



## **Análise da Viabilidade Econômica de um Hambúrguer Sustentável à Base de Batata-Doce: Um Estudo de Caso em Gastronomia Saudável**

**Área Temática:** Temas Livres em Gestão, Atuária e Contabilidade Geral – TEM

### **Richard Douglas**

Faculdade Senac Pernambuco  
[richard.douglas2017@gmail.com](mailto:richard.douglas2017@gmail.com)

### **Over Montes Causil**

Faculdade Senac Pernambuco  
[Overcausil@pe.senac.br](mailto:Overcausil@pe.senac.br)

### **Paulo Tavares Guimarães**

Faculdade Senac Pernambuco  
[pauloguimaraes@pe.senac.br](mailto:pauloguimaraes@pe.senac.br)

### **Sheila Mirian Barbosa Israel**

Faculdade Senac Pernambuco  
[sheila.israel@pe.senac.br](mailto:sheila.israel@pe.senac.br)

### **Ângela Regina Souza Santos**

Faculdade Senac Pernambuco  
[Angela.santos@pe.senac.br](mailto:Angela.santos@pe.senac.br)

### **Resumo**

A percepção do consumidor de que a alimentação é um dos principais fatores determinantes da saúde tem aumentado a demanda por alimentos alinhados com essa tendência. Em resposta, a indústria de alimentos e o setor de gastronomia tem investido em novos ingredientes, formulações e tecnologias. Especificamente, as formulações de produtos têm se tornado cada vez menos complexas, mais saudáveis e com menor uso de aditivos e produzidas a partir de ingredientes vegetais que tem alto teor de proteínas e que o processo de produção é mais amigáveis com o ambiente. Diante do desenvolvimento desses novos produtos, um desafio comum que enfrentam os gestores do setor de alimentos é analisar a viabilidade econômico-financeira desses produtos. Nestas perspectivas este artigo analisa a viabilidade econômico-financeira de uma hamburguer feita a base de batata doce. A pesquisa, caracterizada como um estudo de caso, apresenta as análises mercadológico, pesquisa de satisfação, precificação e análise de viabilidade econômica. A viabilidade foi analisada com uma projeção de fluxo de caixa e indicadores financeiros como o Valor Presente Líquido (VPL), Taxa Interna de Retorno (TIR) e payback. Com uma TIR de 93,39%, VPL de R\$14.395,46. e um payback 1.4, conclui-se que o investimento é rentável e financeiramente viável nas condições operacionais projetadas. A pesquisa contribui para o campo da gastronomia sustentável e da economia de alimentos ao oferecer uma análise detalhada da viabilidade econômica de um produto alimentício inovador alinhado com as tendências de alimentação saudável e ambientalmente responsável



**Palavras-chave:** Viabilidade econômica. Taxa Interna de Retorno. Valor Presente Líquido. Alimentos Saudáveis. Veganismo.

## 1 INTRODUÇÃO

O mercado de alimentos está em constante transformação, impulsionado por uma crescente conscientização dos consumidores sobre a saúde e a sustentabilidade. Nesse cenário, os alimentos *plant-based* emergem como protagonistas, ganhando cada vez mais espaço e moldando novas tendências de consumo (Edenbrandt and Lagerkvist, 2022)

Um estudo recente intitulado “Alimentos plant based: análise de percepção do consumidor” conduzido por Camargos et al 2020, explorou a percepção dos consumidores sobre esses produtos, revelando que a saúde e a sustentabilidade são fontes cruciais na decisão de compra. Além disso, a presença do selo vegano se mostrou um diferencial importante, aumentando a confiança e a disposição do consumidor em pagar mais por esses alimentos. Como destacado no estudo, os consumidores preferem e estão dispostos a pagar mais por alimentos que possuam o selo vegano. Desse modo, a busca por alimentos saudáveis e sustentáveis é uma tendência global que vem ganhando força nos últimos anos. Os consumidores estão cada vez mais preocupados com a saúde e com o impacto ambiental de sua alimentação.

