

**FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS – FGV**  
**PROGRAMA FGV MANAGEMENT**  
**MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS**

**ESTUDO PARA ABERTURA DE HAMBURGUERIA NA CIDADE  
DE GUARAPUAVA-PR**

**GUARAPUAVA – PR**  
**2016**



**BRAIAN QUEIROZ DE OLIVEIRA**

**ESTUDO PARA ABERTURA DE HAMBURGUERIA NA CIDADE DE  
GUARAPUAVA-PR**

Trabalho apresentado ao curso MBA em Gestão Empresarial, Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, do Programa FGV Management da Fundação Getúlio Vargas, como pré-requisito para a obtenção do Título de Especialista.

**Jose Carlos Franco de Abreu Filho**  
**Coordenador Acadêmico Executivo**

**Denise Oldenburg Basgal**  
**Orientador**

**GUARAPUAVA – PR**  
**2016**

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS  
PROGRAMA FGV MANAGEMENT  
MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

O Trabalho de Conclusão de Curso, **Estudo Para Abertura De Hamburgueria Na Cidade De Guarapuava-PR**, elaborado por Braian Queiroz de Oliveira e aprovado pela Coordenação Acadêmica, foi aceito como pré-requisito para a obtenção do certificado do Curso de Pós-Graduação *lato sensu* MBA em Gestão Empresarial, Nível de Especialização, do Programa FGV Management.

Curitiba, 07 de Novembro de 2016.

---

Jose Carlos Franco de Abreu Filho  
Coordenador Acadêmico Executivo

---

Denise Oldenburg Basgal  
Orientadora

## TERMO DE COMPROMISSO

O aluno Braian Queiroz de Oliveira, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Turma 03/2014 do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição conveniada ISAE/FGV Curitiba, no período de 09/05/2014 a 07/11/2016, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **Estudo Para Abertura De Hamburgueria Na Cidade De Guarapuava-PR** é autêntico e original.

Curitiba, 07 de Novembro de 2016.

---

Braian Queiroz de Oliveira

Dedico este trabalho à minha esposa e meus pais.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Quadro Societário.....	14
Tabela 2: Investimento p/ Produção.....	19
Tabela 3: Investimento em Infraestrutura .....	20
Tabela 4: Custos Fixos .....	22
Tabela 5: Folha de Pagamento .....	23
Tabela 6: Projeção de Faturamento .....	24
Tabela 7: Valor para abertura.....	25
Tabela 8: Demonstração da TIR.....	26
Tabela 9: Análise SWOT .....	27

# SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>	<b>10</b>
1.1	O EMPREENDIMENTO .....	10
1.2	OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO.....	10
1.3	POTENCIAL DE MERCADO .....	10
1.4	MISSÃO .....	10
1.5	PRODUTOS E SERVIÇOS .....	10
1.6	PREVISÃO DE VENDAS .....	11
1.7	RESPONSÁVEIS E SUAS COMPETÊNCIAS .....	11
1.8	RENTABILIDADE E PROJEÇÃO FINANCEIRA .....	11
1.9	NECESSIDADES DE INVESTIMENTO .....	11
<b>2</b>	<b>A EMPRESA .....</b>	<b>12</b>
2.1	DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO.....	12
2.2	DADOS DA EMPRESA .....	12
2.3	MISSÃO, VISÃO E VALORES .....	12
2.3.1	<i>Missão</i> .....	12
2.3.2	<i>Visão</i> .....	13
2.3.3	<i>Valores</i> .....	13
2.4	OBJETIVO .....	13
2.5	ÁREA DE ATUAÇÃO.....	13
2.6	LOCALIZAÇÃO.....	13
2.7	CAPITAL SOCIAL .....	14
2.8	NECESSIDADE DO MERCADO A SER ATENDIDA .....	14
<b>3</b>	<b>ANÁLISE DE MERCADO .....</b>	<b>15</b>
3.1	ANÁLISE SETORIAL .....	15
3.2	MERCADO ALVO .....	15
3.3	CONCORRENTES DIRETOS .....	16
3.4	CONCORRENTES INDIRETOS .....	16
<b>4</b>	<b>PLANO DE MARKETING .....</b>	<b>17</b>
4.1	PRODUTO .....	17
4.2	PREÇO .....	18
4.3	PRAÇA.....	18
4.4	PROMOÇÃO .....	18
<b>5</b>	<b>PLANO OPERACIONAL.....</b>	<b>19</b>

