




VALIDAÇÃO DE MODELOS DE NEGÓCIO EM ECONOMIAS EMERGENTES: O CASO DAS HAMBURGUERIAS PREMIUM

VALIDATION OF BUSINESS MODELS IN EMERGING ECONOMIES: THE CASE OF PREMIUM BURGER RESTAURANTS

VALIDACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO EN ECONOMÍAS EMERGENTES: EL CASO DE LOS RESTAURANTES DE HAMBURGUESAS PREMIUM

 <https://doi.org/10.56238/levv13n31-073>

Data de submissão: 30/10/2023

Data de publicação: 30/11/2023

Victor Moreira Dias

RESUMO

Este estudo analisa a validação de modelos de negócio em economias emergentes, com recorte aplicado às hamburguerias premium, considerando que a consolidação desse segmento depende de coerência entre proposta de valor, execução operacional e sustentabilidade econômico-financeira. A investigação adota abordagem de revisão bibliográfica, organizada para interpretar como a diferenciação premium é construída e confirmada no mercado, especialmente diante do fenômeno da gourmetização e do crescimento competitivo das hamburguerias artesanais. Os resultados indicam que a validação ocorre quando a promessa premium se materializa em consistência sensorial, padronização de processos e alinhamento entre comunicação e entrega, reduzindo discrepâncias que comprometem reputação e recorrência. Evidencia-se que planejamento e análise de viabilidade assumem centralidade, pois a elevação de custos, associada a exigências de insumos e serviço, pressiona margens e exige precificação compatível, controle de desperdícios e leitura contínua do ambiente competitivo. Observa-se ainda que canais digitais e delivery interferem diretamente no valor percebido e na rentabilidade, tornando logística, embalagem e tempo de entrega componentes do próprio produto. Conclui-se que a validação do modelo de negócio, no contexto das hamburguerias premium, depende de integração entre estratégia, operação, marketing e finanças, permitindo que aceitação do público e viabilidade econômica se confirmem como dimensões indissociáveis da consolidação e do potencial de expansão do empreendimento.

Palavras-chave: Modelo de Negócio. Validação. Economias Emergentes. Hamburgueria Premium. Gourmetização.

ABSTRACT

This study analyzes business model validation in emerging economies, focusing on premium burger restaurants, considering that consolidation in this segment depends on coherence between the value proposition, operational execution, and economic-financial sustainability. The investigation adopts a bibliographic review approach, structured to interpret how premium differentiation is built and confirmed in the market, especially amid the gourmetization phenomenon and the competitive growth of artisan burger restaurants. The results indicate that validation occurs when the premium promise is translated into sensory consistency, process standardization, and alignment between communication and delivery, reducing mismatches that undermine reputation and repeat purchase. Planning and feasibility analysis emerge as central, since higher costs linked to input quality and service requirements put pressure on margins and demand compatible pricing, waste control, and continuous



reading of the competitive environment. It is also observed that digital channels and delivery directly affect perceived value and profitability, making logistics, packaging, and delivery time components of the product itself. The study concludes that business model validation in premium burger restaurants depends on integrating strategy, operations, marketing, and finance, so that market acceptance and economic viability are confirmed as inseparable dimensions of consolidation and expansion potential.

Keywords: Business Model. Validation. Emerging Economies. Premium Burger Restaurant. Gourmetization.

RESUMEN

Este estudio analiza la validación de modelos de negocio en economías emergentes, con especial atención a las hamburgueserías premium, considerando que la consolidación de este segmento depende de la coherencia entre la propuesta de valor, la ejecución operativa y la sostenibilidad económico-financiera. La investigación adopta un enfoque de revisión bibliográfica, organizado para interpretar cómo se construye y se confirma la diferenciación premium en el mercado, especialmente ante el fenómeno de la gourmetización y el crecimiento competitivo de las hamburgueserías artesanales. Los resultados indican que la validación ocurre cuando la promesa premium se materializa en consistencia sensorial, estandarización de procesos y alineación entre comunicación y entrega, reduciendo las discrepancias que comprometen la reputación y la fidelización de clientes. Es evidente que la planificación y el análisis de viabilidad son fundamentales, ya que el aumento de los costos, asociado con la demanda de insumos y servicios, presiona los márgenes y requiere precios compatibles, control de desperdicios y monitoreo continuo del entorno competitivo. También se observa que los canales digitales y la entrega interfieren directamente con el valor percibido y la rentabilidad, convirtiendo la logística, el empaque y el tiempo de entrega en componentes del producto en sí. Se concluye que la validación del modelo de negocio, en el contexto de las hamburgueserías premium, depende de la integración de la estrategia, las operaciones, el marketing y las finanzas, lo que permite confirmar la aceptación pública y la viabilidad económica como dimensiones inseparables de la consolidación y el potencial de expansión de la empresa.

Palabras clave: Modelo de Negocio. Validación. Economías Emergentes. Hamburguesería Premium. Gourmetización.