Nesse contexto, os alimentos e os ingredientes nutritivos, como a batata-doce roxa, surgem como alternativas promissoras para atender a essa demanda crescente. Batatas-doces (*Ipomoea batatas L.*), com uma produção global anual superior a 90 milhões de toneladas, representam a sexta cultura alimentar mais importante do mundo e desempenham um papel crucial na segurança alimentar (Li, et al., 2025). Esses tubérculos são altamente nutritivos, oferecendo quantidades substanciais de betacaroteno (7,91 a 12,85 mg/100 g) e minerais essenciais, como potássio (260 mg/100 g), fósforo (51 mg/100 g) e cálcio (29 mg/100 g). Notavelmente, aproximadamente 85% dos carotenoides da batata-doce são biodisponíveis, convertendo-se em vitamina A, proporcionando assim benefícios significativos à saúde, particularmente na mitigação da deficiência de vitamina A entre crianças e mulheres grávidas (Badora et al., 2023)

Embora os métodos tradicionais de preparação incluam cozimento a vapor, micro-ondas, cozimento e fritura, há um interesse crescente em novas aplicações culinárias, como o hambúrguer de batata-doce. Esta abordagem inovadora aproveita os açúcares e compostos aromáticos inerentes ao tubérculo para aumentar a complexidade do sabor durante o cozimento, alinhando-se com as tendências alimentares contemporâneas que enfatizam experiências culinárias mais saudáveis e diversificadas. Nesse sentido, os estudos sobre alimentos *plant-based* e ingredientes nutritivos, a batata-doce roxa, se mostra promissória e importante insumo para criação de produtos inovadores e sustentáveis.

A precificação de um hambúrguer elaborado à base de batata-doce configura-se como um processo multifatorial, que demanda a consideração de variáveis econômicas, produtivas e mercadológicas. Entre os principais fatores a serem avaliados, destacam-se os custos de produção — incluindo insumos, mão de obra e logística —, as dinâmicas de oferta e demanda, a percepção de valor do consumidor e a estratégia comercial adotada por cada agente da cadeia produtiva (Kotler; Keller, 2021).

No âmbito da produção primária, especialmente da cultura da batata-doce, a precificação pode ser impactada por variáveis exógenas, como as condições climáticas adversas (secas prolongadas ou chuvas excessivas), que afetam a produtividade e, por

consequente, a disponibilidade do produto no mercado. Além disso, a sazonalidade da colheita influencia diretamente os preços praticados, sendo comum a redução nos valores em períodos de maior oferta (Pindyck; Rubinfeld, 2020).

Já no contexto da transformação agroindustrial e comercialização do hambúrguer vegetal, a estrutura de custos deve contemplar componentes fixos e variáveis, diretos e indiretos. Isso inclui, por exemplo, os custos com desenvolvimento de formulações, testes de sabor, conservação, rotulagem, marketing e logística reversa, além de custos com equipamentos e mão de obra especializada. Os varejistas, por sua vez, tendem a considerar os preços praticados pela concorrência, a elasticidade-preço da demanda e o posicionamento da marca junto ao público-alvo.

Diante desse cenário, a presente pesquisa tem como objetivo principal analisar a viabilidade econômico-financeira da produção e comercialização de um hambúrguer vegano à base de batata-doce, idealizado por estudantes do curso de Gastronomia da Faculdade Senac Pernambuco. Trata-se de um estudo de caso aplicado, com enfoque em custos de produção, precificação estratégica, pesquisa de mercado e análise financeira com base em projeções de fluxo de caixa descontado e indicadores como Valor Presente Líquido (VPL), Taxa Interna de Retorno (TIR) e payback. A proposta busca contribuir para o campo da gestão de empreendimentos inovadores e sustentáveis, com ênfase nas tendências de consumo ético, alimentação saudável e redução de impactos ambientais.

O presente artigo está estruturado em cinco seções. Na primeira seção, apresenta-se a contextualização do problema de pesquisa e a definição de seus objetivos. A segunda seção é dedicada ao referencial teórico, no qual são discutidos os principais conceitos e estudos que fundamentam a investigação. A terceira seção descreve os procedimentos metodológicos adotados, enquanto a quarta seção apresenta e analisa os resultados obtidos. Por fim, na quinta seção, são discutidas as contribuições do estudo, seguidas das considerações finais.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Viabilidade Econômico-financeira**

A viabilidade econômica e financeira consiste em um estudo criterioso que visa avaliar se um projeto é capaz de gerar retorno satisfatório frente aos recursos empregados. Segundo Hirschfeld (2000), “a máxima eficiência técnica somente se torna viável se for demonstrada a máxima eficiência econômica e financeira”.

