

**OTEMA**

O tema desenvolvido para o trabalho de conclusão do curso é a proposta de franquias para a empresa Brigadeire-se. A empresa se diferencia das demais por proporcionar aos clientes uma experiência única na hora do cliente comprar seu brigadeiro, possibilitando que o cliente monte o brigadeiro da forma que bem quiser.

**A EMPRESA****VOCÊ JÁ PENSOU EM MONTAR SEU PRÓPRIO BRIGADEIRO?**

Foi exatamente assim que surgiu a ideia de oferecer ao cliente não apenas um simples brigadeiro, mas sim, uma experiência única, onde o brigadeiro é pensado e montado de acordo com os desejos de cada um.

Anteriormente a isso, a empresa atendia apenas por meio de encomendas, porém, a demanda foi aumentando e pensando em oferecer algo a mais, a empresa resolveu expandir suas operações. Hoje a empresa possui um quiosque localizado no Shopping Iguatemi, na cidade de Porto Alegre, enquanto a produção das massas dos brigadeiros é realizada em uma cozinha industrial em outro local.

**A PROPOSTA**

A proposta desenvolvida busca atender o desejo dos idealizadores da empresa em proporcionar aos clientes a maximização da experiência em montagem de brigadeiros. Desta forma, foram propostas três tipologias de franquias, que possibilitam essa experiência. Além disso, a empresa busca crescer e atingir o público esperado e tornar-se assim, referência no setor de doceria.

**O NEGÓCIO**

Desde o princípio, a empresa, apesar de pequena, quis ser grande. O cuidado no processo de criação da marca, padronização dos produtos, embalagens e excelência no atendimento são prova disso.

Pensando em maximizar a experiência, a empresa criou um modelo de negócio que permite ao cliente escolher e assistir a montagem do seu brigadeiro, acompanhando o processo de ponta a ponta.

Em todas as tipologias que foram propostas, serão disponibilizadas três opções de massas, dois recheios e quinze coberturas, além das embalagens diferenciadas, oferecendo ao cliente maiores possibilidades.

**OS PRODUTOS****FRANQUIA TIPOLOGIA COMPLETA**



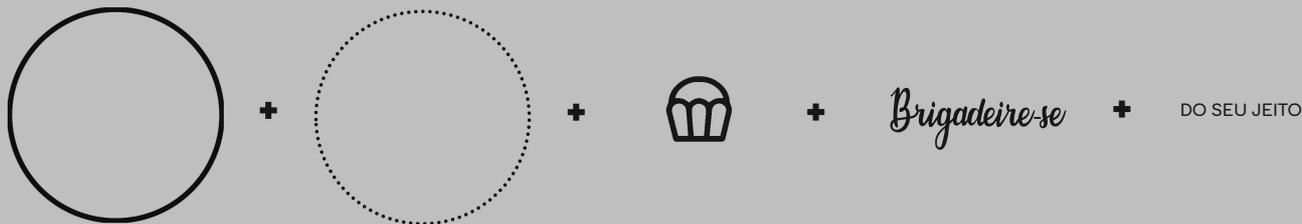
BRANDING

BRIGADEIRE-SE: O ATO DE BRIGADEIRAR-SE DO SEU JEITO.

Brigadeiro é sinônimo de festa e celebração. Essa é a essência do negócio. Brigadeirar-se é ter um momento seu e por isso, nada mais justo que você ter o poder de escolher de que forma irá fazê-lo.

O CONCEITO

A proposta desenvolvida busca atender o desejo dos idealizadores da empresa em proporcionar aos clientes a maximização da experiência em montagem de brigadeiros. Desta forma, foram propostas três tipologias de franquias, que possibilitam essa experiência. Além disso, a empresa busca crescer e atingir o público esperado e tornar-se assim, referência no setor de doceria.



FORMATO DA LOGO

A forma circular do logo foi utilizada para remeter ao formato do brigadeiro, sendo ele o elemento principal.

CONFEITOS

Este elemento foi criado para remeter aos confeitos que envolvem cada brigadeiro comercializado pela empresa.

ÍCONE

O elemento do ícone de um brigadeiro foi criado para remeter de forma direta e fácil o produto oferecido pela loja.

TIPOGRAFIA

A fonte utilizada com uma tipologia manuscrita busca remeter a algo manual, artesanal, assim como o produto principal.

SLOGAN

Uma das frases conceito que nortearam a criação da marca e a essência da empresa, aparece presente na logomarca.



