E-BOOK

COMO ABRIR UMA HAMBURGUERIA DE SUCESSO?



Queremos te ajudar!

Pensando em investir em uma **hamburgueria**, mas não sabe se é um bom negócio? O nicho de mercado de hamburguerias é um dos que mais tem **crescido** dentro do **food service**.

Esse material de apoio foi criado para te auxiliar a entender melhor esse nicho e dar o primeiro passo para abertura de uma **hamburgueria de sucesso**.

Boa leitura!



SUMÁRIO

01 Vale a pena investir em uma hamburgueria?

02 Iniciando novo negócio: Hamburgueria

03 Como abrir uma hamburgueria de sucesso?

04 5 equipamentos que você precisa ter na cozinha da sua hamburgueria

05 Como escolher fornecedores de equipamentos para a cozinha de sua hamburgueria

06 Por quanto devo vender meu hambúrguer?

07 Marketing para hamburguerias

08 Linhas de crédito



VALE A PENA INVESTIR EM UMA HAMBURGUERIA?

Vale a pena investir em uma hamburgueria? Confira algumas informações importantes e atualizadas que, com certeza, irão ajudar na sua decisão.

Analisando, vemos que as maiores redes de franquias de restaurantes são hamburguerias., redes como: Mcdonalds, Burger King e Bob´s hoje são grandes impérios, e por aí já podemos ter uma noção de como é lucrativo esse mercado e que se trata de um mercado bilionário.

Considerado rei no delivery Brasileiro, o hambúrguer hoje ocupa o primeiro lugar nacional em vendas na plataforma Ifood, correspondendo a 30% dos pedidos (Revista Exame) e desbancando até mesmo a pizza. Outra informação relevante, é que segundo o IBGE, 32,8% da renda das famílias brasileiras, é reservada para comer fora. Hoje, o ramo alimentício é considerado um dos mais seguros para se investir, pois mesmo em tempos de crise, continua faturando.

Então quer dizer que se eu montar uma hamburgueria, vai ser um negócio muito lucrativo, com crescimento meteórico? Bom, como toda resposta inteligente, o que podemos dizer é: depende.

Depende de que? De boas escolhas, de planejamento, da localização, do seu conhecimento na área, do momento econômico do país, da visão de negócio, foco e comprometimento com o negócio. Como todo negócio, empreender é assumir riscos e é necessário investir dinheiro para garantir o sucesso.

Uma das escolhas principais é: se vai investir em uma franquia ou se vai abrir um negócio por conta própria. E então vem a maior das dúvidas do empreendedor relacionada ao investimento inicial necessário.

A franquia é uma “receita de bolo pronta”, já com um nome e modelo de produção, um caminho seguro para quem tem capital para investir e garantir uma receita contínua no futuro. Neste caso o investimento pode variar entre R$60 mil e R$2,8 milhões (fonte Rede – meios de pagamentos).

SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE	NORDESTE	NORTE
1° Hambúrguer	1° Esfihas	**1° Hambúrguer**	**1° Hambúrguer**	**1° Hambúrguer**
2° Sanduíche	**2° Hambúrguer**	2° Carne	2° Carne	2° Carne
3° Refrigerante	3° Refrigerante	3° Refrigerante	3° Refrigerante	3° Refrigerante
4° Sushi e Sashimi	4° Carne	4° Sanduíche	4° Pizza	4° Sanduíche
5° Carne	5° Sushi e Sashimi	5° Açai	5° Sanduíche	5° Pão

Fonte: Revista Exame /Ifood



Agora se a escolha for empreender sozinho, ou seja, abrir a sua própria hamburgueria, você será responsável pela escolha do nome, desenvolvimento da marca, elaboração de cardápio e divulgação. Considerando apenas os utensílios e equipamentos básicos, dá para começar com 5 mil reais de investimento e chegar a 150 mil englobando aluguel, reforma, equipamentos básicos e divulgação (fonte Rede – meios de pagamentos). O faturamento mensal de uma hamburgueria varia muito, entre 2 mil e 150 mil reais, dependendo do tamanho e das formas de atendimento, segundo a Rede.

Mas para começar com um pequeno negócio, uma boa chapa, refrigeradores e uma boa fritadeira são suficientes.

Mas cuidado: este mercado é muito concorrido, então seu negócio precisa saber se diferenciar.

Um erro comum é investir apenas em estrutura: um salão muito grande, equipamentos que são superdimensionados, ou mesas e cadeiras em quantidade superior a necessária. Desta forma o empreendedor acaba investindo todo seu capital apenas em custos.



É necessário saber que todo negócio tem uma tríade importante: **Estrutura, produto e divulgação.**

A estrutura é importante sim, mas especialistas em negócios são categóricos em dizer que o seu produto é onde você mais deve investir, tempo e dinheiro: seu cardápio, em pesquisa, testes e degustações, quanto melhor seu produto, maior a chance de vender mais, de agradar e fidelizar.

Reserve também capital para a divulgação. Não adianta ter a hamburgueria dos sonhos se ela está em um deserto e não há como as pessoas encontrarem e chegarem até lá. Segundo o Sebrae, 24% das empresas fecham as portas antes de completar dois anos. É fundamental saber como divulgar, saber fazer com que seu negócio seja encontrado e que seja notado pelas pessoas. Pode soar redundante, mas saber comunicar o diferencial do seu negócio faz que as pessoas percebam esse diferencial.

Respondendo a primeira pergunta: sim, o mercado de hamburgueria é hoje um ótimo negócio, os hamburgueres são preferência nacional, porém, é importante sempre lembrar quais são os sentimentos e motivações que te fazem ser um empreendedor. Como qualquer outro negócio, é mandatório assumir riscos e continuar investindo para garantir o sucesso. Avalie todas as variáveis e se assegure que está fazendo as escolhas corretas.

Conte com o apoio de nossos especialistas para compor a estrutura da cozinha da sua Hamburgueria, agende uma visita e venha testar suas receitas em nossa cozinha experimental, com o apoio de nossos chefes corporativos.



INICIANDO UM NOVO NEGÓCIO: COMO ABRIR UMA HAMBURGUERIA?

A ideia de abrir um restaurante, bar ou hamburgueria pode surgir por vários motivos: seja porque o novo empreendedor gosta de cozinhar, preparar ou mesmo saborear um prato ou lanche específico, seja por alguma memória afetiva como um familiar que preparava certo prato que marcou a infância ou juventude, talvez porque tenha enxergado uma ótima oportunidade de negócio ou apenas a busca por uma renda extra.

Abrir uma hamburgueria de sucesso é fácil? Não, não é! Fazem parte da rotina de proprietário de uma hamburgueria: acordar cedo, receber fornecedores, deixar tudo pronto em horário certo, não adiar nada, treinar e motivar a equipe, deixar o salão limpo e preparado, substituir pessoas rapidamente quando precisar, negociar com fornecedores, receber vendedores o tempo todo oferecendo produtos milagrosos, atender o cliente sempre com bom humor, e estar disposto preparar uma festa em cima da hora.

O fato é que não basta apenas saber cozinhar; abrir, gerenciar e manter um negócio tem muito mais relação com administrar do que cozinhar.



PLANO DE NEGÓCIOS

Antes de qualquer iniciativa é requisito desenvolver, no papel (ou no computador), um plano de negócio detalhado. O plano de negócio, também conhecido como plano empresarial, é um documento que descreve, por escrito, os objetivos de um negócio e detalha quais são os passos para que o objetivo seja alcançado.

Um plano de negócio é um instrumento que norteia o serviço e os produtos a serem oferecidos, além de, permitir que se colha informações do setor que se deseja atuar como concorrentes, seus produtos, seus serviços, diferenciais e fornecedores. Um profissional de marketing ou um consultor pode ajudar na elaboração deste plano.

PONTO

O próximo passo é escolher o ponto, o local onde seu negócio irá funcionar. Devido a quantidade de detalhes a serem verificados, este passo pode ser um processo mais demorado do que se pensa.

Um ponto ideal é aquele local com bom fluxo de pessoas, para que passando, possam entrar em seu estabelecimento. O local deve ser escolhido de acordo com o público que se deseja atender, por exemplo: se for oferecer produtos com apelo ou preço mais popular é bom pensar em um local com mais lugares para acomodar as pessoas. No entanto, se for oferecer uma experiência mais requintada, um ambiente mais luxuoso, diferenciado, sofisticado e talvez menor seja necessário.

MACOM

Ao definir o local e tamanho do estabelecimento, preste atenção à infraestrutura que existe ao redor. Se o público-alvo do negócio pertence à classe média ou alta, é importante explorar pontos que tenham estacionamentos próximos como: shoppings, galerias e grandes centros comerciais. Se o público-alvo for classe baixa, o ponto ideal dever ser próximo a transportes públicos, ou locais como calçadões e avenidas com muito tráfego no centro da cidade. Segundo o Sebrae, em geral, restaurantes, lanchonetes e hamburguerias próximos a faculdades ou concentrações de escritórios trazem bons resultados. Agora, se a operação da nova hamburgueria for totalmente por delivery ou entrega, ela pode até ser afastado de bairros residenciais, trazendo uma economia com aluguel, mas lembre-se: caso o deslocamento seja muito afastado, ele pode aumentar o custo das entregas.

Para não surgir surpresas com custos desagradáveis, fique de olho também se há necessidades de reparo na estrutura do prédio, na parte elétrica, hidráulica, taxas de condomínio etc. É importante que profissionais como arquiteto e engenheiro sejam contratados, uma vez que a construção ou adaptação deste tipo de estabelecimento deve respeitar algumas regras.