Essa análise é fundamental para decisões assertivas em investimentos, pois permite comparar receitas esperadas com os dispêndios projetados. Nesse sentido, a Engenharia Econômica se debruça sobre métodos quantitativos como o Valor Presente Líquido (VPL), a Taxa Interna de Retorno (TIR), o Payback e a Taxa Mínima de Atratividade (TMA), visando fundamentar as escolhas com base em critérios objetivos.

O VPL, por exemplo, representa a soma dos valores do fluxo de caixa trazidos a valor presente sendo considerado um dos métodos mais precisos para identificar se um investimento agrega valor ao capital empregado (Zago et al., 2006). Complementarmente, a TIR é “a taxa de desconto que torna o valor presente líquido igual a zero” sendo aceita quando seu valor supera a TMA (Gitman, 2002).

A TMA, por sua vez, reflete o retorno mínimo esperado por investidores, e deve considerar fatores como a taxa SELIC e prêmios de risco. Conforme Assaf Neto (2022), a

TMA deve ser calculada somando a taxa livre de risco (como a SELIC) a uma taxa de risco adicional.

Além disso, o Payback é amplamente utilizado por sua simplicidade, medindo o tempo necessário para recuperar o capital investido. No entanto, conforme apontam Cavalcante (1998) e outros autores, o método pode ignorar o valor do dinheiro no tempo e não considerar os fluxos de caixa após o ponto de retorno.

Outro aspecto importante é a projeção e análise do fluxo de caixa. Segundo Menani (2010), o fluxo de caixa permite observar a capacidade da empresa em honrar seus compromissos, evidenciando a viabilidade financeira, enquanto o demonstrativo de resultados revela a viabilidade econômica, ou seja, a geração de lucro.

Dessa forma, a análise de viabilidade deve ocorrer desde a concepção do projeto até seu encerramento, permitindo que a empresa planeje de maneira realista e estratégica. Zago et al. (2006) destacam que a análise de viabilidade não deve ser limitada à fase inicial, mas sim estendida ao longo do ciclo de vida do projeto.

### 3. METODOLOGIA

A presente pesquisa tem como objetivo analisar a viabilidade econômico-financeira da elaboração de um hambúrguer à base de batata-doce, configurando-se como um estudo de caso. Do ponto de vista metodológico, caracteriza-se como uma pesquisa de natureza quantitativa e com abordagem exploratória. A investigação exploratória é fundamental na identificação e delimitação de variáveis ainda não explicitadas no problema de pesquisa, possibilitando uma compreensão inicial do fenômeno (Gil, 2019). A abordagem quantitativa, por sua vez, permite a mensuração de dados por meio da aplicação de técnicas estatísticas e financeiras, sendo especialmente adequada à análise de viabilidade por meio de indicadores como Valor Presente Líquido (VPL), Taxa Interna de Retorno (TIR) e payback, entre outros (Assaf Neto, 2022).

A pesquisa foi desenvolvida no contexto dos cursos de Gastronomia e de Gestão Comercial da Faculdade Senac Pernambuco, integrando práticas de inovação em alimentos com técnicas de análise financeira, o que reforça sua relevância para o campo das Ciências Atuariais, ao aliar aspectos econômicos à sustentabilidade e à alimentação saudável. Para alcançar o objetivo, 7 estágios foram necessários como apresentados no Quadro 1.

**Quadro 1 – Periódicos que participam do *fast track* do CONICAT**

Etapa		Ferramenta/metodologia utilizada	Objetivo
Identificação do problema	Identificação do problema	Revisão sistemática da literatura	Compreender o contexto do problema, variáveis envolvidas e pesquisas correlatas.
	Definição dos objetivos	Delimitação teórica	Estabelecer com clareza o objetivo central da pesquisa.
Execução	Análise mercadológica	Matriz SWOT	Identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do produto.
		Modelo Canvas	Estruturar o modelo de negócio, público-alvo, canais e proposta de valor.