APLICAÇÃO DA MARCA



## PROJETOS ARQUITETÔNICOS



FRANQUIA TIPOLOGIA EVENTOS



FRANQUIA TIPOLOGIA COMPACTA



FRANQUIA TIPOLOGIA COMPLETA

## CONCEITO

## VIVER UMA EXPERIÊNCIA

O conceito principal adotado para a proposta e partido arquitetônico é o de viver uma experiência. E o que significa isso? Significa que os clientes que forem até o quiosque consumir ou adquirir algum produto, vão estar fazendo isso de uma forma diferente e jamais vista até então. O projeto arquitetônico reflete este conceito, no momento em que se preocupa com a percepção que o cliente vai ter ao utilizar o espaço, na materialidade da proposta, nas alturas, pontos de vista, facilidade na identificação, entre outros.

## DIRETRIZES

- Criar espaços distintos de fácil localização no estabelecimento como o caixa, local onde serão feitos os pedidos, retiradas e operacional;
- Criar um espaço para que a equipe do estabelecimento consiga trabalhar de acordo com a rotina da operação, além de mobiliários que atendam às necessidades da operação;
- Criar elementos que facilitem a visualização e identificação do ponto comercial dentro do espaço que estará inserido;
- Utilizar materiais de qualidade e de referência para que o estabelecimento consiga agregar ainda mais valor aos produtos;
- Utilizar os cadernos técnicos de normas como premissa para possibilitar a aprovação do projeto por parte do shopping;

## FRANQUIA TIPOLOGIA EVENTOS



**FORMATAÇÃO DA FRANQUIA**

**PLANO DE NEGÓCIO**

**SEGMENTO DE CLIENTES**

O público alvo a ser atingido pelas franquias da Brigadeire-se são crianças, jovens, adultos e idosos de diversas idades que buscam um produto de qualidade no ramo de doceria e confeitaria.

**LOCALIZAÇÃO**

As franquias do tipo quiosque devem ser instaladas preferencialmente dentro de pontos comerciais com grande fluxo de pessoas, como shopping center e galerias. Já a franquia do tipo eventos, pode estar presente em feiras ao ar livre, em eventos de gastronomia em geral, e também em festas particulares ou de empresas.

**QUALIDADE E CUSTO-BENEFÍCIO**

Todos os produtos fornecidos e comercializados pela empresa priorizam ingredientes de qualidade, através de fornecedores de confiança no mercado, além de serem produzidos de forma artesanal e seguindo rigorosos controles de qualidade.

**FRANCHISING**

Foi elaborado uma projeção de investimentos, levando em consideração aspectos fundamentais para o completo funcionamento da operação a ser adquirida pelo franqueado, conforme segue:

**INSTRUMENTOS JURÍDICOS**

Esta é uma etapa de grande importância na hora da implementação de uma nova franquia por parte do franqueado, pois de acordo com a Lei 8.955/94 é redigida a Circular de Oferta de Franquia e o contrato, contendo as características de cada franquia. Nesta etapa também consta a manualização da franquia, onde o franqueado receberá materiais que norteiam a implementação e funcionamento da empresa após aberta. Manual arquitetônico, sistemas de gestão e padronizações da rede.

**PROCESSOS E ESTRATÉGIAS**

Para atingir a completa eficiência da operação, alguns processos são padronizados e devem ser seguidos por cada franqueado. Tais processos foram testados e adaptados em operações anteriores, visando a melhora em cada etapa. Já as estratégias norteiam o crescimento da operação e como ela pode gerar um retorno mais positivo para franqueadores e franqueados.

TIPOLOGIA EVENTOS		TIPOLOGIA COMPACTA		TIPOLOGIA COMPLETA	
Taxa de Adesão	R\$ 10.000,00	Taxa de Adesão	R\$ 20.000,00	Taxa de Adesão	R\$ 35.000,00
Quiosque	R\$ 12.000,00	Quiosque	R\$ 25.000,00	Quiosque	R\$ 45.000,00
Estoque Inicial	R\$ 6.000,00	Estoque Inicial	R\$ 10.000,00	Estoque Inicial	R\$ 15.000,00
Capital de Giro	R\$ 7.000,00	Capital de Giro	R\$ 15.000,00	Capital de Giro	R\$ 25.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 35.000,00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 70.000,00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 120.000,00</b>

\* Pelo uso da marca e suporte, são cobrados royalties fixos mensais. Para esta tipologia é cobrado o valor de R\$ 1.000,00

\* Pelo uso da marca e suporte, são cobrados royalties fixos mensais. Para esta tipologia é cobrado o valor de R\$ 2.000,00

\* Pelo uso da marca e suporte, são cobrados royalties fixos mensais. Para esta tipologia é cobrado o valor de R\$ 3.000,00

**FRANQUIA TIPOLOGIA COMPLETA**



PROPOSTA DETALHADA – TIPOLOGIA COMPACTA 4M<sup>2</sup>

LOCALIZAÇÃO

A ESCOLHA DO LOCAL

SHOPPING IGUATEMI - PORTO ALEGRE

O local escolhido para implementação do primeiro quiosque da empresa foi o Shopping Iguatemi na cidade de Porto Alegre. Possui acesso facilitado, está localizado na Zona Norte da cidade, próximo ao Colégio Anchieta e Campus da Unisinos na Capital.