A planta, antes da construção ou reforma deve ser apresentada à prefeitura. Verifique também com a vigilância sanitária da cidade quais as normas regionais, consulte também o que é necessário para atender a inspeção do corpo de bombeiro e certifique-se na prefeitura se o plano de zoneamento permite abrir uma hamburgueria no local escolhido.

Cuidado com regiões sujeitas à alagamentos e próximas às áreas de risco, consulte sempre a vizinhança para obter informações importantes

MERCADO

No nicho de hamburguerias, a concorrência pode ser acirrada e agressiva. É vital para o negócio monitorar e conhecer profundamente seus concorrentes diretos e indiretos. Concorrentes diretos são as outras hamburguerias, já o concorrente indireto pode ser qualquer estabelecimento que possa ser uma opção diferente ao hamburger, mas que seja uma solução à alimentação rápida como lanchonetes, pastelarias, casas de esfihas, supermercados, padarias e até postos de combustíveis ou estabelecimentos de fast-food de maior porte.
O relacionamento com os concorrentes deve ser feito sempre de forma ética. Conheça seus cardápios, pontos fortes e fracos para se diferenciar estrategicamente.





EXIGÊNCIAS E QUESTÕES JURIDICAS

1

O primeiro passo é a contratação de um Contador, o profissional que vai auxiliar no enquadramento societário, jurídico e na elaboração dos atos constitutivos do negócio.

2

Registro na prefeitura para obter o Alvará de funcionamento

Registro na Junta Comercial

Registro na Receita Federal (CNPJ)

Cadastro na Caixa Econômica Federal (INSS e FGTS)

Registro no Corpo de Bombeiros Militar

3

Exigências legais específicas do segmento:

Lei 8078/90, referente ao código de defesa do consumidor

Lei 6437 de 1977: Legislação sanitária

Resolução RDC nº12: Regulamento técnico sobre padrões microbiológicos de alimentos

RDC nº 175: Regulamento de matérias prejudiciais à Saúde

RDC nº 218 sobre preparos com vegetais

RDC nº 259: sobre rotulagem de alimentos embalados

RDC nº 272 sobre frutas, vegetais e cogumelos

RDC nº 359 sobre rotulagem nutricional

Portaria nº 326/97: sobre boas práticas para estabelecimentos produtores de alimentos

As resoluções, portarias e leis sofrem constantes atualizações, consulte nos sites de busca sempre as versões mais atualizadas.

EQUIPE

Os funcionários são o cartão de visitas da sua hamburgueria, de forma que, devem estar sempre bem apresentados: com uniformes limpos, e muito bem treinados.

Profissionais mais qualificados, geralmente são mais “caros”, mas, o empreendedor deve realmente pensar que os funcionários que têm acesso direto ao cliente contribuem de forma decisiva para que sua hamburgueria seja um lugar agradável e que seus clientes valorizem o bom atendimento. O proprietário deve transmitir valores aos funcionários como: cortesia, honestidade, atenção e respeito.

A quantidade de funcionários está sempre atrelada ao tamanho e demanda do negócio, a forma de serviço, self service, a la carte ou delivery. Para um negócio que está começando geralmente é necessário:



Um gerente: que pode ser o proprietário ou um profissional contratado



Cozinheiro ou Chef: Quem irá ditar o ritmo, o fluxo e processos dentro da cozinha, pode ser e geralmente é o proprietário no início do negócio.



Copeiro: para ajudar no preparo de alimentos e bebidas mais simples e ajuda na limpeza dos balcões.



Atendente: para anotar os pedidos, recepcionar os clientes, limpa as mesas e organiza o salão.



Caixa: pessoa de confiança responsável pelas atividades relacionadas a receber os valores das vendas.

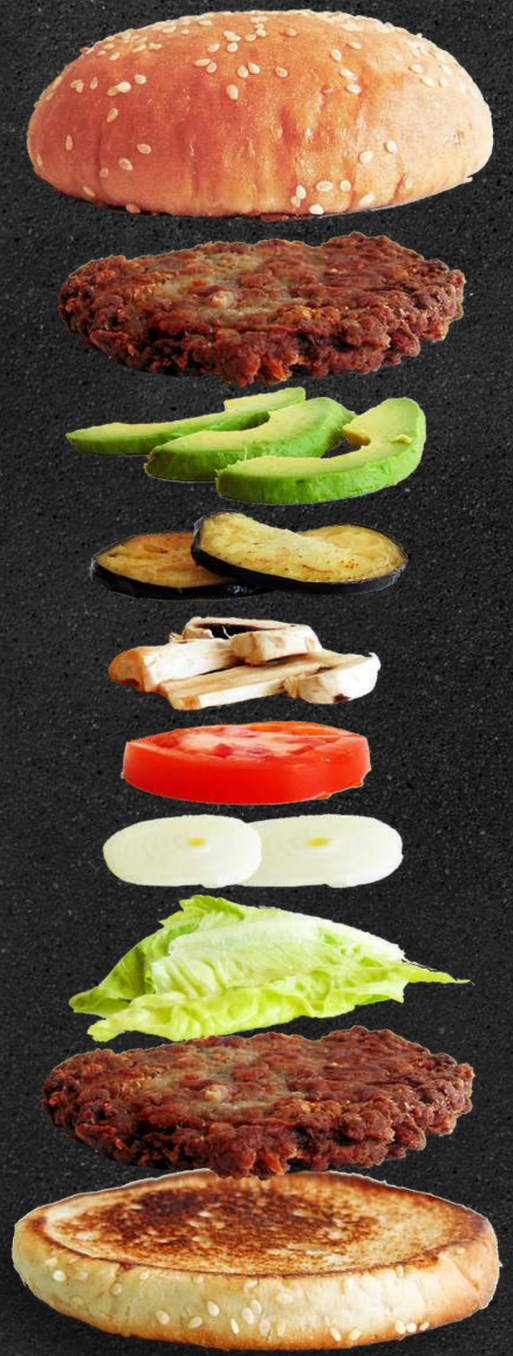


Auxiliar de limpeza geral

O proprietário de uma hamburgueria de sucesso, deve observar sempre se os salários de seus funcionários estão de acordo com o piso salarial do sindicato e sempre oferecer tratamento digno baseado no respeito, responsabilidade e transparência.

Instruções ao uso de equipamentos e o uso de itens de segurança são fundamentais para garantia a saúde ocupacional e reduzir as chances de acidentes de trabalho. Uma atenção especial deve ser dada à higiene, a equipe deve ser instruída a trabalhar como se a vigilância sanitária fosse visitar o restaurante todos os dias.





PROCEDIMENTOS PRODUTIVOS

Uma hamburgueria pode ser encarada como uma fábrica de experiência, cada momento do cliente, da entrada ao momento de pagamento deve ser uma experiência positiva. E para que isso ocorra, vários processos acontecem no salão, na cozinha e administrativamente. Esses processos precisam estar muito bem definidos, e caso o empreendedor não pense nisso, seus funcionários irão criar seus próprios métodos, e ai surgem dois grandes riscos:
o primeiro dos procedimentos estarem apenas na cabeça dos funcionários e quando estes pedem demissão, os procedimentos vão embora com eles. E segundo, esses procedimentos criados pelos funcionários nem sempre são os melhores, mais eficientes e corretos procedimentos.

Logo, há a necessidade de se desenvolver esses processos que devem ser delegados e inseridos em treinamentos de forma exaustiva e detalhada aos colaboradores.

Seguem alguns dos mais importantes processos a serem definidos, segundo o Sebrae:

- Atendimento no balcão ou salão, nas mesas
- Entrega dos pedidos aos clientes, no salão ou delivery
- Atendimento final ao cliente no caixa
- Produção, aquecimento, resfriamento de alimentos e bebidas
- Produção dos lanches e bebidas frescas
- Compra de matéria prima
- Rotulagem e estoque de matéria prima
- Rotina de verificação de prazos de validade e material em falta
- Disposição de produtos industrializados em refrigeradores, gondolas e vitrines
- Boas práticas de higiene e rotinas de limpeza
- Roteiro para recebimento/entrada de mercadorias
- Preparo de fichas técnicas
- Controle de estoque



PLANEJAMENTO FINANCEIRO

Fique sempre atento com as finanças, muitas empresas fecham as portas por falta de planejamento financeiro, faça uma vez por mês, um balanço da sua empresa. Use um sistema de gestão para ter base nas tomadas de decisão.

Estude e entenda a gestão dos custos dentro do seu negócio: custos variáveis, custos fixos, custos de materiais, salários e encargos, depreciação de equipamentos e utensílios, capital de giro, são exemplos de termos que o empreendedor deve dominar.

Reserve um percentual do faturamento mensal para compor um fundo de reserva, que poderá ser usado para cobrir eventuais despesas imprevistas.





COMO ABRIR UMA HAMBURGUERIA DE SUCESSO?

Está pensando em abrir uma hamburgueria? O momento está muito propício, pois o consumo de alimentos rápidos e práticos nos últimos anos segue em fase de crescimento (fonte SEBRAE). A preocupação do cliente em consumir alimentos de qualidade tem se tornado um desafio, mas também pode ser uma grande oportunidade.

Vale a pena conhecer o básico da história do hambúrguer, trazido pelos alemães à América no século XIX, como uma comida rústica. Período de grande crescimento industrial onde os trabalhadores precisavam de um alimento que fosse produzido e servido rapidamente por um valor bem baixo. A primeira lanchonete americana foi criada em 1921 e na década de 30 foi criada o primeiro Drive-Thru. No Brasil as hamburguerias chegaram em 1952, primeiro no Rio de Janeiro e três anos depois em São Paulo.