	Pesquisa de aceitabilidade	Entrevista estruturada	Mesurar a aceitabilidade do produto
	Estratégia de precificação	Método Markup	Definir o preço de venda com base na margem e nos custos envolvidos.
Recomendações e conclusão	Análise e recomendações	Indicadores financeiros (VPL, TIR, Payback)	Avaliar a viabilidade econômico-financeira do produto.
	Síntese dos resultados obtidos	Concluir quanto à viabilidade e sustentabilidade do investimento proposto.	Síntese dos resultados obtidos

Fonte: Os autores (2025)

## 4. RESULTADOS

Para que a análises de viabilidade econômica e financeira da hamburguer fosse realizada, previamente foram realizados uma revisão de literatura, estudos mercadológicos se utilizando de ferramentas de análise SWOT, onde se foram analisados os pontos fortes e fracos da idealização do negócio como também as ameaças e oportunidades pré-existentes, além da elaboração de planejamento estratégico utilizando-se do Business Model Canvas. Não obstante foram aplicadas pesquisa de aceitabilidade para que trouxe como resultado a aceitação dos produtos por maior parte dos respondentes. Os resultados de cada etapa da pesquisa se apresentam a continuação.

### 4.1 Revisão de Literatura

Para dar início à pesquisa, a revisão de literatura foi estruturada em duas áreas principais: a área alimentar e a área financeira. Na vertente alimentar, foram utilizados como descritores os termos 'alimentos saudáveis', 'veganismo' e 'plant-based', com o objetivo de compreender as tendências de consumo e os atributos valorizados pelos consumidores no contexto da alimentação sustentável. No âmbito financeiro, a revisão concentrou-se em temas relacionados a 'custos', 'estratégias de venda', 'precificação' e 'viabilidade financeira', com a finalidade de embasar a análise econômica e atuarial da proposta de produto.

Na área alimentar, os estudos analisados indicam um crescimento consistente na demanda por produtos considerados saudáveis, com destaque para alimentos de origem vegetal. O conceito de dietas plant-based tem ganhado relevância global, sendo associado à preocupação com a saúde, ao bem-estar animal e à sustentabilidade ambiental. Pesquisas apontam que consumidores estão cada vez mais atentos à composição dos alimentos, preferindo produtos com menor grau de processamento, livres de ingredientes artificiais e com perfis nutricionais equilibrados. Nesse contexto, o veganismo deixa de ser uma escolha de nicho para se consolidar como tendência de mercado, impulsionando a inovação na indústria alimentícia e fomentando o desenvolvimento de novos produtos à base de vegetais, como alternativas aos itens de origem animal.

Na vertente financeira, a literatura destaca que a viabilidade de produtos alimentícios inovadores depende de estratégias precisas de precificação, gestão de custos e análise de mercado. Estudos evidenciam que o uso de ferramentas de planejamento financeiro, como a projeção de fluxo de caixa descontado, o cálculo do Valor Presente Líquido (VPL), da Taxa Interna de Retorno (TIR) e do período de payback, são fundamentais para mensurar o retorno

esperado de novos empreendimentos no setor. Além disso, ressalta-se a importância da identificação do público-alvo e da definição de estratégias de venda alinhadas às preferências do consumidor, especialmente em mercados emergentes como o de alimentos saudáveis e sustentáveis. Os achados indicam que, embora o investimento inicial em produtos plant-based possa ser elevado, a aceitação crescente e a disposição dos consumidores em pagar por qualidade e sustentabilidade contribuem para a atratividade econômica desses produtos.

## 4.2 Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta de diagnóstico utilizada no planejamento estratégico, que envolve a identificação e avaliação de Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças. Embora possa ser realizada por um único gestor, é comum que envolva a participação de um grupo mais amplo, de modo a incorporar diferentes perspectivas e obter uma visão mais abrangente da organização ou departamento. O resultado da análise feita, está ilustrado na Figura 1.