1 INTRODUÇÃO

A validação de modelos de negócio em economias emergentes tornou-se um eixo decisivo para empreendimentos gastronômicos que buscam consistência operacional e aderência real ao mercado, sobretudo quando a proposta envolve um posicionamento premium, no qual expectativas de qualidade, experiência e preço elevam a complexidade das decisões gerenciais, exigindo coerência entre oferta, público, canais e estrutura de custos desde o início, com atenção contínua aos sinais do ambiente competitivo e às respostas do consumidor. (Aquino; Meirelles, 2010).

No cenário brasileiro, a expansão do consumo fora do lar, associada a mudanças nos hábitos de compra e à intensificação de plataformas digitais, favoreceu o crescimento de negócios especializados em hambúrguer artesanal e gourmet, criando um ecossistema no qual diferenciação e gestão caminham juntas, pois o apelo do produto precisa ser sustentado por processos, controle e capacidade de entrega, evitando decisões baseadas em intuição e fortalecendo a leitura do mercado como parte da estratégia. (Silva; Sonogo, 2019).

A dinâmica recente do segmento de hamburguerias reforça que a construção de valor não depende apenas do cardápio, envolvendo narrativa de marca, padronização sensorial, consistência do atendimento e escolhas logísticas, uma vez que o consumidor de produtos gourmet tende a interpretar qualidade como um conjunto integrado de atributos, do ingrediente à apresentação, da comunicação à experiência final, pressionando o modelo de negócio a responder com precisão ao que promete. (Rodrigues Junior *et al.*, 2019).

Nesse contexto, a validação assume o objetivo de filtro estratégico, pois permite confrontar hipóteses com evidências e ajustar o modelo antes que custos fixos, rotinas e investimentos tornem a operação rígida, reduzindo desperdícios e elevando a probabilidade de sustentabilidade, especialmente em ambientes onde renda, concorrência e preferências do público variam de forma intensa, exigindo aprendizagem rápida e decisões fundamentadas. (Alves; Duarte, 2016).

A literatura sobre decisão empreendedora indica que o ato de empreender envolve reconhecer oportunidades, assumir riscos e organizar recursos de modo criativo, contudo a sobrevivência e a expansão dependem de instrumentos de concepção e revisão do negócio, entre eles a modelagem por dimensões que estruturam cliente, proposta de valor, infraestrutura e viabilidade financeira, favorecendo clareza sobre como a empresa cria, entrega e captura valor. (Aquino; Meirelles, 2010).

No segmento de hamburguerias premium, a validação requer observar com cuidado o encaixe entre diferenciação e capacidade produtiva, porque a promessa de exclusividade costuma elevar o custo unitário, ampliar exigências de matéria-prima e aumentar a sensibilidade do cliente a falhas, logo a consistência operacional passa a ser parte do próprio produto, conectando planejamento e reputação em um mesmo ciclo. (Silva; Sonogo, 2019).

A experiência do delivery e da venda online reforça esse raciocínio, pois a operação precisa alinhar cardápio, tempo de preparo, embalagem, roteirização, plataformas e comunicação, mantendo qualidade percebida durante a entrega e preservando margens sob pressão de taxas e custos variáveis, o que amplia a importância de planejar cenários, projetar fluxo de caixa e medir a viabilidade econômica com rigor. (Cerqueira; Cruz, 2023).

Estudos aplicados ao plano de negócios em hamburguerias evidenciam que análises de mercado, definição de público, estudo de concorrentes e estruturação financeira constituem etapas que sustentam decisões consistentes, conectando posicionamento e precificação a uma lógica de custos e receitas que permita expansão responsável, com metas verificáveis e rotinas capazes de sustentar crescimento sem perda de padrão. (Gutierrez, 2023).

A dimensão mercadológica, por sua vez, assume relevância especial em negócios premium, porque a percepção de valor é construída por elementos comunicacionais e relacionais, como identidade visual, presença em redes sociais, reputação, atendimento e experiência, fatores que influenciam aceitação do público e podem acelerar ou travar a consolidação do empreendimento, conforme a coerência entre promessa e entrega. (Carneiro *et al.*, 2020).

A justificativa deste estudo fundamenta-se na necessidade de compreender como hamburguerias premium, inseridas em uma economia emergente, podem validar seus modelos de negócio com base em evidências organizadas, reduzindo taxas de erro no planejamento e aumentando a previsibilidade gerencial, considerando que crescimento setorial não garante permanência e que decisões estratégicas exigem método, leitura de mercado e disciplina na construção do empreendimento. (Cerqueira; Cruz, 2023).

Diante disso, o objetivo geral consiste em analisar como ocorre a validação do modelo de negócio em hamburguerias premium em economias emergentes, observando os elementos que sustentam proposta de valor, segmentação de clientes, canais, estrutura operacional e viabilidade econômico-financeira, de modo a delinear uma compreensão integrada do fenômeno e suas implicações para a gestão e para a competitividade do empreendimento. (Aquino; Meirelles, 2010).