Por se diferenciar do modelo de fast-food “tradicional” as hamburguerias tem ganhado cada vez mais destaque e se tornado negócios cada vez mais rentáveis. De acordo com levantamento feito pelo Instituto Gastronomia, este nicho alimentício teve um crescimento de mais de 570% na última década, um mercado que só no Brasil fatura mais de 20 bilhões de reais e cresce 7% ao ano, segundo a revista exame. Mas o que realmente faz uma hamburgueria ter sucesso?

Lanches com nomes diferentes, ambientes descolados, decorados e ambientados, iluminação moderna e som ambiente com uma playlist de músicas bem-selecionadas são elementos que podem agradar aos clientes mas não suficientes para atraí-los até seu estabelecimento.

Diariamente recebemos em nossa cozinha experimental a visita de consultores, parceiros e clientes que já atuam no mercado para realizar testes de equipamentos ou de cardápio e, conversando com eles, conseguimos listar alguns pontos que são frequentemente mencionados como fatores para ampliar as chances de sua hamburgueria ter sucesso.

1) Aposte no básico MUITO bem-feito!

Um lanche bem-feito tem ligação direta com a qualidade dos ingredientes: da carne, do queijo, dos molhos e principalmente do pão. Busque fornecedores confiáveis. Aposte no cardápio enxuto, de apenas uma página. Para garantir a agilidade na operação da cozinha é interessante sempre trabalhar com os mesmos ingredientes, ao invés de oferecer 4 ou 5 tamanhos de hambúrgueres diferentes, opte por ter opções com 1, 2 ou 3 hambúrgueres para que o cliente escolha de acordo com a sua fome. Uma variedade maior exige trabalhos extras como pesagem, moldagem, estimativas de venda e claro, riscos de desperdício.

MACOM

2) Diferenciais no cardápio

Porque o consumidor deve escolher sua hamburgueria no lugar de outras opções? O que fará o cliente voltar novamente? Quais os seus diferenciais frente a concorrência?

O hambúrguer é o carro chefe e sua produção e apresentação deve ser impecável, mas existem outros pontos a serem explorados como a cenografia do ambiente, um atendimento diferenciado e opções especiais sazonais no cardápio.

Para não ser somente mais um na multidão, invista em molhos ou um ingrediente especial, itens regionais, com sabor marcante, algo que possa ser notado como um toque especial e único.

Um erro é abusar de um ingrediente com o pretexto de inovação, é comum hoje vermos hamburguerias que exageram na quantidade de um ingrediente no mesmo lanche. O ideal é que o consumidor consiga identificar o sabor de cada ingrediente.

Procure conhecer o que faz sucesso na concorrência, e conheça os cardápios de grandes redes, com certeza há motivos no sucesso de seus hambúrgueres. Procure participar de eventos e cursos, isso dará conhecimento suficiente para inovar sempre.

Uma combinação que vem se destacando é a junção hambúrguer + cerveja. A bebida atrai consumidores mais velhos, que costumam ser mais atentos a qualidade do que consomem e geralmente tem maior poder de compra.



3) Estrutura da cozinha

Não adianta ter o melhor Chef, que sabe montar o blend perfeito de carnes e não ter as ferramentas para prepará-las da maneira correta. Uma estrutura ideal conta com chapas eficientes com espessura da superfície de cocção maior, Char Broilers para dar aquele gostinho de churrasco no Hambúrguer, fritadeiras profissionais de alta performance que garantem uma batata frita sequinha e crocante, linha de refrigeração com interior de aço inox que é mais durável e não impregna cheiro e claro um sistema de exaustão seguro e eficiente.

Confira a lista de equipamentos com os detalhes e pontos que devem ser observados ao escolher esses equipamentos.

Confira também nossas dicas de como escolher seu fornecedor de equipamentos

Quer aprender como escolher a fritadeira ideal para seu negócio veja nosso guia

Veja como financiar sua cozinha em até 60x



PARA SE INSPIRAR



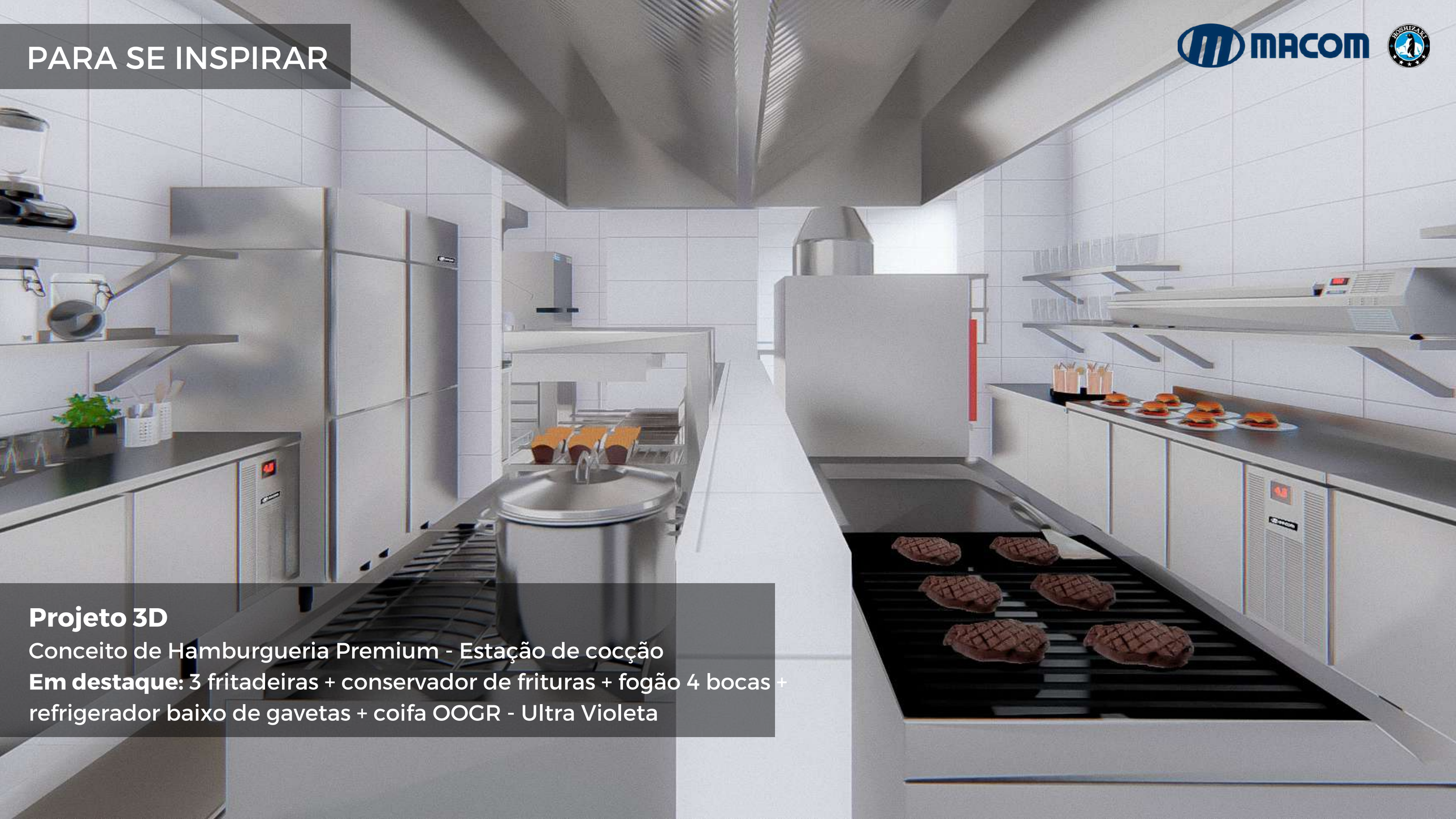
Projeto 3D

Conceito de Hamburgueria Premium - Estação de cocção

Em destaque: 3 fritadeiras + conservador de frituras + fogão 4 bocas + refrigerador baixo de gavetas + coifa OOGR - Ultra Violeta


Projeto 3D
Conceito de Hamburgueria Premium - Estação de cocção grelhados
Em destaque: char broiler + chapa + forno a carvão Braseiro + refrigerador baixo de gavetas
PARA SE INSPIRAR