Os aspectos que nortearam esta escolha foi pelo motivo deste ser um dos principais shoppings da cidade, apresentando números consideráveis no segmento de comércios.

O quiosque está localizado no segundo pavimento do Iguatemi, um local com grande circulação de pessoas e junto a um núcleo de circulações verticais e lojas como Zara, MAC, Calvin Klein, entre outras.

DIFERENCIAIS DO SHOPPING

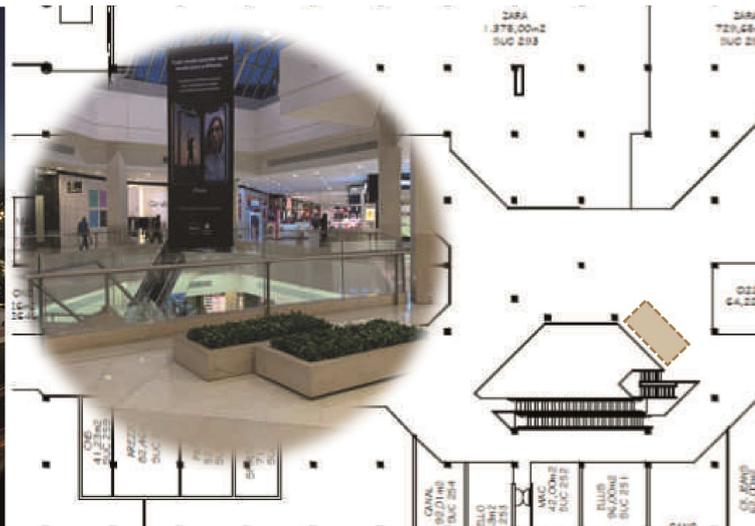


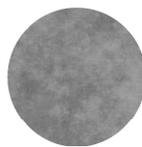
IMAGEM FRONTAL ESQUERDA TIPOLOGIA COMPACTA





SETORIZAÇÃO VOLUMÉTRICA

MATERIALIDADE



MDF Melamina  
Concreto  
Metropolitan  
MASISA



MDF Melamina  
Louro Frejô  
MAGISA



MDF Melamina  
Preto brilho



Vidro Temperado  
6mm translúcido

COBERTURA

Para limitar o espaço ocupado pelo quiosque no interior do shopping e dar maior destaque ao conjunto, foi proposto uma estrutura metálica que faz o papel de cobertura, obrigando também a iluminação dentre os pergolados.

VITRINE PARA DOCE

Para possibilitar o atendimento aos clientes que desejam algo mais rápido, a vitrine serve para expor brigadeiros montados no dia pela empresa, tendo capacidade para 250 doces, além de bolos comercializados pela empresa.

CAIXA

O módulo do caixa possui bancada para atendimento de clientes, respeitando a altura máxima permitida de 1,10m, possui uma gaveta caixa, uma gaveta para armazenar itens de escritório e um armário para arzenar as sacolas e embalagens.

SETOR DE APOIO

Neste local foi alocada a pia para higienização dos utensílios, bem como o frigobar para refrigeração das massas dos brigadeiros. Neste móvel ainda possui espaço para armazenagem de materiais de limpeza, abastecedor e coleta de água.

BANCADA PARA MONTAGEM

Este é um dos locais mais importantes da operação, onde o cliente é atendido e faz a montagem do seu brigadeiro na hora. A estrutura possui um vidro para proteção e armário para armazenagem de produtos e embalagens.

LETREIRO LUMINOSO

Para facilitar a identificação da marca no quiosque pelos clientes que estão passando pelo shopping, foi instalado um letreiro e totem luminosos em mdf com corte à laser usinado e iluminação em led.