Figura 1 – Análises SWOT



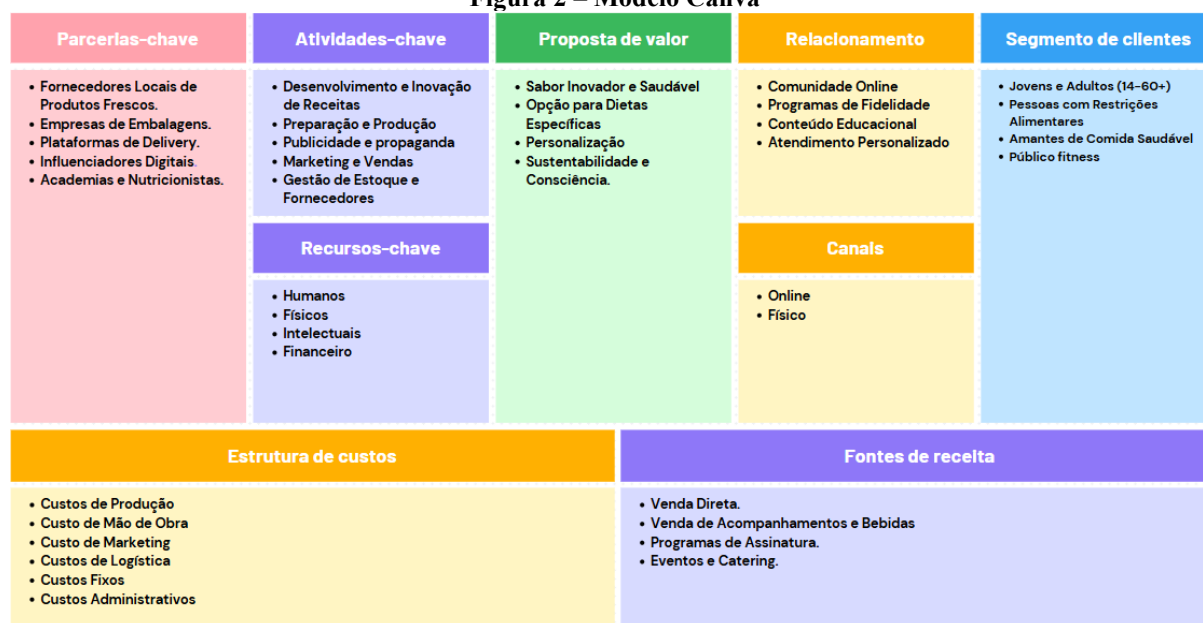
Fonte: Os autores (2025).

O resultado da análise da matriz SWOT oferece uma síntese dos aspectos estratégicos cruciais do produto vegano/vegetariano em questão. Como forças primárias, identificamos a diferenciação do produto no mercado e seu elevado valor nutricional. Por outro lado, as fraquezas notáveis são a aceitabilidade do consumidor e a percepção de preço. As principais oportunidades identificadas são o aumento na demanda por alimentos saudáveis e alternativos, o crescente interesse por ingredientes naturais e locais, e a expansão do mercado de fast-food saudável. Por outro lado, as ameaças incluem a concorrência com hambúrgueres tradicionais e com outras opções de comidas vegetarianas/veganas. Esta análise impulsionou a criação de uma pesquisa de aceitabilidade.

### 4.3 Modelo Canvas

O modelo de negócio proposto, está detalhado na Figura 2. Com base no Canvas Business Model do hambúrguer de batata doce, a proposta de valor se destaca por oferecer um sabor inovador e saudável, além de promover a sustentabilidade e a consciência. Para se conectar com seu público-alvo principal, as estratégias de relacionamento e os canais de venda incluem a participação em eventos, a forte presença nas redes sociais e a colaboração com restaurantes.

**Figura 2 – Modelo Canvas**



Fonte: Os autores (2025).

### 4.4 Pesquisa de aceitabilidade

A pesquisa de aceitabilidade demonstrou que o público feminino, entre 25 e 30 anos seriam que não se identifica como veganos seria o público mais interessado em experimentar o produto. Diante a pergunta sobre os critérios que levam eles a experimentar um novo produto seria a aparência e os ingredientes. Esta informação serve de insights para levar em consideração em umas possíveis embalagens do produto. A pesquisa apontou que o publico alvo estaria disposto a pagar no máximo R\$30,00 pelo produto.

### 4.5 Estratégia de precificação

Para precificar o produto, foi elaborada uma ficha técnica que detalha os insumos utilizados na elaboração do produto. Da Figuras 3 até a Figura 6 se apresentam as fichas técnicas do produto elaborado. A Figura 3 apresenta detalhadamente os insumos utilizados no Hambúrguer de Batata-Doce, revelando um custo total de R\$9,15. Esse valor sublinha a viabilidade econômica da base, considerando a natureza acessível e a disponibilidade dos materiais empregados. A Figura 4 esta análise detalha os custos diretos da cebola

caramelizada dos ingredientes para uma receita vegana, fornecendo uma visão clara do investimento necessário em matérias-primas. A Figura 5 apresenta a ficha técnica da Maionese. Ao analisar o custo dos ingredientes por porção, algumas tendências claras emergem. Por exemplo, Azeite (azeite) e Molho Shoyu (molho de soja) estão entre as despesas líquidas mais significativas, com cada um custando mais de R\$1,00 por porção. Por outro lado, Cebola (cebola) e Açúcar Mascavo são consideravelmente mais econômicos, ambos com preços abaixo de R\$0,60 por porção. No total, o custo combinado desses ingredientes específicos para uma única preparação chega a R\$4,13. Essa análise é crucial para entendermos para onde o custo está sendo alocado e identificar potenciais áreas de otimização de custos, sem renunciar à qualidade.