PARA SE INSPIRAR



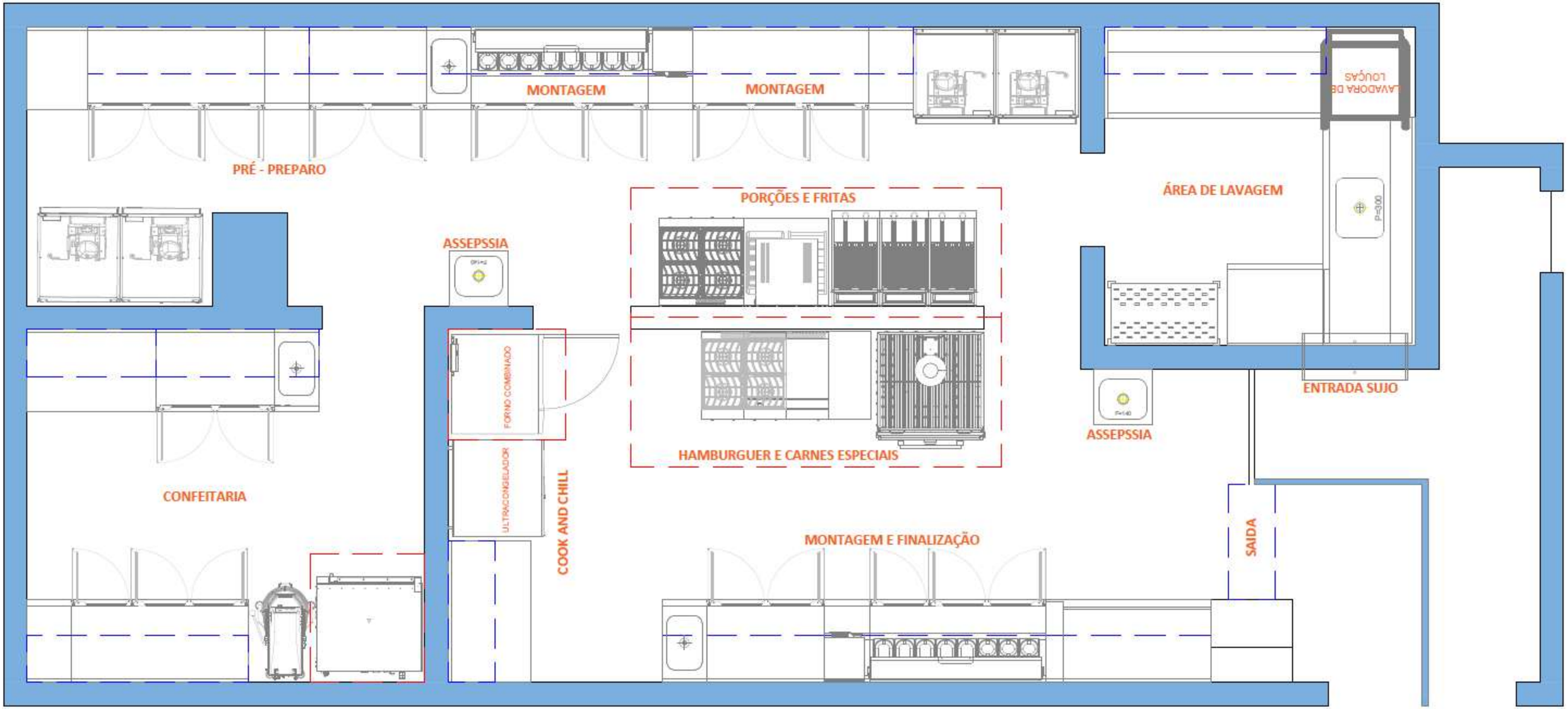
Projeto 3D

Conceito de Hamburgueria Premium - Estação de cocção

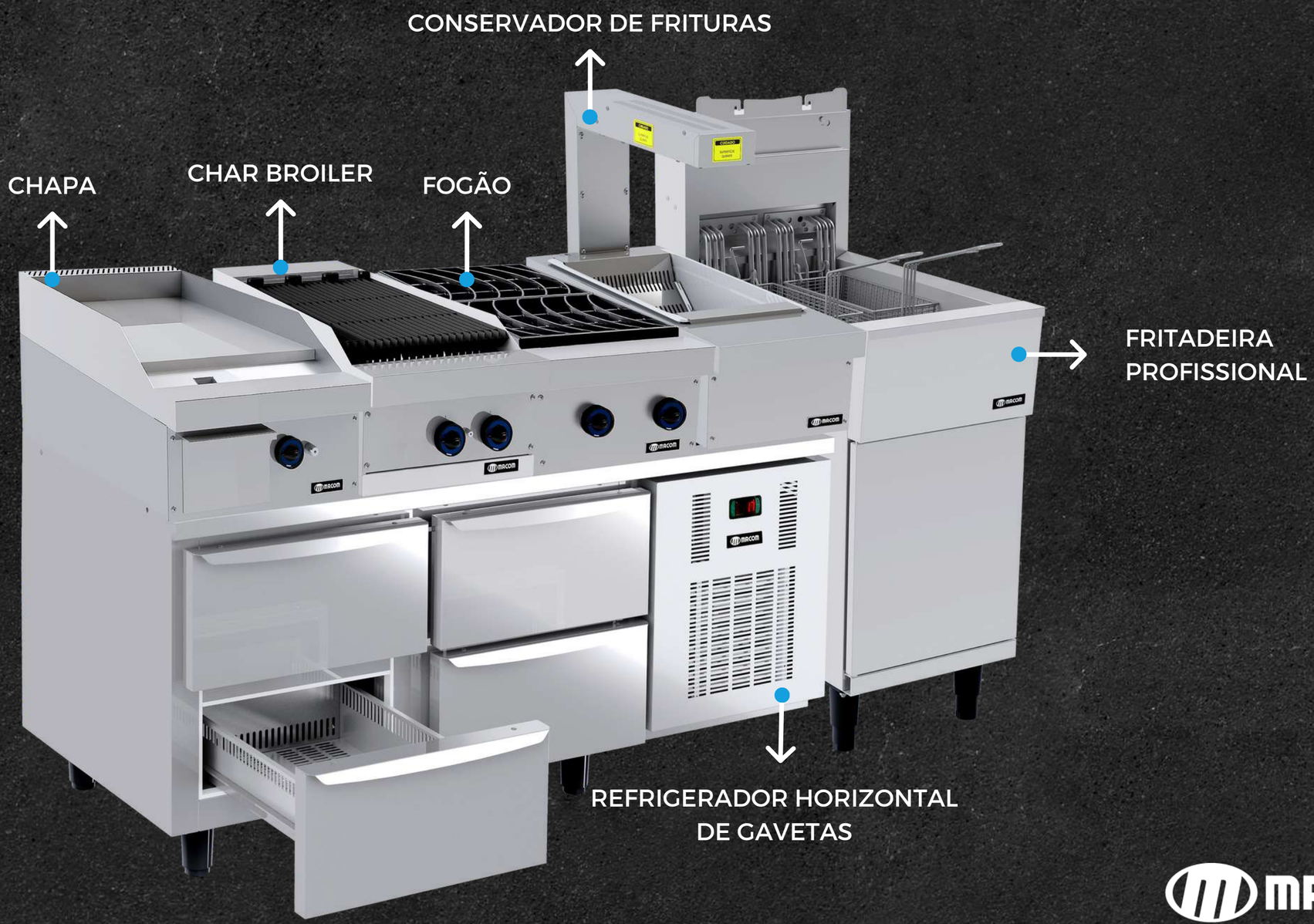
Em destaque: 3 fritadeiras + conservador de frituras + fogão 4 bocas + refrigerador baixo de gavetas + coifa OOGR - Ultra Violeta

PARA SE INSPIRAR

Planta baixa de Hamburgueria Gourmet



PARA SE INSPIRAR



DELIVERY

No cardápio de delivery deve ser mantido apenas o que foi testado e comprovadamente pode ser entregue com excelência. Neste ponto deve se dar uma atenção especial para a escolha das embalagens que deve conservar bem a temperatura e manter as texturas dos alimentos.

Invista tempo em criar Kits tamanho família que aumentam o ticket e tem maior margem de lucro, considerando que uma única entrega pode levar um kit com 10 ou 20 combos.

TENDÊNCIAS E INOVAÇÕES

Alimentos à base de plantas: Não deixe ninguém de fora, um cliente vegetariano tem que ter a chance de ir com a família ou seus amigos ao seu estabelecimento e ter alternativas para se alimentar de forma satisfatória. Tem crescido cada vez mais, a busca por opções vegetarianas, plant-based ou mesmo opções mistas com hambúrgueres mais leves como por exemplo a mistura de carnes com cogumelos. Não precisa se especializar, mas ter opções vegetarianas gostosas.

Sistema pick and go: Durante a pandemia foi uma das modalidades que mais cresceram, onde o cliente faz o pedido remotamente, via aplicativo ou WhatApp e depois vai buscá-la no endereço do estabelecimento onde um atendimento entrega na calçada ou vai levar até o carro. Esta alternativa de atendimento está em alta principalmente porque o consumidor cada vez mais procura economizar tempo.

Redes Sociais e geolocalização: Considere ter uma presença forte nas redes sociais, cabe aqui dizer: quem não é visto, não é lembrado. Crie uma marca, uma identidade visual para que a hamburgueria seja lembrada. Estabeleça uma linha de comunicação com seu público-alvo.

Use fotos atrativas e de boa resolução, invista em um celular com uma boa câmera e aprenda a editar as fotos em aplicativos como o Canva, por exemplo. Faça seus clientes salivarem ao verem suas fotos.

Não deixe as suas redes abandonadas, pois são um canal para seus clientes interagirem, dedique pequenos espaços de tempo para verificar e responder comentários e mensagens.

Abuse da geolocalização e faça anúncios com pequenos investimentos. A geolocalização garante que apenas os moradores do bairro ou região onde sua Hamburgueria está estabelecida, vejam seus anúncios.

Estes pontos citados não eliminam a necessidade de como em qualquer novo negócio bem planejado, ter um bom plano de negócio, que inclua estudo do mercado de hamburgueria, planejamento financeiro, definição de público-alvo, definição de formato do negócio, contratação de equipe, escolha do ponto comercial, desenvolvimento do cardápio e preços, criar uma marca, investir em marketing e um sistema de gestão. Para estes itens recomendamos a contratação de consultores, o Sebrae também pode ajudá-lo na elaboração deste plano.



5 EQUIPAMENTOS QUE VOCÊ PRECISA TER NA COZINHA DA SUA HAMBURGUERIA

Investir em um novo negócio pode ser a realização de um sonho, uma saída para aumentar a renda ou mesmo uma renda extra. Um cuidado que todo empreendedor deve ter é alinhar a ansiedade do sonho com o planejamento do empresário. Um negócio cada vez mais em alta são as hamburguerias, o que nos mostra que investir em um negócio como este pode ser muito lucrativo.

As hamburguerias de hoje saíram de um modelo de lanche de fast-food que é simples e que são preparados de forma muito rápida, para estabelecimentos que entregam experiências gastronômicas ricas, seja com atendimento em salão ambientados ou por delivery. Esta mudança mostra que há hoje uma grande preocupação com a qualidade do que é servido.