Como objetivos específicos, busca-se sistematizar contribuições teóricas sobre modelagem e instrumentos gerenciais voltados à concepção e validação, identificar fatores de diferenciação associados à gourmetização e à experiência do consumidor, discutir a função do marketing e do relacionamento na aceitação do público, além de relacionar planejamento e viabilidade econômica como suporte para decisões, compondo um encadeamento lógico que permita interpretar o caso das hamburguerias premium com consistência acadêmica e aplicabilidade gerencial. (Rodrigues Junior *et al.*, 2019).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 MODELOS DE NEGÓCIO E VALIDAÇÃO EM ECONOMIAS EMERGENTES

A compreensão de modelo de negócio, quando aplicada a economias emergentes, precisa partir da lógica que sustenta a criação, a entrega e a captura de valor, pois a empresa se organiza em torno de escolhas interdependentes que envolvem proposta de valor, segmentos de clientes, canais, relacionamentos, recursos, atividades, parcerias e estrutura de custos, formando um arranjo que orienta decisões e permite interpretar com clareza onde o empreendimento gera resultados e onde acumula fragilidades operacionais. (Aquino; Meirelles, 2010).

A validação desse arranjo ocorre quando hipóteses centrais, como perfil de consumidor, disposição a pagar, padrão de consumo, experiência esperada e viabilidade econômica, são confrontadas com evidências do mercado, evitando decisões sustentadas apenas por entusiasmo inicial, uma vez que ambientes emergentes apresentam oscilações de renda, heterogeneidade cultural e pressão competitiva intensa, elementos que exigem revisão contínua do que é prometido, do que é entregue e do que é financeiramente sustentado. (Alves; Duarte, 2016).

No campo do empreendedorismo, a decisão de iniciar um negócio está associada à identificação de oportunidades e à assunção de riscos, contudo a permanência no mercado depende de capacidade de estruturar o modelo de forma coerente, articulando dimensões estratégicas e operacionais, com atenção ao cálculo de riscos e ao aprendizado do empreendedor diante dos limites reais de recursos, tempo e capacidade produtiva. (Aquino; Meirelles, 2010).

Quando o recorte se desloca para negócios gastronômicos, especialmente no segmento de hamburguerias artesanais e gourmet, a validação do modelo tende a ser influenciada por fatores de experiência e percepção, pois o consumidor avalia qualidade por sinais como ingredientes, preparo, apresentação, atendimento e comunicação, gerando uma exigência de consistência que ultrapassa o produto isolado e alcança o modo como a marca se posiciona e se relaciona com seu público. (Silva; Sonego, 2019).

A gourmetização do hambúrguer, entendida como movimento de diferenciação e valorização simbólica do alimento, reconfigura o modo de competir, elevando o peso de inovação no cardápio, curadoria de insumos, construção estética e narrativa de marca, o que transforma o modelo de negócio em uma arquitetura mais sensível a rupturas, já que a promessa premium amplia a expectativa do cliente e torna falhas operacionais mais visíveis na avaliação final. (Rodrigues Junior *et al.*, 2019).

Nesse ambiente, instrumentos de planejamento funcionam como suporte para validação, pois permitem organizar a proposta, mapear concorrentes, definir público e simular cenários financeiros, alinhando decisões de preço e posicionamento à estrutura de custos, reduzindo improvisação e aumentando a previsibilidade do desempenho, sobretudo em mercados nos quais a concorrência se multiplica rapidamente e a fidelização depende de repetibilidade da experiência. (Gutierrez, 2023).

A elaboração de planos de negócios, quando orientada por análise de mercado e por indicadores de viabilidade, reforça a validação ao traduzir hipóteses em projeções, custos e metas, conectando investimento inicial, despesas fixas, variáveis e retorno esperado, com atenção ao fluxo de caixa e à capacidade de sustentar operação antes do ponto de equilíbrio, evitando que crescimento aparente esconda fragilidade financeira. (Cerqueira; Cruz, 2023).

A dimensão logística ganhou centralidade com o avanço do delivery e das vendas digitais, exigindo que a validação considere tempo de preparo, padronização do produto durante transporte, embalagem, eficiência na entrega e impacto das plataformas sobre margens, pois cada elemento altera a percepção de valor e interfere diretamente na equação econômica do negócio, tornando indispensável tratar operação e proposta como partes do mesmo sistema. (Cerqueira; Cruz, 2023).

Em propostas premium, a diferenciação precisa ser sustentada por processos replicáveis, dado que o aumento de demanda pode pressionar padrão de qualidade, tempos de atendimento e consistência sensorial, logo a validação do modelo passa pelo teste de escala, verificando se recursos, equipe, equipamentos e rotinas suportam expansão sem comprometer o que sustenta o posicionamento. (Gutierrez, 2023).