**Figura 3 – Ficha técnica da Hamburguer da batata doce**

Ingredientes	UNIDADE	PESO LIQUIDO	FC	PESO BRUTO	CUSTO DO INSUMO BRUTO	QTD DE COMPRA	CUSTO DO INSUMO (UTILIZADO NA RECEITA)
BATATA-DOCE	G	400	1	400	R\$ 4,99	1000	R\$ 2,00
SOJA HIDRATADA	G	100	1	100	R\$ 10,82	1000	R\$ 1,08
QUINOA	G	50	1	50	R\$ 3,50	100	R\$ 1,75
ALHO EM PO	G	1	1	1	R\$ 18,87	1000	R\$ 0,02
SAL	G	2	1	2	R\$ 3,89	1000	R\$ 0,01
PIMENTA DO REINO	G	2	1	2	R\$ 11,51	70	R\$ 0,33
PAPRICA DEFUMADA	G	2	1	2	R\$ 21,97	1000	R\$ 0,04
SALSA EM ACHE	G	20	1	20	R\$ 15,99	1000	R\$ 0,32
CEBOLA EM BRUNOASE	G	50	1	50	R\$ 5,10	1000	R\$ 0,26
FARINHA DE AVEIA	G	40	1	40	R\$ 12,97	1000	R\$ 0,52
OLIO DE COCO SEM SABOR	ML	30	1	30	R\$ 11,52	200	R\$ 1,73
FUMACA EM PO	G	2	1	2	R\$ 7,18	250	R\$ 0,06
AZEITE	ML	20	1	20	R\$ 25,98	500	R\$ 1,04
						<b>VALOR TOTAL</b>	<b>R\$ 9,15</b>

Fonte: Os autores (2025).

**Figura 4 – Ficha técnica da Cebola caramelizada**

Ingredientes	UNIDADE	PESO LIQUIDO	FC	PESO BRUTO	CUSTO DO INSUMO BRUTO	QTD DE COMPRA	CUSTO DO INSUMO (UTILIZADO NA RECEITA)
CEBOLA	G	50	1	50	R\$ 5,10	1000	R\$ 0,26
AÇÚCAR MASCAVO	G	50	1	50	R\$ 11,97	1000	R\$ 0,60
MOLHO SHOYU	ML	20	1	20	R\$ 49,90	1000	R\$ 1,00
BARBECUE	ML	30	1	30	R\$ 41,41	1000	R\$ 1,24
AZEITE	ML	20	1	20	R\$ 25,98	500	R\$ 1,04
						<b>VALOR TOTAL</b>	<b>R\$ 4,13</b>

Fonte: Os autores (2025).

**Figura 5 – Ficha técnica da Maionese**



nos permite concentrar nossos esforços na otimização do custo dos nossos ingredientes de maior impacto.

A aplicação do markup de 3.7523 sobre o custo direto de R\$5,33 para o Hambúrguer de Batata-Doce resultou em um preço de venda de R\$20,00. Este valor reflete a estratégia de precificação adotada, que visa não apenas cobrir os custos de produção, mas também gerar uma margem de lucro que sustente a operação e permita investimentos futuros. A diferença entre o preço de venda e o custo direto, ponderada pelo markup, demonstra a capacidade de geração de receita do item, fundamental para a análise da viabilidade econômica do produto no portfólio.

#### 4.6 Viabilidade econômico-financeira

Para realizar a viabilidade econômica, foi simulado o fluxo de caixa projetado para três anos. Apesar de um investimento inicial de R\$6.674,09, a estratégia garante um retorno positivo desde o primeiro ano, com R\$4.044,15. Para o segundo ano, se projetou um saldo de R\$10.776,10 no segundo ano e R\$14.303,25 no terceiro, confirmando um percurso de crescimento sustentável e lucratividade. Os fluxos de caixa e os indicadores financeiros estão registrados na Figura 6.