A qualidade da carne é um fator primordial, mas não adianta ter o melhor Chef, que sabe montar o blend perfeito de carnes e não ter as ferramentas para prepará-las da maneira correta. Com essa mudança de posicionamento, é importante fazer a escolha correta e apostar nos melhores equipamentos para destacar sua hamburgueria. Neste guia vamos listar os equipamentos essenciais, que funcionam como coração e pulmão de uma hamburgueria.

MACOM HOSHIZAKI



CHAPA A GÁS ou ELÉTRICA

A chapa é o equipamento mais versátil da hamburgueria, nela além de preparar as carnes, pode -se preparar ovos, bacon e até selar o pão. Ela dá agilidade ao estabelecimento e é essencial para fazer o Smash Burguer que é um hamburguer mais fino, com crosta marcante e está em alta.

Um dos pontos a se observar na escolha das chapas é a espessura da superfície de cocção, quanto mais grossa, maior a retenção de calor e consequentemente maior a produtividade, agilidade e economia de gás ou energia elétrica.

A chapa deve aguentar altas demandas, e mesmo com o chapeiro colocando nela 30 hamburgueres que antes estavam resfriados ou congelados, ela deve manter a temperatura e se perder, ter potência para retomá-la rapidamente, caso contrário, ao invés de selar a carne grelhando-a, ela será cozida e muito líquido será perdido, perdendo suculência e sabor, deixando com uma aparência mais clara.Para agilizar e facilitar o processo de limpeza procure sempre chapas com gavetas para resíduos e gordura.



CHAR BROILER A GÁS

Há hamburguerias que focam sua produção na chapa, outras focam no Broiler e algumas utilizam ambos, isso depende muito do cardápio e da proposta da casa.

Com a operação tão simples quanto uma chapa, o broiler se assemelha muito à uma churrasqueira, porém com uma produção menor de fumaça. O Broiler é ideal para hambúrgueres mais altos e deixa um sabor levemente defumado na carne, lembrando muito o sabor do tradicional churrasco. Isto pode ser um grande diferencial de sabor.

Na escolha é importante que o broiler tenha queimadores de alta eficiência e grelhas pesadas feitas de ferro fundido, que retém mais calor, garantindo uma marcação perfeita na carne.



FRITADEIRAS

A recomendação de especialistas é a escolha por fritadeiras com zona fria, que só utilizam óleo, diferente das fritadeiras que usam água e óleo, que trazem riscos constantes de acidentes e incêndio, estas, além de serem perigosas são proibidas em muitos países. A Zona fria atua como um espaço para acúmulo de detritos provenientes do processo de fritura, mantendo estes resíduos longe dos queimadores e da troca de calor para que não se carbonizem transformando o óleo em uma substância insalubre.

Procure fritadeiras profissionais, existem fritadeiras no mercado com 4 queimadores que garantem rápida retomada de temperatura ao trabalhar com produtos congelados ou resfriados, isso garante frituras mais sequinhas e crocantes.

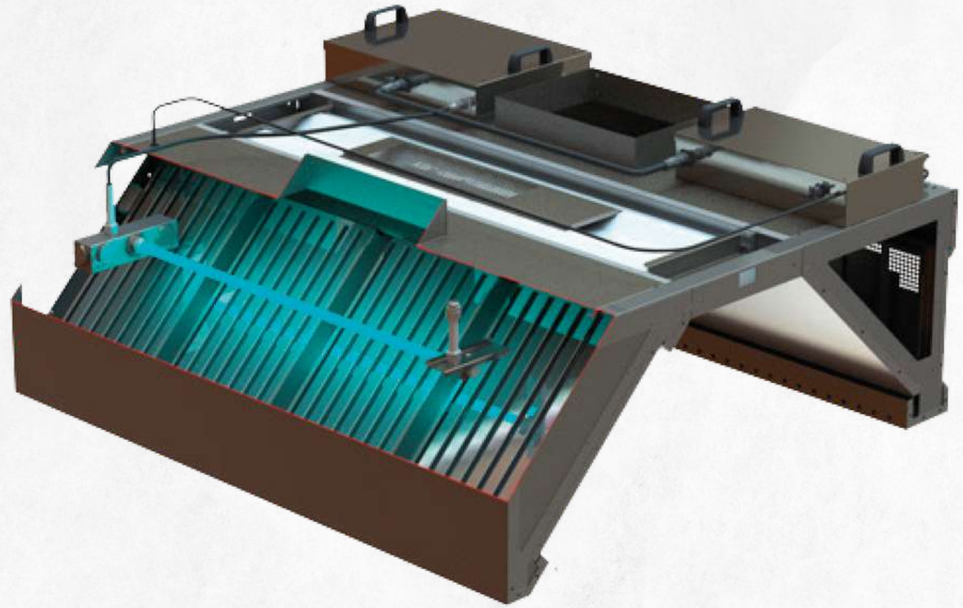
Fritadeiras com controle de temperatura por termostato, além de garantir controle total na temperatura do óleo, contam com sistema de segurança que não permitem que a temperatura ultrapasse a temperatura de “fumaça”, que degrada o óleo com risco de combustão.

Existe uma vantagem econômica em optar por fritadeiras a gás em vez das elétricas, uma vez que em praticamente todas as regiões do Brasil, o gás tem um custo expressivamente menor que a energia elétrica.

COIFAS E EXAUSTÃO

Equipamento obrigatório e necessário para propiciar segurança, bem-estar e conforto aos colaboradores e ao ambiente de trabalho, além de filtrar os efluentes de gordura provenientes dos processos de cocção e filtragem de resíduos.

Os especialistas recomendam sempre a escolha por coifas com sistema de supressão de incêndios como o sistema Ansul. Opcionalmente, pensando em economia a longo prazo, opte por coifas com tecnologia Ultra Violeta-OGR que quebra as moléculas de gordura e estingue a necessidade de limpeza dos dutos da coifa.



SISTEMA DE REFRIGERAÇÃO

Refrigeradores e freezers serão necessários em seu estabelecimento: refrigeradores para armazenar alimentos como verduras, frutas, legumes, bebidas, sobremesas e carnes em processo de descongelamento, e freezer para armazenar as proteínas, as batatas fritas e empanados em geral.

Procure sempre refrigeradores e freezers que trabalhem com sistema de ar forçado, que diferentemente do sistema de paredes frias, garante que o ar frio circule por igual em todo a câmara do equipamento. Outra dica é quanto ao tipo de revestimento do interior, busque por equipamentos com aço inox no interior, que diferentemente de outros materiais, são muito mais duráveis, são mais resistentes a riscos e perfurações, não impregnam cheiro e são mais fáceis de limpar.

É importante considerar que a produtividade de um chapeiro tem relação também com a necessidade de movimentação dele dentro a cozinha, quanto menos ele se movimentar em busca de insumos, mais produtivo será. Um refrigerador baixo de gavetas embaixo da linha de cocção ajuda muito nisso, criando um fluxo inteligente de trabalho.

Dependendo da operação, é interessante ter um balcão refrigerado de condimentos, também conhecido como “prep-table”, nele pode-se deixar itens necessários para a finalização do lanche como: alface, tomate e picles, com fácil acesso acelerando toda a operação.





Para sua lista de desejos: MÁQUINA DE GELO

Outros equipamentos podem fazer a diferença para que seu negócio alcance sucesso, considerando que a experiencia percebida pelo cliente, a forma como a bebida é servida é um fator a ser considerado. A qualidade do gelo pode valorizar qualquer bebida, gelo puro, transparente com cubos perfeitos serão percebidos e mostrará que a sua hamburgueria está preocupada com detalhes.

Além disso você não correrá o risco de ficar sem gelo em um momento de pico e terá um custo operacional muito mais baixo para produzir gelo do que comprar sacos de gelo que podem trazer risco de contaminação. Uma máquina de gelo de qualidade, produz um quilo de gelo a um custo de 10 centavos em média, já considerando o custo de água e energia elétrica.

Para sua lista de desejos: MÁQUINA SELADORA A VACUO

Com o crescimento do negócio será necessário fazer o pré-preparo monoporcionados e em maior escala para agilizar a operação na hora de pico do movimento e para armazenar de forma segura estes alimentos uma seladora a vácuo ajuda muito, pois ela retira todo o ar do produto, eliminando micro-organismos que podem deteriorar o alimento. Isso aumenta a validade do alimento reduzindo seu custo operacional.

Este processo pode também otimizar os custos quando há mais de uma unidade do negócio, permitindo concentrar em apenas um local, todo a pré-produção.

Quer conhecer e testar esses equipamentos? Agende uma visita em nossa cozinha experimental, nossos chefes especialistas estão te esperando para dar todo apoio. Quer ter informações mais detalhadas sobre estes equipamentos, entre em contato com nosso time de especialistas.

MACOM HOSHIZAKI

COMO ESCOLHER FORNECEDORES DE EQUIPAMENTOS PARA A COZINHA?

Empreender, abrir seu restaurante, lanchonete ou hamburgueria é um momento único e muitas dúvidas surgem nesse processo. Escolher fornecedores de equipamentos para sua cozinha profissional, é uma etapa fundamental que requer muita atenção, pois a performance do equipamento pode influenciar diretamente nos resultados do seu negócio. Sendo assim, separamos alguns pontos a serem levados em consideração na hora da escolha:

1 **Qualidade e clientes referência:** Qualquer falha pode atrapalhar o andamento do restaurante e influenciar negativamente na satisfação dos seus colaboradores. Escolher equipamentos já reconhecidos no mercado, escolhidos e preferidos pelos melhores e renomados restaurantes e chefs, dá a segurança de ter, de fato, equipamentos com uma vida útil maior e de menor custo de manutenção. A qualidade do acabamento também pode interferir na facilidade de limpeza e higienização.

