital de giro etc.);

Para mais informações, consultar o site do BNDES.

O empreendedor pode buscar junto às agências de fomento linhas de crédito que possam ser utilizadas para ajudá-lo no início do negócio. Algumas instituições financeiras também possuem linhas de crédito voltadas para o pequeno negócio e que são lastreadas pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), em que o Sebrae pode ser avalista complementar de financiamentos para pequenos negócios, desde que atendidas alguns requisitos preliminares.

23. Planejamento Financeiro

Ao empreendedor não basta vocação e força de vontade para que o negócio seja um sucesso.

Independentemente do segmento ou tamanho da empresa, necessário que haja um controle financeiro adequado que permita a mitigação de riscos de insolvência em razão do descasamento contínuo de entradas e saídas de recursos. Abaixo, estão listadas algumas sugestões que auxiliarão na gestão financeira do negócio:

FLUXO DE CAIXA

O controle ideal sobre as despesas da empresa é realizado por meio do acompanhamento contínuo da entrada e da saída de dinheiro através do fluxo de caixa. Esse controle permite ao empreendedor visão ampla da situação financeira do negócio, facilitando a contabilização dos ganhos e gestão da movimentação financeira.

A medida que a empresa for crescendo, dificultando o controle manual do fluxo de caixa, tornando difícil o acompanhamento de todas as movimentações financeiras, o empreendedor poderá investir na aquisição de softwares de gerenciamento.

PRINCÍPIO DA ENTIDADE

O patrimônio da empresa não se mistura com o de seu proprietário. Portanto, jamais se deve confundir a conta pessoal com a conta empresarial, isso seria uma falha de gestão gravíssima que pode levar o negócio à bancarrota. Ao não separar as duas contas, a lucratividade do negócio tende a não ser atingida, sendo ainda mais difícil reinvestir os recursos, gerados pela própria operação. É o caminho certo para o fracasso empresarial.

DESPESAS

O empreendedor deve estar sempre atento para as despesas de rotina como água, luz, material de escritório, internet, produtos de limpeza e manutenção de equipamentos. Embora pequenas, o seu controle é essencial para que não reduzam a lucratividade do negócio.

RESERVAS/PROVISÕES

Esse recurso funcionará como um fundo de reserva, o qual será composto por um percentual do lucro mensal - sempre que for auferido. Para o fundo de reserva em questão, poderá ser estabelecido um teto máximo. Quando atingido, não haverá necessidade de novas alocações de recursos, voltando a fazê-las apenas no caso de recomposição da reserva utilizada. Esse recurso provisionado poderá ser usado para cobrir eventuais desembolsos que ocorram ao longo do ano.

EMPRÉSTIMOS

Poderão ocorrer situações em que o empresário necessitará de recursos para alavancar os negócios. No entanto, não deverá optar pela primeira proposta, mas estar atento ao que o mercado oferece, pesquisando todas as opções disponíveis. Deve ter cuidado especialmente com as condições de pagamento, juros e taxas de administração. A palavra-chave é renegociação, de forma a evitar maior incidência de juros.

OBJETIVOS

Definidos os objetivos, deve-se elaborar e implementar os planos de ação, visando amenizar erros ou definir ajustes que facilitem a consecução dos objetivos financeiros estabelecidos.

UTILIZAÇÃO DE SOFTWARES

As novas tecnologias são de grande valia para a realização das atividades de gerenciamento, pois possibilitam um controle rápido e eficaz. O empreendedor poderá consultar no mercado as mais variadas ferramentas e escolher a que mais adequada for a suas necessidades.

24. Produtos e Serviços - Sebrae

Aproveite as ferramentas de gestão e conhecimento criadas para ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível em seu estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800.

Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

Cursos online e gratuitos - <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>

Para desenvolver o comportamento empreendedor

Empretec - Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado:

Para quem quer começar o próprio negócio

As soluções abaixo são úteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa. Ou pessoas que tem experiência em trabalhar por conta própria e querem se formalizar.

Plano de Negócios - O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da empresa: <http://goo.gl/odLojT>

Para quem quer inovar

Ferramenta Canvas online e gratuita - A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado: <https://www.sebraecanvas.com/#/>

Sebraetec - O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação: <http://goo.gl/kO3Wiy>

ALI - O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte: <http://goo.gl/3kMRUh>

Para quem busca informações

Informações mercadológicas e sobre negócios são imprescindíveis na tomada de decisão, Nos sites abaixo encontrarão muitas respostas.