IMAGEM POSTERIOR TIPOLOGIA COMPACTA





VISTAS  
ESCALA: 1/20

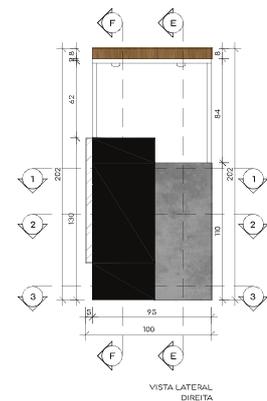
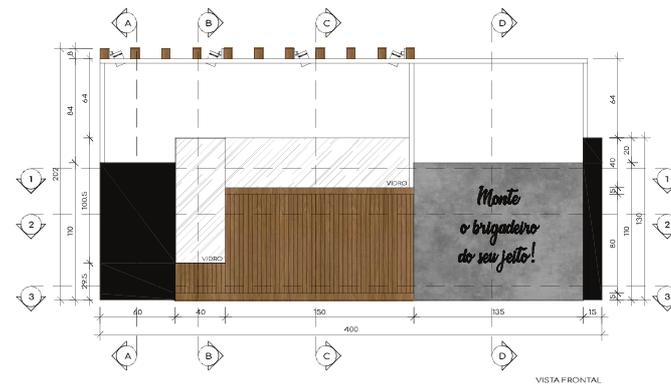
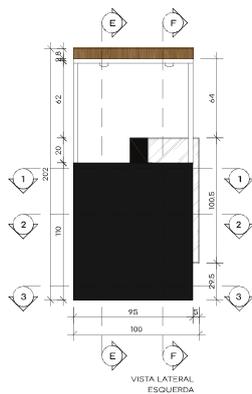
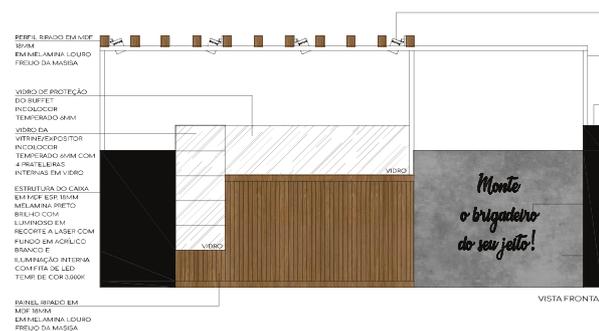
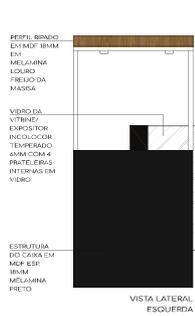


IMAGEM FRONTAL DIREITA TIPOLOGIA COMPACTA





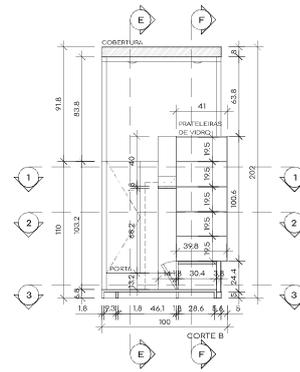
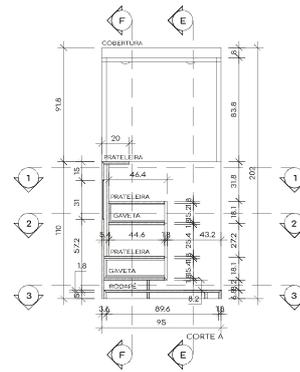
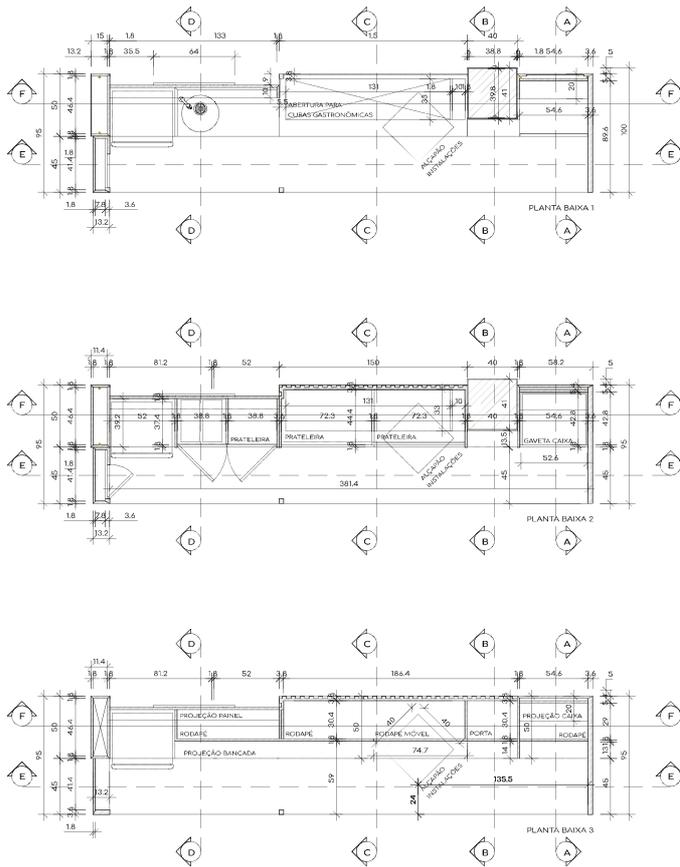


IMAGEM FRONTAL DIREITA TIPOLOGIA COMPACTA