2 **Eficiência:** Ao escolher os equipamentos de sua cozinha, considere a demanda dentro de uma perspectiva de crescimento. Equipamentos de qualidade geralmente tem uma maior eficiência energética, podendo trazer uma redução no consumo de energia ou gás, além de impactar muito no tempo de cocção, no sabor e até mesmo na textura dos alimentos.

3 **Preço:** Compare os preços com outros fornecedores, mas é importante lembrar que o melhor fornecedor não é aquele que tem o preço mais baixo, mas sim o que oferece melhor custo-benefício. Já dizia o ditado: “o barato sai caro”, enxugar os custos do investimento inicial com cortes justamente na compra dos equipamentos que são necessários e que geram receita, pode ser um grande erro. Tente entender por que há diferenças de preços, procure saber se a empresa recolhe todos os impostos e os deixam explícitos em suas propostas. Isso dará uma ideia do comprometimento dela com a sociedade e possivelmente com o cliente dela.

4 **Seriedade da empresa:** Procure identificar nos orçamentos se a empresa cumpre as suas obrigações fiscais ou se sonega impostos. Compare se a descrição dos produtos é realmente o que está se cotando e se está explicito quais os impostos e quais as alíquotas e valores de cada um na proposta. Uma empresa idônea mostra o seu comprometimento com o mercado e com a sociedade.

5 **Serviços extras:** Procure identificar quais os serviços de apoio ou extras o fornecedor oferece como: cozinha experimental para testes comparativos, apresentações dos equipamentos, chefes de apoio, treinamentos on-line, na fábrica ou no restaurante, serviços de desenvolvimento de cardápio e serviço de manutenção preventiva. Estes serviços oferecem uma maior sustentação à escolha dos equipamentos que serão o pulmão da sua cozinha.

A Macom é reconhecida como líder do segmento de equipamentos para cozinhas profissionais. Há 48 anos no mercado, buscamos atender as necessidades dos nossos clientes, através de equipamentos com alta eficiência, para aguentarem o dia a dia da cozinha!



POR QUANTO DEVO VENDER MEU HAMBÚRGUER?

A atitude que mais gera riscos ao seu negócio é esquecer a matemática, ou seja, demorar a perceber a relação entre preço e custo. Entender essa relação pode ser um dos fatores para tornar sua hamburgueria um negócio lucrativo ou não. Precificação não é uma ciência tão complicada, embora existam vários fatores que pesam na formação do preço.

Em pequenos negócios é muito comum vermos os empreendedores multiplicarem os custos dos insumos por 2 ou 3 para garantir um certo lucro. Porém essa prática pode trazer uma miopia de negócio ao empreendedor que pode ter a falsa sensação que está lucrando 100 ou 200% quando na realidade está desprezando os custos diretos e indiretos, que ao serem negligenciados, podem afetar negativamente a saúde financeira do negócio.

Apenas como uma referência real, restaurantes que faturam muito bem, chegam a margens de no máximo 30%. Nossa intenção neste artigo é dar uma direção básica de como começar a precificação da forma certa.

CONCEITOS DE ADMINISTRAÇÃO

Inicialmente precisamos ter em mente três termos importantes: Concorrência, CMV e margem de lucro.

Concorrência: É fundamental para qualquer negócio monitorar sua concorrência. O empreendedor deve conhecer profundamente os produtos de seus concorrentes, os preços praticados, a qualidade dos insumos, a qualidade do produto final, como é feita sua divulgação, os diferenciais e as fraquezas. Esse conhecimento trará discernimento para saber o que é praticável ou não no mercado e na região do negócio.

CMV é a sigla para Custo de Mercadoria Vendida. O CMV é basicamente, a soma das despesas para produzir e armazenar as mercadorias, até que a venda seja realizada. Esse dado é fundamental para que você possa calcular e dimensionar o seu lucro.

Margem de lucro é a porcentagem adicionada aos custos totais de um produto, formando assim o preço final da comercialização e definindo a porcentagem de lucro que a empresa terá em cima daquela venda.

FICHA TÉCNICA

O primeiro passo é listar os custos dos insumos de cada receita e de cada item do seu cardápio. Para isso utilizamos uma ferramenta indispensável na cozinha profissional chamada Ficha técnica. Nela detalhamos o valor exato referente a quantidade de cada ingrediente na receita, somando tudo, temos o custo real da receita.

MACOM

Vamos entender:

Temos que listar os itens da sua receita: pão, hambúrguer, queijo, maionese, tomate, alface, molhos, etc... e listar o quanto custa tudo que você usa para fazer este lanche. Neste caso é fundamental investir em uma balança de precisão para saber as medidas e os preços exatos!

Para ficar mais claro veja o exemplo abaixo:

FICHA TÉCNICA DE RECEITA							
Nome Técnico do Prato:	Hamburguer de Picanha						
Nome de Venda do Prato:					Data :		
Produto					Custo do Ingrediente (R$)		
Ingredientes	Unidd	Peso Liqdo 0,000	Rendimento	Fator de Correção	Peso Bruto 0,000	Unitário	Bruto
Pão de hamburguer brioche	UND	1,000	100%	1,00	1,000	R$ 1,75	R$ 1,75
Queijo mussarela	KG	0,020	100%	1,00	0,020	R$ 37,90	R$ 0,76
Cebola Branca	KG	0,020	81%	1,24	0,025	R$ 1,95	R$ 0,05
Alface Crespa	KG	0,010	100%	1,00	0,010	R$ 11,96	R$ 0,12
Picles em concerva	KG	0,005	100%	1,00	0,005	R$ 39,96	R$ 0,20
Maionese	KG	0,010	100%	1,00	0,010	R$ 16,38	R$ 0,16
Carne moida Picanha	KG	0,180	100%	1,00	0,180	R$ 61,90	R$ 11,14
Caixa de papelão	UND	1,000	100%	1,00	1,000	R$ 1,20	R$ 1,20
Unidade: Kg=quilo / Lt=litro / Mç=maço / Qb=quanto baste / Und=unidade / Dz=dúzia / etc						CUSTO DA PRODUÇÃO	R$ 15,38
FOTO/CROQUI						RENDIMENTO UND	1,000
						QUANTIDADE	1,000
						CUSTO UND	R$ 15,38
						CUSTO PÇ	R$ 15,38

Acima, temos uma parte da ficha técnica, além dessa, temos também detalhes de equipamentos e preparação necessária, modo de preparo e observações.

A ficha técnica permite também a padronização dos produtos dando instruções de quantidades, ordem de preparo e montagem das receitas. No exemplo acima, vemos que nosso hambúrguer chegou a um custo de insumos de R$15,38.

A preparação dos lanches envolve muito mais que os ingredientes, há consumo de energia elétrica, de gás, e isso tudo é custo. Junto com nosso hambúrguer vamos oferecer um refrigerante, com certeza iremos querer vendê-lo gelado, ele vai ficar armazenado em um refrigerador que consome energia elétrica, possivelmente vai querer servi-lo com gelo, que ficará armazenado em um freezer, ou que será produzido por uma máquina de gelo, onde ambos consomem energia elétrica.

Agora, vamos a segunda etapa da nossa precificação, e para isso vamos introduzir mais dois conceitos: Custos fixos e custos variáveis.

Custo fixo é um gasto que se mantêm igual independentemente da quantidade de produtos vendidos – por isso recebe este nome. Independente do seu faturamento essas contas sempre estarão lá.
São exemplos de custos fixos: Salários de funcionários, aluguel, internet, plano de telefonia, limpeza, contador.

Custo variável são os gastos que variam de acordo com o seu faturamento, com a sua produção.
São exemplos de custos variáveis: Impostos, taxas de Ifood e aplicativos, custos de frete, taxas de cartão de crédito, manutenção dos seus equipamentos, água, gás, energia elétrica.

Agora sabendo os custos fixos e variáveis, precisamos saber o quanto esses custos representam em porcentagem do faturamento médio da sua Hamburgueria.

Para calcular seu faturamento médio, some 6 ou 12 meses e divida pela mesma quantidade de meses. Caso seja um negócio totalmente novo, faça uma estimativa de faturamento.

Faturamento por exemplo: 20 mil reais mensais
Soma média de custos fixos: 5 mil reais

A porcentagem é a informação mais importante, então usando uma simples regra de três, vamos calcular quantos por cento esses valores representam dentro do faturamento.

Nos custos fixos:
20 mil =100%
5 mil = ?%
5x100 = 500
500 / 20000 = 0,25 que corresponde a 25%

Da mesma forma, como exemplo, vamos considerar que calculando temos os custos variáveis correspondendo a 9% do nosso faturamento. Assim temos 3 informações importantes:

Faturamento médio = R$ 20 mil
Custos fixos de 25%
Custos variáveis de 9%

Agora por que essas informações são tão importantes? Com esses dados conseguimos achar o fator multiplicador de lucro geral, conhecido como markup.

O markup, é um número mágico, é um índice multiplicador aplicado sobre o custo de um produto para que se forme o preço final de venda, considerando a sua margem de lucro e o custo unitário da produção.

Fórmula do markup:

MARKUP: $\dfrac{100}{100 - (\%\text{Despesa Fixa} + \%\text{Despesa Variável} + \%\text{Lucro})}$

Para descobrir esse número da sua hamburgueria, vamos seguir o exemplo, considerando que queremos ter 25% de lucro.

$$\text{Markup} = \frac{100}{100 - (25\% + 9\% + 25\%)}$$

Markup = 2,43

Esse número você vai multiplicar pelo custo da produção de todos os itens do cardápio. Isso garantirá um lucro de 25%, porém considerando todos os custos fixos e variáveis. Em nosso exemplo, nosso hambúrguer teve um custo de R$ 15,38, multiplicando pelo markup (2,43) nos mostra que deveremos vender o hambúrguer por R$ 37,37 para manter um lucro de 25%, agora considerando todos os seus custos.