<https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/>

<https://datasebrae.com.br/>

<http://sebraemercados.com.br/sim/>

25. Bibliografia

NASCIMENTO, M., OLIVEIRA, C., NASCIMENTO, E. Hambúrguer: Evolução Comercial E Padrões Microbiológicos in B.CEPPA, Curitiba, V. 23, n. 1, p.59-74, jan/jun. 2005.

GERDAU. Produtos agropecuários: o hambúrguer é o novo embaixador da carne bovina junto ao mercado consumidor. [S.l.], 2001. Disponível em: www.amigosdocampo.com.br/fasciculos/num_01/pag_2.htm. Acesso em: 29 jun. 2002.

BRASIL. Ministério da Agricultura e do Abastecimento. Regulamento técnico de identidade e qualidade de hambúrguer. Instrução Normativa nº 20, de 31/07/2000. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, 31/07/2000, p. 7-9.

Segmento de bares e restaurantes projeta um 2016 mais promissor. Disponível em: <http://hojeemdia.com.br/primeiro-plano/economia/segmento-de-bares-e-restaurantes-projeta-um-2016-mais-promissor-1.352810> Acesso em 23 de novembro de 2017

Panorama dos pequenos negócios 2017. SEBRAE SP. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/Panorama%20dos%20Pequenos%20Negocios%202017.pdf>- Acesso em 25 de novembro de 2017

Noticias ABRASEL. Quer montar um bar ou restaurante leia antes estas dicas. Disponível em: <http://www.pb.abrasel.com.br/component/content/article/7-noticias/606-26032015> - Acesso em: 25 de novembro de 2017

LEONARDO, A.; UVINHA, r. r. A cidade do entretenimento: um estudo sobre a identidade cultural da cidade de São Paulo. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 32-45, abr. 2016. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/935> Acesso em: 23 de novembro de 2017.

26. Investimentos e faturamento

O valor a ser investido num novo negócio envolve um conjunto de fatores, identificados ao longo do processo de instalação do empreendimento. O investimento para o início das atividades varia de acordo com o porte do empreendimento e os produtos e serviços que serão oferecidos.

Uma hamburgueria estabelecida em uma área de 50 m², exige um investimento inicial estimado de R\$ 80 mil reais, a ser alocado nos seguintes itens:

1 - INVESTIMENTOS FIXOS

1.1 - Máquinas e equipamentos

Item

Valor unitário

Balcão, freezer e estufas, chapas, refrigerador, máquina de gelo, chopeira, expositor de bebidas, etc.

R\$ 25.000,00

1.2 - Equipamentos de informática

Item

Valor unitário

Telefone, Computador e Impressora

R\$ 3.000,00

1.3 - Móveis e utensílios

Item

Valor unitário

Mobiliário salão

R\$ 10.000,00

Mobiliário do Escritório

R\$ 3.000,00

Louças, talheres, copos, etc

R\$ 3.000,00

2 - INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Item

Valor unitário

Reformas

R\$ 10.000,00

Registro da empresa

R\$ 2.000,00

3 - INVESTIMENTOS FINANCEIROS

Item

Valor unitário

Capital de giro (2 meses de custeio fixo)

R\$ 14.000,00

Formação Estoque Inicial (2 meses)

R\$ 10.000,00

INVESTIMENTO TOTAL (1+2+3)

R\$ 80.000,00

PREVISÃO DE FATURAMENTO

Faturamento mensal

R\$ 40.000,00

* os itens descritos nas tabelas são exemplos que devem ser considerados, porém existem outros que devem ser também detalhados, para o seu negócio.

**Acesse <http://simulador.ms.sebrae.com.br> e veja exemplos de pesquisas estimando

valores e faça a sua simulação.

***Os custos dos itens descritos na tabela são meras estimativas, pois estes dependem de tamanho do negócio, fornecedores, regiões do país, etc.

Antes de montar sua empresa, é fundamental que o empreendedor elabore um Plano de Negócios, onde os valores necessários à estruturação da empresa podem ser mais detalhados, em função: regionalidade, dificuldades financeiras, objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado. O capital de giro necessário para os primeiros meses de funcionamento do negócio também deve ser considerado neste planejamento.

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando o segmento de clientes, os atores com quem se relacionará, as atividades chave, as parcerias necessárias, sua estrutura de custos e fontes de receita.

27. Entidades relacionadas ao setor

- SINDBARES - Sindicato de Bares e Restaurantes - <http://www.sindbares.com.br>
- PROCON -Coordenadoria de Proteção e Defesa do Consumidor - <http://www.procon.sp.gov.br>
- ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - www.abrasel.com.br
- ANVISA - Agencia Nacional de Vigilância Sanitária - www.anvisa.gov.br
- SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio a micro e pequena empresa - www.sebrae.com.br
- SENAC Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - <http://www.senac.br>