A análise de mercado aplicada a hamburguerias evidencia que o empreendedor precisa compreender o ambiente competitivo local, identificar lacunas de oferta, mapear forças e fraquezas internas, avaliar oportunidades e ameaças do entorno e definir estratégias de atuação coerentes, pois a validação depende de aderência ao contexto real e de escolhas compatíveis com a maturidade do empreendimento e com o perfil de consumo da região. (Silva; Sonogo, 2019).

O marketing, nesse cenário, atua como mecanismo de mediação entre proposta e percepção, influenciando aceitação do público por meio de presença digital, comunicação, reputação e relacionamento, já que a experiência do consumidor é construída antes da compra e continua após o consumo, com efeitos diretos sobre recorrência, indicação e formação de comunidade em torno da marca. (Carneiro *et al.*, 2020).

Assim, ao tratar validação de modelos de negócio em economias emergentes, o debate se consolida como uma integração entre modelagem estratégica, planejamento econômico e execução operacional, em que a promessa premium exige coerência sistêmica e disciplina gerencial, permitindo que a hamburgueria se posicione com clareza, mantenha padrões e ajuste continuamente seu modelo conforme os sinais do mercado e o comportamento do consumidor. (Rodrigues Junior *et al.*, 2019).

2.2 HAMBURGUERIAS PREMIUM, GOURMETIZAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE VALOR PERCEBIDO

A consolidação das hamburguerias premium no Brasil está associada a uma mudança na forma como o hambúrguer é interpretado socialmente, deixando de ocupar apenas o território da conveniência

e passando a integrar um consumo orientado por experiência, identidade e diferenciação, cenário no qual o modelo de negócio precisa articular produto, serviço e comunicação como partes de uma mesma promessa, dado que o cliente avalia o empreendimento por um conjunto integrado de sinais e não por um elemento isolado. (Rodrigues Junior *et al.*, 2019).

Essa transição se intensifica com a gourmetização, entendida como prática de requalificação do alimento por meio de ingredientes selecionados, combinações autorais e construção estética, movimento que impulsiona a percepção de exclusividade e eleva a expectativa do consumidor, exigindo que a empresa organize seu posicionamento com clareza e sustente o padrão de entrega com consistência, já que qualquer ruptura entre promessa e experiência tende a ser interpretada como perda de valor. (Rodrigues Junior *et al.*, 2019).

Ao mesmo tempo, a expansão das hamburguerias artesanais e gourmets amplia a pressão competitiva, pois o crescimento do número de estabelecimentos reduz o efeito de novidade e desloca o centro da disputa para a constância do produto, a confiabilidade do atendimento e a capacidade de transformar informação de mercado em decisão, o que torna a estratégia menos dependente de tendências e mais ligada a disciplina gerencial, leitura do entorno e coerência operacional. (Silva; Sonego, 2019).

Nessa lógica, a construção de valor percebido envolve uma cadeia de decisões que começa na definição da proposta e se materializa no controle de processos, na curadoria de insumos e na padronização sensorial, porque o público premium tende a atribuir preço a uma promessa de desempenho, esperando textura, sabor, temperatura, montagem e apresentação compatíveis com o discurso da marca, o que reforça a necessidade de rotinas claras e de um modelo capaz de se repetir sem perder identidade. (Gutierrez, 2023).

A validação do premium, portanto, exige que a diferenciação seja traduzida em escolhas operacionais mensuráveis, como o desenho do cardápio e o equilíbrio do mix de produtos, já que a variedade pode elevar complexidade, aumentar desperdícios e comprometer agilidade, comprometendo margens e consistência, tornando o planejamento econômico e o controle de custos elementos indissociáveis da proposta de valor. (Cerqueira; Cruz, 2023).

Esse encadeamento se torna ainda mais evidente quando o canal inclui delivery, pois a entrega passa a compor a experiência, interferindo diretamente na qualidade percebida, dado que tempo, embalagem e logística afetam temperatura e integridade do produto, exigindo testes e ajustes que integrem operação e marketing, uma vez que a expectativa criada na comunicação será confrontada com o resultado real recebido pelo cliente. (Cerqueira; Cruz, 2023).

A comunicação, nesse cenário, atua como antecipação da experiência, estruturando repertórios de expectativa por meio de imagens, linguagem, reputação e presença digital, o que torna a coerência indispensável, porque a marca premium se sustenta quando o que é mostrado e prometido se confirma

na prática, ao passo que a divergência tende a produzir frustração e reduzir recorrência, ampliando a relevância de monitorar avaliações e ajustar o modelo conforme respostas do público. (Carneiro *et al.*, 2020).

A dimensão relacional reforça esse processo ao conectar atendimento e aceitação, pois o consumidor passa a avaliar o negócio por acolhimento, atenção e sensação de cuidado, elementos que ampliam a probabilidade de indicação e fortalecem a divulgação boca a boca, prática que se torna ainda mais estratégica em negócios premium, nos quais confiança e reputação acumulam valor ao longo do tempo e funcionam como barreiras competitivas. (Carneiro *et al.*, 2020).