E ai entra a importância da pesquisa de mercado, assim você terá uma base para decidir se manterá o preço se precisará baixar os custos de produção ou a margem de lucro ou se tem mercado para aumentar a sua margem e assim fazer mais dinheiro.

Neste cálculo consideramos como se toda a venda fosse vendida por cartão de crédito/débito, ou seja como se toda venda tivesse o “desconto da maquininha”. Se seu negócio já está rodando, você pode ter uma média ponderada da taxa de cartão. Para isso você precisa saber a média de vendas que são feitas por dinheiro e por cartão.
Embora seja relativamente simples a precificação, recomendamos a contratação de um consultor de negócios gastronômicos para auxiliar nesse processo.

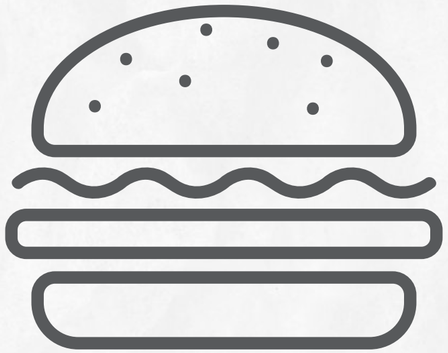
Agora se as dúvidas são com relação aos equipamentos e estrutura da sua cozinha, fale com um de nossos especialistas. Agende uma visita em nossa fábrica e conheça nossa cozinha experimental onde é possível testar todos os equipamentos com auxílio de nossos chefs coorporativos.



MARKETING PARA HAMBURGUERIAS

O sucesso de uma hamburgueria espelha a paixão do chef pelo hambúrguer, mas não adianta produzir o melhor lanche se ninguém conhece sua marca, não adianta ter a melhor experiência de atendimento no salão se ninguém sabe onde é o estabelecimento, em outras palavras, sem uma boa ação de divulgação e um bom marketing, seu negócio estará fadado a só atingir as pessoas da rua, do bairro ou talvez apenas seus amigos e conhecidos.

Quem atua em delivery tem a vantagem que os aplicativos indicam ou listam o estabelecimento nas opções para o consumidor, já no salão, a maior parte do movimento vem de fora, de outros bairros e até cidades, mas o que faz essas pessoas encontrar e frequentar sua hamburgueria? Como chegar até essas pessoas, como mostrar os diferenciais do seu negócio? Quais diferenciais devem ser informados por meio de ações de marketing para atrair esse público? Neste artigo, listamos uma série de dicas que com certeza, irão colocar sua hamburgueria na rota dos consumidores mais famintos.



O BÁSICO BEM-FEITO, É MARKETING!

1) Preocupe-se em fazer bem-feito: em entregar qualidade desde o item mais simples do cardápio, não há nada mais desagradável do que gastar dinheiro com comida ruim. A qualidade deve superar a expectativa, assim o cliente sai com vontade de voltar de novo, e será grande a chance de comentar e indicar aos seus conhecidos e familiares, fazendo um marketing boca-a-boca.

2) Ouça o que o cliente quer: carne de qualidade, pão de qualidade, legumes frescos, mas também opções de acompanhamentos, bebida gelada que agregam e são ótimos para aumentar o ticket médio.

3) Opções de acompanhamentos: além da batata frita; molhos especiais, onion rings, batatas rústicas, batata chips, coberturas como cheddar, bacon, cebola crispy, são opções que enriquecem a experiência e muitas vezes, pode haver clientes que vão até sua hamburgueria devido à uma batata sequinha e crocante do que pelo lanche.

4) Higiene impecável: A recente pandemia, emergiu uma maior preocupação do público com higiene e segurança alimentar. É extremamente importante que, além de uma limpeza impecável, seu estabelecimento mostre essa preocupação com seus clientes, como a disponibilização de álcool gel em todas as mesas do salão.

5) Espaço com conforto: Independente do tamanho do salão, o ambiente deve ser confortável, iluminação adequada, agradável, som ambiente com músicas que conversem com a temática da decoração e em um volume que permita os clientes conversarem sem precisar elevar a voz.





EXPERIÊNCIA NO AMBIENTE

É comum hoje termos hamburgueria com as mais diferentes temáticas como: retrô, temas de filmes, temas de heróis, temas rock-and-roll e outros, tudo para gerar uma experiência única ao cliente. Quando falamos de experiência de marca este ponto deve ter uma atenção especial, cores e objetos de decoração devem se conversar. É recomendável a contratação de arquitetos ou empresas de cenografia para ter sucesso neste quesito.

AGRADAR A TODOS?

Definitivamente é unânime entre empresários de sucesso que é impossível agradar a todos os públicos. De forma que, é importante termos um público bem definido para a hamburgueria e tudo girar em torno dessa segmentação. Não conseguiremos agradar a todos, mas podemos disponibilizar um cardápio que atenda gostos e necessidades específicas como, lanches sem glúten, opções para intolerantes à lactose, opções veganas e vegetarianas, e fica a dica: hoje existe uma escassez de opções assim no mercado.

ALÉM DO FIM DE SEMANA!

O fluxo de clientes no fim de semana geralmente é o maior, mas existem estratégias para que seu negócio não fique vazio durante a semana, seguem algumas ideias:

1) Promoções ou receitas que só são servidas em um dia específico da semana.
2) Opções de jogos, playlists específicas para cada dia da semana.
3) Aceitar vale refeição e alimentação como forma de pagamento, a maioria dos trabalhadores utilizam somente estes cartões para se alimentarem durante a semana, se a hamburgueria fica próximo a grandes centros comerciais com muitos escritórios ou universidades na região, isso poderá aumentar muito o fluxo da semana.

MACOM



MARCA E IDENTIDADE

Invista no desenvolvimento de uma identidade visual, de um logotipo e de uma marca, que as pessoas ao verem lembrarão da sua hamburgueria e da experiência que tiveram. O logotipo deve ter um visual agradável, fácil de ler e entender e de preferência ser desenvolvido por um profissional, um designer ou publicitário.

O logotipo deve ser expressivo com símbolos, cores, tipografias, grafismos, personagens, que sejam facilmente identificados e não esqueça de registrar sua marca no INPI, para protegê-la e evitar que seja copiada ou mesmo que ela seja tão semelhante à outra que te force a mudar de marca quando o negócio já estiver consolidado.



APRESENTAÇÃO E EMBALAGENS

A forma como o lanche é entregue faz parte da experiência do cliente, um lanche entregue em um saco amassado ou entregue suado em uma embalagem padrão de isopor até é aceitável para novos empreendedores, mas não se você quer causar uma boa impressão tentando transferir ao delivery um pouco da experiência que o cliente teria se estivesse no salão.

As embalagens, quando bem pensadas, reforçam a identidade da marca, mantem os lanches aquecidos e retardam sua deterioração. Ao escolher as embalagens, opte por opções mais sustentáveis e ecológicas que têm sido muito valorizadas ultimamente, principalmente pelas novas gerações.

SEJA ESTEJA NO DIGITAL!

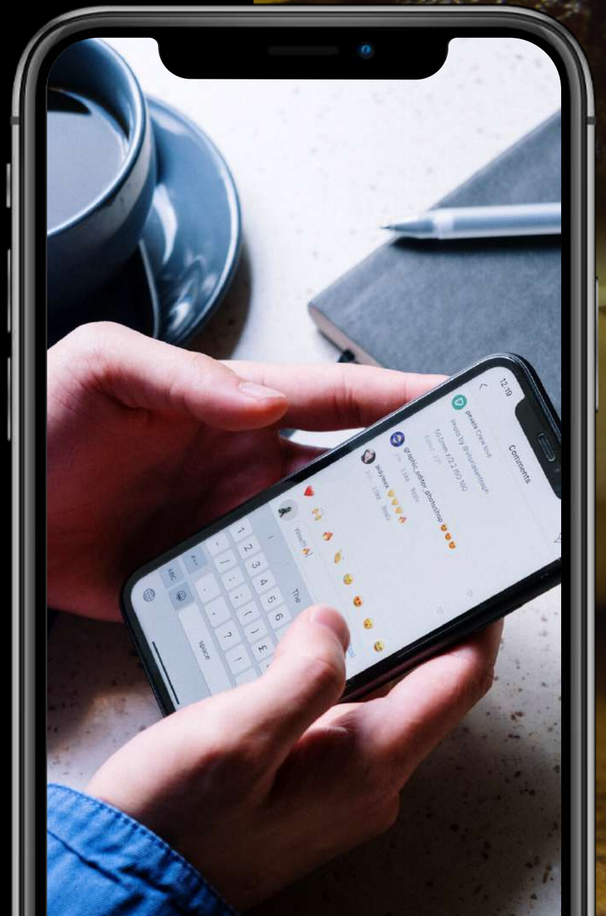
Nos últimos dois anos, vivenciamos um forte crescimento das vendas online e da digitalização do comércio. Mais de 70% das empresas recorreram as redes sociais para gerar demanda após o início da pandemia (fonte: Diário do comercio).

Não dá para um empreendedor ver seus concorrentes decolando nas redes sociais e não tomar nenhuma atitude. O fato é que, a maioria das pessoas, usam as redes sociais para pesquisar, comparar, ler e ouvir opiniões de outros consumidores e para comprar. As redes sociais da sua hamburgueria devem ser atualizadas com frequência, pois quanto maior a presença digital, mais relevante se tornará para seu público. Mas cuidado, não saia postando qualquer coisa, os conteúdos devem refletir a experiência positiva que um cliente tem ao visitar a sua hamburgueria, logo, vale muito a pena investir em um telefone com uma câmera muito boa para tirar fotos vívidas e bem nítidas do negócio e dos produtos ofertados. As cores e a decoração devem refletir a mesma decoração encontrada no salão.