**Figura 6 – Fluxos de caixa e indicadores Financeiros**

		<b>SALDO CAIXA</b>
INVESTIMENTO INICIAL	-R\$ 6.674,09	R\$ -
FLUXO DE CAIXA ANO 1	R\$ 4.044,15	-R\$ 2.629,94
FLUXO DE CAIXA ANO 2	R\$ 10.776,10	R\$ 8.146,16
FLUXO DE CAIXA ANO 3	R\$ 14.303,25	R\$ 22.449,41
<b>PAYBACK</b>	<b>1,4</b>	<b>anos</b>
<b>TIR</b>	<b>97,39%</b>	
<b>TIR ESPERADA</b>	<b>15,00%</b>	
<b>TAXA SELIC (TMA)</b>	<b>14,75%</b>	
<b>VPL</b>	<b>R\$ 14.395,46</b>	<b>VIÁVEL</b>

Fonte: Os autores (2025).

O projeto demonstra viabilidade financeira, com um período de retorno projetado de apenas um ano e meio. Esse rápido retorno do investimento destaca a eficiência do planejamento financeiro e operacional, tornando este negócio altamente atrativo e seguro a curto e médio prazo. Além do rápido retorno do investimento, os principais indicadores financeiros reforçam ainda mais nossa confiança. Ostentamos uma impressionante Taxa Interna de Retorno (TIR) de 97,39% e um Valor Presente Líquido (VPL) de R\$14.395,46. Esses números não apenas confirmam a viabilidade do projeto, como também demonstram que ele supera significativamente a taxa mínima de atratividade de 14,75% e a TIR esperada de 15%. Isso posiciona claramente o empreendimento como uma oportunidade financeiramente vantajosa e altamente competitiva.

## 5. CONTRIBUÇÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo avaliar a viabilidade econômico-financeira de um hambúrguer elaborado à base de batata-doce, desenvolvido por discentes do curso de Gastronomia da Faculdade Senac Pernambuco. A análise financeira foi conduzida por estudantes do curso de Gestão Comercial da mesma instituição, evidenciando o caráter multidisciplinar do projeto e sua capacidade de simular, de forma prática, as exigências do mercado de trabalho por meio da colaboração entre diferentes áreas do conhecimento.

Ao adotar uma abordagem aplicada e quantitativa, foi possível aliar teoria e prática por meio da utilização de ferramentas consagradas da literatura de finanças corporativas, como o Valor Presente Líquido (VPL), a Taxa Interna de Retorno (TIR) e o Payback. Complementarmente, instrumentos de gestão estratégica como a análise SWOT e o modelo de negócios Canvas foram empregados para ampliar a compreensão do empreendimento em sua totalidade.

Os resultados obtidos indicam a viabilidade econômica e financeira do produto, uma vez que os indicadores analisados apresentaram desempenho positivo: o VPL foi superior a zero, a TIR superou a Taxa Mínima de Atratividade (TMA) estabelecida, e o tempo de retorno do investimento mostrou-se compatível com a realidade de pequenos empreendimentos do setor alimentício.

Destaca-se, ainda, o uso eficaz da metodologia de precificação via markup, que permitiu calcular com precisão a margem de contribuição de cada item do custo. Essa técnica se revelou especialmente adequada ao contexto de micro e pequenos empreendedores, por sua simplicidade operacional e capacidade de adaptação a mercados sujeitos à volatilidade de preços, como o de alimentos.

A análise também evidenciou a importância da projeção do fluxo de caixa como ferramenta essencial à gestão financeira. Ela permite identificar sazonalidades, estimar a necessidade de capital de giro e antecipar eventuais desequilíbrios, atuando como instrumento preventivo na tomada de decisão gerencial.

Contudo, ressalta-se que a análise de viabilidade econômica e financeira, embora fundamental, não deve ser considerada de forma isolada. Elementos como identidade de marca, percepção de valor pelo consumidor, qualidade nutricional do produto e estratégias de marketing digital desempenham papel igualmente relevante no sucesso de empreendimentos sustentáveis. Diante disso, recomenda-se que pesquisas futuras incorporem variáveis qualitativas à análise de viabilidade, explorando aspectos como fidelização de clientes, diferenciação competitiva, engajamento em redes sociais e potencial de escalabilidade da produção.