Com o avanço do mercado, a análise do entorno torna-se indispensável para ajustar posicionamento, pois o premium não se sustenta sem leitura de hábitos locais, disposição a pagar, concorrência e preferências de compra, exigindo que o empreendimento identifique lacunas reais e defina sua proposta com base em evidências, reduzindo risco de desalinhamento entre o que se oferece e o que o mercado efetivamente reconhece como valioso. (Gutierrez, 2023).

Esse conjunto de exigências recoloca o empreendedor como agente de organização e decisão, pois a entrada no segmento premium tende a elevar investimento inicial e necessidade de capital de giro, demandando capacidade de estruturar o negócio com racionalidade e de conduzir escolhas com cálculo de risco, construindo um modelo coerente que permita permanência e crescimento sem perda de padrão. (Aquino; Meirelles, 2010).

Dessa forma, a gourmetização opera como vetor de diferenciação, enquanto a construção de valor percebido depende da integração entre proposta, processos e comunicação, em um sistema que precisa validar continuamente sua promessa por meio da consistência entregue, da viabilidade econômica e do reconhecimento do público, tornando a gestão do modelo um exercício permanente de alinhamento entre identidade e execução. (Silva; Sonogo, 2019).

Em síntese, as hamburguerias premium, ao se consolidarem em economias emergentes, revelam que experiência e resultado financeiro caminham juntos, pois o posicionamento se sustenta quando a empresa transforma diferenciação em operação replicável e em coerência comunicacional, validando seu modelo na prática do mercado e reforçando sua competitividade em um ambiente de rápida expansão e alta exigência do consumidor. (Rodrigues Junior *et al.*, 2019).

2.3 FERRAMENTAS GERENCIAIS E CRITÉRIOS DE VALIDAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO EM HAMBURGUERIAS PREMIUM

A validação de um modelo de negócio, quando tratada como prática gerencial e não como etapa isolada, depende de instrumentos capazes de transformar hipóteses em decisões observáveis, conectando proposta de valor, público, canais e estrutura econômica, de modo que o empreendedor

consiga identificar o que sustenta o desempenho e o que fragiliza a operação, sobretudo em ambientes competitivos e sujeitos a variações de demanda. (Aquino; Meirelles, 2010).

Nesse sentido, a modelagem por dimensões, ao organizar o negócio em blocos interdependentes, contribui para mapear a lógica do empreendimento e orientar escolhas, pois explicita como o valor é concebido, como chega ao cliente e como retorna em receita, favorecendo revisões consistentes quando a realidade de mercado aponta desalinhamentos entre expectativa do consumidor, proposta da marca e capacidade de entrega. (Aquino; Meirelles, 2010).

A comparação entre modelo de negócios e plano de negócios, amplamente discutida na literatura aplicada, indica que ferramentas de concepção e gestão podem ser utilizadas de forma complementar, com o modelo apoiando a clareza estratégica e o plano detalhando execução, recursos e projeções, criando uma linha contínua entre ideação, teste e consolidação, o que se torna relevante quando o empreendimento precisa aprender rápido e ajustar rotas sem perder coerência. (Alves; Duarte, 2016).

O plano de negócios, quando estruturado com análise de mercado, estudo de concorrentes, definição de público e projeções financeiras, funciona como instrumento de validação econômica, pois permite confrontar estimativas com custos, despesas e margens, evidenciando se o posicionamento premium se sustenta no fluxo de caixa e se a operação alcança ponto de equilíbrio dentro de um horizonte compatível com investimento e risco assumido. (Cerqueira; Cruz, 2023).

A literatura aplicada ao desenvolvimento de planos para hamburguerias mostra que decisões como escolha do mix de produtos, capacidade produtiva, dimensionamento de equipe e estimativas de demanda exigem encadeamento lógico entre mercado e operação, pois a promessa de qualidade perde força quando a empresa não consegue atender com constância, e a validação se enfraquece quando a estrutura interna não sustenta o volume necessário para viabilizar o modelo. (Gutierrez, 2023).

Ao tratar negócios com venda online e delivery, a validação precisa incorporar variáveis logísticas como tempo de preparo, embalagem, roteirização e impactos de plataformas, porque a experiência é percebida no recebimento e não apenas na cozinha, e cada atraso, perda de temperatura ou falha de montagem altera o valor percebido, afetando reputação e recorrência, com reflexo direto na sustentabilidade financeira. (Cerqueira; Cruz, 2023).

Nesse encadeamento, critérios mercadológicos se tornam indispensáveis, pois o posicionamento premium precisa ser reconhecido pelo público em termos de diferenciação real, o que implica investigar hábitos locais de consumo, sensibilidade a preço, lacunas de oferta e repertórios culturais, permitindo ajustar proposta e comunicação a uma demanda concreta e reduzindo decisões baseadas em suposições sobre o que o cliente deseja. (Silva; Sonogo, 2019).