Outra dica é investir na produção de posts interativos e enquetes, que instigam o público a responder dando suas opiniões e comentando o assunto, isto ativa recursos no funcionamento das redes sociais, fazendo com que o conteúdo seja entregue a mais pessoas, pois as ferramentas entendem que se as pessoas estão comentando uma publicação, ela possa ser interessante para outras pessoas também. Outro tipo de posts que geram muito engajamento são posts que estimulam a marcar amigos nos comentários.

SITE AINDA É IMPORTANTE

Ter um site é importante para contar a história do estabelecimento, disponibilizar rotas de como chegar, o cardápio on-line com fotos dos produtos, preços e ingredientes inclusos. O site precisa ser responsivo, ou seja, compatível para acesso via celulares também. Considerando que hoje o maior número de acesso virá deste dispositivo.
Divulgue e motive os clientes a comentarem e darem depoimentos, eles servem de motivação para clientes indecisos. Exponha os comentários tanto no site quanto nas redes sociais.



APAREÇA EM DESTAQUE NO



O Google é hoje a maior ferramenta de buscas da internet, segundo uma pesquisa realizada pela consultoria Predicta, 90% das buscas no Brasil são feitas no Google logo estar presente neste site, quando o termo hamburgueria for pesquisado, é muito importante.

Uma das formas de aparecer em destaque, seja para quem pesquisar próximo do endereço da sua Hamburgueria, seja quando alguém pesquisar exatamente pela sua marca e estar cadastrado no Google Business.

O Google Business é uma ferramenta gratuita, que garante que seu negócio apareça sempre no google para buscas locais. Além disso, é este cadastro que fará com que seu negócio seja visível na ferramenta Google Maps. Para ser validado basta realizar o cadastro que o Google enviará uma carta física para o endereço da sua hamburgueria com um código, que deverá ser digitado na plataforma para “provar” que é um negócio real. Empresas verificadas no Google tem o dobro de chances de serem consideradas de confiança pelos usuários.

POSTS PARA HAMBURGUERIA

Comemos com os olhos primeiro ao ver uma foto nítida de comida, ativam em nosso cérebro áreas ligadas à fome e aí começamos a imaginar como seria o sabor daquela comida.

Os posts nas redes sociais de uma hamburgueria devem apresentar cada item do cardápio de forma que pareçam deliciosos. Valorize a qualidade e a beleza de cada ingredientes, a carne suculenta, os molhos, o queijo derretendo, os vegetais e hortaliças frescas.

Cortar o hambúrguer ao meio é uma ótima forma de mostrar todos os ingredientes dentro do lanche. Insira também nas fotos os acompanhamentos, batatas fritas douradas, refrigerante com gelo e sobremesas. Seu conteúdo deve fazer com que as pessoas fiquem com água na boca.
O horário para compartilhar os conteúdos pode ajudar e muito nas vendas, e o melhor momento é quando a fome começa a apertar, fixe um horário para essas postagens para perto das 11h ou para próximo das 18h, por exemplo.





Procure sempre fotos do produto real, evite o uso de imagens de banco de imagens, que deixarão tudo com cara artificial. As fotos devem ser tiradas com cuidado e profissionalismo. Se puder contrate um fotógrafo profissional, se não puder considere comprar um celular com uma ótima câmera.

Procure colocar em seu cardápio os preços no destaque dos stories para que o cliente possa ter todas as informações necessárias sobre seu serviço. Não esqueça de endereço, telefone e quaisquer outras informações que você julgue importante.

Abuse do uso de hashtags, elas ajudam a atrair novos seguidores, ajudam a ampliar a visibilidade dos posts e atraem pessoas que estão interessadas nos temas postados.

WHATSAPP BUSINESS

O WhatsApp, principalmente na versão business, é uma ótima ferramenta para atendimento. Além disso, ela permite que os clientes salvem o contato em seus celulares e a partir daí, a Hamburgueria pode desenvolver uma confiança nos clientes através da publicação de conteúdos no Status do WhatsApp. Seja mostrando etapas produtivas, seja apresentando promoções temporárias.

É interessante que seja colocado no site, um ícone flutuante de contato via WhatsApp, isso ajudará a captar novos clientes com atendimento rápido.

Caso exista, participe de grupos do seu bairro, e de tempos em tempos, envie promoções ou fotos dos hamburgueres.

MIDIA IMPULSIONADA E GOOGLE ADS

A publicidade paga nas redes sociais permitem seu negócio ser encontrado por pessoas dentro de um perfil e uma região que você determina. A segmentação de anúncios dentro do facebook e do Instagram permite, mesmo com um orçamento diário pequeno, trazer novos interessados que podem se converter em clientes.

Pensando na hamburgueria como um negócio regional, investir 20 ou 30 reais diariamente pode fazer uma grande diferença.

O mesmo vale para anúncios pagos no Google, onde seu negócio pode ser sugerido para pessoas que estão procurando hamburgueria na sua região de atendimento.

Ambos podem ter seus anúncios programados em horários específicos, como meia hora antes do horário do almoço ou meia hora antes do fim do expediente em horário comercial.

Como podemos ver, há vários caminhos para chegar até ao seu público, o importante é sua hamburgueria ser lembrada na hora da fome, seja por uma experiência fantástica, seja pelo sabor marcante. Estar presente fará a diferença e tornará a sua hamburgueria a opção mais atraente para o consumidor.

Agora, se você está pensando em abrir uma hamburgueria ou em dar um upgrade na cozinha, converse com nossos especialistas e agende uma visita em nossa cozinha experimental, nossos chefs irão ajudar na escola das melhores soluções para seu negócio.



LINHAS DE CRÉDITO

A Macom oferece linhas de crédito, a fim de facilitar a aquisição dos equipamentos para cozinhas profissionais.

Boleto bancário
Parcelamento padrão: 40% Sinal (3 dias) + 2x de 30% (30, 60 dias do pedido)

- Embarque somente após 70% pago (duas primeiras parcelas) para pedidos acima de R$ 5.000,00;
- Prazo de entrega será considerado após o pagamento do sinal;
- Revenda somente será comprada após pagamento do sinal para pedidos com até 30% de revenda;

CARTÃO DE CRÉDITO EM ATÉ 12X (com juros de 1,15% ao mês)

- Permitidas todas as bandeiras
- Liberação de produção, revenda e embarque, somente após confirmação do pagamento e envio do termo de confirmação;
- Somente serão aceitos Cartões de Crédito de portadores que possuam vínculos no contrato social (em casos de PJ);

GRENKE

- Sujeito a análise de crédito;
- Taxas e valores sob consulta;
- Necessária assinatura de contrato antes da emissão do pedido;
- Início do contrato após recebimento e instalação.

BNDES

- Necessário envio da cópia do cartão BNDES;
- Liberação de produção, revenda e embarque, somente após confirmação do pagamento e envio do termo de confirmação.

Financiamento - Plataforma Santander (Oferecido pela Macom)

- Sujeito a análise de crédito;
- Taxas e valores sob consulta mediante simulação na plataforma;
- Limite mínimo R$ 1 mil e máximo de R$ 1 milhão;
- Parcelamento em 03 até 60 meses;
- Liberação de crédito para não correntistas do Banco Santander através do boleto;
- Parcelas fixas mensais, podendo realizar antecipações com desconto de juros.

DEMAIS FINANCIAMENTOS (Contratados pelo cliente)

- São aceitos financiamentos FINAME, FCO, BNB, ITAU e outros sob consulta;
- Todos os financiamentos são aceitos somente com CARTA DE FINANCIAMENTO em papel timbrado e assinado pelo banco credor;



STAFF



Revisão e texto final:
Marcos Farah

Diretor de Vendas e Marketing

Com mais de 30 anos de experiência no segmento de Fast Food, assumiu a diretoria de marketing e vendas na Macom Hoshizaki em 2014. Especialista em desenvolvimento de novos produtos, engenheiro elétrico, pós-graduado em comercio exterior, com MBA em marketing de serviços, ele desenvolveu novos projetos, ampliando a atuação da Macom, além de estruturar o posicionamento no mercado de fast-food e gastronomia.



Pesquisa e textos:
Rodrigo Lima

Coordenador de Marketing



Diagramação e revisão de textos
Larissa Cerqueira

Analista de marketing



Fotografia e revisão de textos
Lucas Tavares

Assistente de marketing



Revisão de precificação e fichas técnicas
Matheus Farah

Chef Especialista



Revisão de precificação e fichas técnicas
Nicolas Higino

Estagiário de Gastronomia



Projeto 3D
Julio Melo

Representante Aços Macom - Melo Cozinhas
@melocozinhas

A Macom

Da pequena hamburgueria às grandes redes de fast-food, de pequenos restaurantes à alta gastronomia, das pousadas às grandes redes de hotéis e resorts, de espaços gourmets aos bares mais badalados, a Macom tem sido referência em equipamentos para cozinhas profissionais, tendo seus produtos como objeto de desejo de cozinheiros iniciantes até os chefs mais renomados.

Localizada orgulhosamente na cidade de Guarulhos, às margens da rodovia Presidente Dutra, a multinacional japonesa presente em mais de 62 países (Grupo Hoshizaki), emprega mais de 300 funcionários em sua planta fabril de mais de 22 mil mts². Desde sua fundação em 1972, a Macom se destaca no segmento de atuação, como uma empresa 100% legal.

marketing@acosmacom.com.br

+55 11 2085.7000

/@AcosMacom

/@AcosMacom

/@MacomCozinhasProfissionais