Em síntese, os dados coletados e analisados permitem concluir que o hambúrguer de batata-doce apresenta viabilidade econômica e sustentabilidade financeira, especialmente em contextos de produção artesanal e comercialização direta. Os resultados obtidos reforçam a relevância de metodologias aplicadas no ensino da gastronomia e das ciências gerenciais,



contribuindo para a formação de profissionais capacitados a planejar, desenvolver e avaliar negócios com base em fundamentos técnicos, éticos e sustentáveis

## REFERÊNCIAS

- ASSAF NETO, Alexandre. *Finanças corporativas e valor*. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2022.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS – ABIA. *Panorama da indústria de alimentos no Brasil: 2023*. São Paulo: ABIA, 2023. Disponível em: <https://abia.org.br>. Acesso em: 20 jul. 2025.
- BADIORA, Olanike Aishat; MORAKINYO, Tunde Afolabi; TAIWO, Kehinde Adekunbi. Some quality properties of yellow-fleshed sweet potato flour as affected by different drying methods. *Food Production, Processing and Nutrition*, v. 5, art. 21, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1186/s43014-023-00136-1>.
- CAMARGOS, Flaviane Cristina de et al. Alimentos plant based: análise da percepção do consumidor pelo uso de Word Association. *Brazilian Journal of Development*, Curitiba, v. 9, n. 5, p. 16915–16934, maio 2023. DOI: <https://doi.org/10.34117/bjdv9n5-161>.
- CAMARGOS, Flaviane Cristina de; CARVALHO, Naiara Barbosa; RIBEIRO, Bruna Gabriele Silva; MUNIZ, Ludmylla dos Santos; SILVA, Vanelle Maria da. Alimentos plant based: análise da percepção do consumidor pelo uso de Word Association. *Brazilian Journal of Development*, v. 9, n. 5, p. 16915–16934, maio 2023.
- CAVALCANTE, Francisco Roberto Pinto. *Como elaborar projetos: guia prático para elaboração e análise de projetos de investimento*. 6. ed. Rio de Janeiro: FGV, 1998.
- EDENBRANDT, Anna Kristina; LAGERKVIST, Carl-Johan. Consumer perceptions and attitudes towards climate information on food. *Journal of Cleaner Production*, v. 370, art. 133441, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.133441>.
- GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- GITMAN, Lawrence J. *Princípios de administração financeira*. 10. ed. São Paulo: Pearson Education, 2002.
- HIRSCHFELD, Yoram. *Viabilidade econômica de projetos*. São Paulo: Atlas, 2000.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing*. 16. ed. São Paulo: Pearson, 2021.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2021.



LEAL, Ingrid et al. Cheese analogues, an alternative to dietary restrictions and choices: the current scenario and future. *Foods*, v. 14, art. 2522, 2025. DOI: <https://doi.org/10.3390/foods14142522>.

LI, Yunying et al. Chemical and volatile compounds in sweet potato brandy: impact of processing methods. *Foods*, v. 14, art. 1467, 2025. DOI: <https://doi.org/10.3390/foods14091467>.

MENANI, Valter José. *Estudo de viabilidade econômica: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2010.

PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. *Microeconomia*. 9. ed. São Paulo: Pearson, 2020.

ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JAFFE, Jeffrey. *Administração financeira: Corporate finance*. 13. ed. São Paulo: AMGH, 2022.

SEBRAE. Alimentos plant-based: tendências e oportunidades de mercado. Brasília: SEBRAE, 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 15 jul. 2025.

SILVA, Antonio Marcos da; JANNI, Nelson. *Gestão financeira e análise de investimentos: uma abordagem prática*. Curitiba: Appris, 2021.

SOUZA, Daniel M. de; SILVA, Maria L. da; FONSECA, João B. Viabilidade econômica e financeira de empreendimentos agroindustriais: uma abordagem aplicada a produtos sustentáveis. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 60, n. 3, e237510, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1590/1806-9479.237510>.

ZAGO, Antonio; BEUREN, Ilse Maria; RAUPP, Fabiano Maury. Análise de viabilidade econômica e financeira de projetos: uma abordagem prática. *Revista de Administração da UFSM*, Santa Maria, v. 1, n. 2, p. 220–236, 2006.