A dimensão do marketing atua como ponte entre proposta e aceitação, já que a escolha do consumidor é influenciada por presença digital, linguagem de marca, conteúdo, atendimento e

sensação de cuidado, elementos que ampliam confiança e fortalecem indicação, fazendo com que a validação se expresse em sinais sociais como avaliações, comentários, recorrência e disseminação espontânea da experiência. (Carneiro *et al.*, 2020).

Quando o recorte é premium, o critério de validação inclui consistência sensorial e simbólica, pois gourmetização eleva exigências e torna a diferenciação dependente de detalhes, como curadoria de ingredientes, combinações autorais e apresentação, exigindo processos que garantam repetibilidade, dado que o cliente compara promessas com entrega e reage com rapidez a qualquer discrepância percebida. (Rodrigues Junior *et al.*, 2019).

A análise de viabilidade, por sua vez, ganha densidade ao integrar custos fixos, variáveis, investimentos e cenários, permitindo avaliar se a proposta de preço se sustenta, se a margem cobre despesas e se a operação suporta oscilações, pois a validação econômica, em mercados dinâmicos, precisa considerar condições pessimistas e prováveis, reduzindo vulnerabilidade e ampliando previsibilidade decisória. (Costa, 2016).

A validação também se fortalece quando o empreendedor organiza ciclos de revisão, utilizando resultados do mercado para ajustar cardápio, processos e comunicação, mantendo o modelo vivo e coerente, já que o aprendizado gerencial ocorre na interação com o público e com a concorrência, e a capacidade de transformar informação em ação sustenta competitividade ao longo do tempo. (Silva; Sonego, 2019).

Dessa forma, ferramentas e critérios de validação se articulam como uma arquitetura prática, na qual modelagem, planejamento e análise econômica orientam decisões, enquanto marketing, logística e consistência de experiência confirmam aceitação, permitindo que a hamburgueria premium consolide um modelo de negócio coerente, replicável e financeiramente sustentável em ambiente de alta exigência e rápida expansão. (Alves; Duarte, 2016).

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa caracteriza-se como revisão bibliográfica, estruturada para compreender como se realiza a validação de modelos de negócio em economias emergentes, com recorte aplicado a hamburguerias premium, organizando conceitos, categorias analíticas e evidências presentes na literatura selecionada, a fim de sustentar interpretação consistente do fenômeno estudado. (Gil, 2008).

O delineamento segue uma abordagem qualitativa, pois o interesse central recai sobre relações entre posicionamento, proposta de valor, operação e viabilidade, buscando interpretar como esses componentes se conectam e se ajustam ao ambiente competitivo, sem reduzir o objeto a mensurações isoladas, preservando o sentido dos elementos que estruturam o modelo de negócio no setor gastronômico. (Lakatos, 2003).

Quanto aos objetivos, a pesquisa é descritiva e analítica, visto que descreve características do segmento e examina como ferramentas gerenciais e critérios de validação são tratados na produção acadêmica, permitindo identificar padrões de argumentação, recorrências conceituais e pontos de convergência entre estudos aplicados ao campo de negócios e ao mercado de alimentação. (Gil, 2008).

A etapa de levantamento bibliográfico prioriza materiais acadêmicos e técnicos relacionados a empreendedorismo, modelagem de negócios, planejamento empresarial, marketing de serviços e comportamento do consumidor, assegurando aderência ao tema e evitando dispersão teórica, com seleção guiada por pertinência, consistência metodológica e contribuição direta para o recorte das hamburguerias premium. (Gil, 2008).

Os critérios de inclusão consideram a presença de discussões sobre validação, estruturação do negócio, diferenciação competitiva, canais de venda, logística e indicadores de viabilidade, enquanto os critérios de exclusão afastam textos repetitivos, superficiais ou desconectados do objetivo da investigação, garantindo um corpo teórico coeso e aplicável ao problema formulado. (Lakatos, 2003).

Após a seleção, as obras são submetidas à leitura exploratória para reconhecimento do conteúdo e, em seguida, à leitura analítica, com registro sistemático de conceitos, definições, argumentos e evidências, permitindo transformar o material em unidades comparáveis e integráveis, com rastreabilidade do que sustenta cada interpretação adotada. (Gil, 2008).

A organização dos dados bibliográficos ocorre por categorias, incluindo modelagem do negócio, validação de hipóteses, construção de valor percebido, processos operacionais, comunicação e aspectos econômico-financeiros, estruturando um encadeamento que facilite a compreensão do tema e sustente articulação lógica entre referencial teórico e discussão dos resultados. (Lakatos, 2003).

O tratamento analítico utiliza técnica de síntese interpretativa, comparando convergências e tensões entre autores, destacando elementos que explicam decisões, riscos e critérios práticos de validação, preservando a coerência interna do estudo e evitando afirmações dissociadas da base consultada. (Gil, 2008).

