



RELATÓRIO DE ADMINISTRAÇÃO

Big Team Investimentos e Participações S/A – The Black Beef

A Big Team Investimentos e Participações S/A é a franqueadora gestora da marca The Black Beef que é uma rede de alimentação, especializada em hambúrgueres e acompanhamentos. A rede atualmente conta com 40 unidades em todo o país. O objetivo deste relatório é apresentar a administração da empresa Big Team Investimentos e Participações S/A no último ano, incluindo seu desempenho financeiro, operacional e estratégico.

DESEMPENHO FINANCEIRO

No ano de 2022, A Big Team apresentou um faturamento de R\$ 2.025 milhões, o que representa um crescimento de 250% em relação ao ano anterior. Esse aumento foi impulsionado principalmente pela expansão da rede, com a abertura de novas unidades em diversas regiões do país.

O lucro líquido da empresa se manteve estável em comparação a 2021, alcançando R\$ 96 mil em 2022, uma variação de 5% em relação a 2021. Esse resultado foi obtido através de um trabalho constante de gestão financeira, com a administração de custos operacionais e a adoção de medidas para aumentar a eficiência da operação, mesmo num cenário que foi necessário o investimento na aquisição de pessoas.

Desempenho Operacional

A expansão da rede de franquias foi um dos pontos mais importantes do último ano para o The Black Beef . No último ano, a rede abriu 25 novas unidades em todo o país, totalizando 40 unidades em operação e 11 unidades já em processo de implantação para os próximos meses. Além disso, a empresa planeja expandir ainda mais nos próximos anos, com a abertura de novas unidades em cidades estratégicas e a consolidação de sua presença em regiões onde já atua.

O desempenho operacional da rede foi muito positivo em 2022. A empresa conseguiu manter um alto nível de qualidade em seus produtos e serviços, através da homologação de fornecedores gerando confiança e segurança na relação com os franqueados e conformidade no fornecimento de insumos, o que resultou em um aumento no número de clientes fiéis e em uma maior fidelização dos clientes novos.

Outro desafio importante enfrentado pela empresa em 2022 foi a concorrência acirrada no mercado de restaurantes deste segmento que a rede atua. Para se destacar nesse mercado, o The Black Beef adotou uma estratégia de diferenciação, com eficiência operacional buscou melhorias no desempenho, apostando em ingredientes de alta qualidade, preparo artesanal e uma experiência de consumo diferenciada. Essa estratégia permitiu à empresa manter a sua posição de destaque no mercado e conquistar mais clientes.

Desempenho Estratégico

No último ano, a rede The Black Beef implementou uma série de estratégias para aumentar sua presença no mercado e expandir seu público-alvo. A empresa lançou novos itens no



cardápio, como opções de sorvetes e inovações de receitas gastronômicas, para atender às demandas do mercado. Além disso, a rede também renovou a parceria com empresa de entrega por aplicativo, aumentando sua exposição e acessibilidade para clientes em todo o país.

Foi realizada ações de divulgação nas redes sociais, como a criação de conteúdo exclusivo para o Instagram, com amplo alcance do público consumidor. Além disso, a empresa promoveu eventos em parceria com influenciadores digitais regionais, o que gerou engajamento com o público e aumentou a visibilidade da marca.

Conclusão

A Big Team apresentou um desempenho sólido em 2022, com um aumento significativo no faturamento e no lucro líquido. A empresa também conseguiu expandir sua presença no mercado, com a abertura de novas unidades e a implementação de novas estratégias de marketing e tecnologia. Acreditamos que a rede The Black Beef está bem posicionada para continuar seu crescimento e sucesso nos próximos anos.

Daniel Rogério Rego Pimentel
Diretor Executivo