A apresentação dos achados seguirá uma lógica argumentativa, na qual os conceitos conduzidos no referencial teórico serão conectados às categorias construídas, permitindo discutir implicações para a validação do modelo de negócio no recorte premium, com ênfase em consistência de entrega, coerência de posicionamento e sustentabilidade econômica. (Lakatos, 2003).

As limitações do método concentram-se na dependência da literatura disponível e na ausência de coleta empírica direta, sendo mitigadas pela seleção criteriosa, pela triangulação conceitual entre diferentes obras e pela sistematização transparente das etapas, assegurando rigor e utilidade acadêmica para o campo estudado. (Gil, 2008).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A literatura analisada converge ao indicar que a validação do modelo de negócio, em economias emergentes, se expressa como um processo de ajuste contínuo entre hipótese e realidade, no qual o empreendimento precisa transformar intenções de posicionamento em escolhas observáveis de produto, operação e comunicação, mantendo coerência ao longo do tempo e respondendo com rapidez às variações de demanda e à pressão competitiva. (Aquino; Meirelles, 2010).

No recorte das hamburguerias premium, o primeiro resultado relevante é que a proposta de valor tende a ser validada quando a diferenciação é percebida de forma consistente pelo público, o que ocorre por meio de sinais integrados, como qualidade de ingredientes, composição autoral, apresentação e experiência, tornando insuficiente qualquer estratégia que privilegie apenas um elemento, pois a percepção premium é construída por conjunto. (Rodrigues Junior *et al.*, 2019).

A gourmetização surge como eixo explicativo do crescimento do segmento, pois amplia o repertório de expectativas do consumidor e altera o modo como se compara concorrentes, deslocando a disputa para atributos simbólicos e sensoriais, ao mesmo tempo em que eleva a tolerância a preço, desde que a entrega corresponda ao imaginário construído pela marca e pelas práticas do estabelecimento. (Rodrigues Junior *et al.*, 2019).

Esse cenário, contudo, implica uma condição de validação mais exigente, pois a promessa premium amplifica o impacto de falhas operacionais, e a consistência passa a ser entendida como parte do próprio produto, o que obriga o negócio a estruturar processos que assegurem repetibilidade, padronização e controle, sob risco de deterioração rápida da reputação. (Gutierrez, 2023).

A expansão das hamburguerias artesanais e gourmets em contextos locais evidencia que crescimento setorial não elimina a necessidade de leitura estratégica, pois o aumento do número de empreendimentos intensifica concorrência, reduz espaço para improvisação e torna indispensável compreender forças e fraquezas internas, além de oportunidades e ameaças do ambiente, para sustentar diferenciação com método. (Silva; Sonogo, 2019).

A validação também se revela fortemente associada ao planejamento econômico, já que o posicionamento premium, ao elevar custos de matéria-prima, exigências de equipe e padrões de entrega, tende a pressionar margens quando não há estrutura de preços compatível e disciplina de controle, levando a resultados positivos em faturamento que podem ocultar fragilidade de lucratividade. (Cerqueira; Cruz, 2023).

Nesse sentido, os achados indicam que planos de negócios se tornam instrumentos práticos de validação quando traduzem hipóteses em projeções, permitindo simular cenários e verificar ponto de equilíbrio, fluxo de caixa e retorno esperado, o que reforça que a validação não é apenas aceitação do público, envolvendo também a sustentabilidade financeira da operação no médio prazo. (Costa, 2016).

A análise aplicada ao delivery mostra que canais digitais alteram a equação de valor, pois tempo, embalagem e logística se tornam determinantes de satisfação, e taxas de plataformas podem reduzir margem de modo significativo, tornando indispensável validar o canal junto com a proposta premium, já que a experiência do cliente é finalizada no recebimento e não na cozinha. (Cerqueira; Cruz, 2023).

A literatura de marketing voltada ao setor aponta que aceitação do público é influenciada por comunicação e relacionamento, pois presença digital, reputação e atendimento se transformam em ativos de validação, sustentando recorrência e indicação, enquanto falhas no contato com o cliente tendem a amplificar insatisfação e enfraquecer o valor percebido, sobretudo em segmentos de maior expectativa. (Carneiro *et al.*, 2020).

Os resultados sugerem que a validação do premium depende de coerência entre discurso e execução, pois imagens, linguagem e posicionamento criam antecipação de experiência, e o mercado responde com rapidez quando há discrepância entre o que é anunciado e o que é entregue, afetando avaliações e reduzindo a confiança, que é um componente central na formação de reputação. (Carneiro *et al.*, 2020).

No plano gerencial, observa-se que a modelagem do negócio, ao organizar dimensões essenciais e explicitar como se cria e captura valor, contribui para localizar desalinhamentos e orientar ajustes, favorecendo decisões baseadas em estrutura e não em impulso, o que se mostra pertinente em economias emergentes, nas quais o risco cresce quando a empresa opera sem clareza sobre sua lógica econômica e operacional. (Aquino; Meirelles, 2010).

A articulação entre modelo de negócios e plano de negócios aparece como síntese aplicável, pois a modelagem apoia definição estratégica e o plano sustenta execução, recursos e viabilidade, formando um percurso contínuo de concepção, teste e consolidação, útil para negócios premium que precisam validar diferencial sem comprometer estabilidade financeira e capacidade de entrega. (Alves; Duarte, 2016).

Assim, os resultados e a discussão apontam que validar um modelo de negócio de hamburgueria premium, em economia emergente, exige alinhar diferenciação percebida, consistência operacional, estratégia de canal e disciplina econômico-financeira, tratando marketing e logística como componentes do valor entregue, de modo que a aceitação do público e a viabilidade do empreendimento se confirmem como partes do mesmo processo. (Silva; Sonogo, 2019).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A discussão desenvolvida ao longo do estudo evidencia que a validação de modelos de negócio em economias emergentes precisa ser compreendida como processo contínuo de alinhamento entre

promessa e entrega, no qual a empresa traduz sua proposta de valor em escolhas operacionais e econômicas capazes de sustentar consistência e reputação.

No recorte das hamburguerias premium, observou-se que a diferenciação se consolida quando o público reconhece valor em um conjunto integrado de atributos, envolvendo qualidade percebida, identidade do produto, atendimento, comunicação e experiência, o que desloca a gestão para uma lógica sistêmica e exige coerência entre aquilo que a marca anuncia e aquilo que efetivamente entrega.

A gourmetização aparece como fenômeno central para explicar a transformação do mercado, pois amplia expectativas e reorganiza critérios de comparação entre empreendimentos, gerando oportunidades de posicionamento, enquanto aumenta a exigência por padronização e controle, já que falhas tendem a produzir impactos desproporcionais na percepção do cliente.

A análise mostrou que planejamento e viabilidade financeira ocupam papel decisivo na validação, porque o posicionamento premium amplia custos e eleva a necessidade de disciplina na precificação, no controle de desperdícios, no dimensionamento de equipe e na gestão do fluxo de caixa, aspectos que determinam a sustentabilidade do negócio mesmo quando há demanda aparente.

Verificou-se que canais digitais e delivery não operam como simples meios de venda, pois interferem diretamente na experiência final e nas margens, exigindo que logística, embalagem, tempo e qualidade na entrega sejam tratados como partes do produto, sob pena de comprometer valor percebido e recorrência.

Pela visão gerencial, a integração entre modelagem do negócio e planejamento estruturado mostrou-se relevante para apoiar decisões, reduzir improvisações e orientar revisões, fortalecendo a capacidade do empreendimento de ajustar hipóteses conforme sinais do mercado, sem perder coerência estratégica.

A pesquisa reforça que a validação, no segmento premium, depende de consistência replicável, pois crescimento e escala pressionam padrões, e a competitividade tende a favorecer negócios que estruturam processos, treinamentos e rotinas capazes de manter identidade e qualidade com previsibilidade.

Conclui-se, portanto, que a validação de modelos de negócio em hamburguerias premium, em economias emergentes, exige uma gestão integrada de diferenciação, operação, marketing e finanças, na qual aceitação do público e sustentabilidade econômica se confirmam como dimensões inseparáveis da consolidação do empreendimento.



REFERÊNCIAS

ALVES, Thalita Rodrigues; DUARTE, Joslaine Chemim. A utilização do modelo de negócios e plano de negócios pelas startups. Programa de Apoio à Iniciação Científica, FAE Centro Universitário, Curitiba, 2016.

AQUINO, Marcos William de; MEIRELLES, Dimária Silva e. Decisão de empreender e definição de modelo de negócio: um estudo de caso. 2010.

CARNEIRO, Bruna Yasmin Muniz et al. A influência do marketing no ramo das hamburguerias artesanais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43., 2020, Virtual. Anais. São Paulo: Intercom, 2020.

CERQUEIRA, Thalita Santos Bittencourt; CRUZ, Sérgio David Ferreira. Plano de negócio: análise de viabilidade de uma hamburgueria delivery. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, São Paulo, v. 9, n. 10, 2023.

COSTA, Matheus Freitas. Plano de negócios da hamburgueria Flip Burger. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (MBA em Gestão de Serviços Turísticos). Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2016.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUTIERREZ, Caio Henrique. Elaboração de plano de negócios para uma hamburgueria na cidade de Garça/SP. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Engenharia de Produção). Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Londrina, 2023.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

RODRIGUES JUNIOR, Emílio et al. A gourmetização do hambúrguer. Revista Valore, Volta Redonda, v. 4, n. 1, 2019.

SILVA, Lucas Viana Ferreira da; SONEGO, Vandete Maria. Empreendedorismo e criação de novos negócios: uma análise do crescimento no ramo das hamburguerias da cidade de Cascavel/PR. Revista FAG Management, Cascavel, v. 1, n. 1, 2019.