5.1	INFRAESTRUTURA E ADEQUAÇÃO .....	19
5.2	RECURSOS HUMANOS .....	20
5.3	DELIVERY .....	20
5.4	FORNECEDORES.....	21
<b>6</b>	<b>PLANO FINANCEIRO.....</b>	<b>22</b>
6.1	INVESTIMENTO INICIAL .....	22
6.2	CUSTOS FIXOS .....	22
6.3	CUSTOS VARIÁVEIS.....	23
6.4	INSUMOS INICIAIS.....	23
6.5	PREVISÃO DE FATURAMENTO.....	24
6.6	CAPITAL DE GIRO.....	25
6.7	VALOR PARA ABERTURA DA EMPRESA .....	25
6.8	ANÁLISE DE VIABILIDADE.....	25
<b>7</b>	<b>PLANO ESTRATÉGICO .....</b>	<b>27</b>
7.1	ANALISE SWOT.....	27
<b>8</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>28</b>
<b>9</b>	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>29</b>



# **1 SUMÁRIO EXECUTIVO**

## **1.1 O Empreendimento**

Hamburgueria mista entre restaurante e bar, própria para jantares em amigos e curtir suas músicas prediletas em um ambiente de dança que se encontra a parte do de mesas

## **1.2 Oportunidade de Negócio**

Criar um restaurante de temática única, com a solução completa: bom atendimento, comodidade, cardápio variado e satisfação garantida.

## **1.3 Potencial de mercado**

O mercado de hambúrgueres gourmet vem crescendo nos últimos anos, o que possibilitou transformar bares e restaurantes em locais especializados em sanduíches selecionados com sabores únicos.

## **1.4 Missão**

Proporcionar aos nossos clientes momentos incríveis, através de um ótimo cardápio e atendimento impecável.

## **1.5 Produtos e Serviços**

Aperitivos, porções, hambúrgueres, costelinhas, sobremesas, bebidas alcoólicas e não alcoólicas.

## **1.6 Previsão de vendas**

Como o restaurante terá ambientes próprios para socializar num ambiente mais informal e em pé, e também, salas com mesas para sentar e degustar a comida, espera-se que tenha uma faturamento de bebidas ao mesmo nível do faturamento com alimentos.

Prevê-se um faturamento na casa dos R\$130.000,00 por mês após o negócio estar estabelecido.

## **1.7 Responsáveis e suas competências**

Um sócio encarregado do administrativo e financeiro, outro sócio responsável pela garantia de qualidade de processos no bar e cozinha, um gerente para garantir o funcionamento pleno do estabelecimento e resolução de problemas corriqueiros e demais funcionários.

## **1.8 Rentabilidade e Projeção Financeira**

A rentabilidade projetada é de 5,60% ao mês após estabelecido o negócio.

Lucratividade projetada de 8,61%.

## **1.9 Necessidades de Investimento**

A necessidade de investimento é de R\$200.000,00.

Segue:

- Máquinas – R\$ 21.850,00;
- Infraestrutura – R\$115.050,00;
- Insumos Iniciais – R\$10.000,00;
- Capital de Giro – R\$53.100,00.

## **2 A EMPRESA**

### **2.1 Definição do negócio**

Restaurante do tipo hamburgueria de alto padrão direcionado principalmente ao público adulto-jovem, entre 16 e 35 anos (a intenção não é excluir outros públicos, como pessoas de mais idade ou famílias com crianças, apenas focar os esforços e direcionar a temática). A temática do ambiente está planejada para ser do tipo Rock, podendo variar com músicas entre lendas do Rock e também novas bandas do cenário atual. Luzes baixas para dar um ar mais aconchegante para que as pessoas se sintam mais à vontade. Ideal para *happy hours* ou saídas casuais no fim de semana. O cardápio será composto de hambúrgueres, aperitivos, porções, costelinhas e sobremesas. Seriam disponibilizadas como bebidas: sucos, sodas italianas, drinks, cervejas artesanais, chopes, refrigerantes e águas.

### **2.2 Dados da Empresa**

Razão Social: BK Gastronomia e Eventos Ltda.

Nome Fantasia: Rock'n Burger

Endereço: Rua Capitão Rocha, 2155, Centro, 85010-270, Guarapuava-PR

### **2.3 Missão, Visão e Valores**

De acordo com Oliveira (2005) podemos definir:

- Missão: A razão de ser da empresa;
- Visão: É como os proprietários enxergam a empresa a longo prazo;
- Valores: Representam o conjunto de princípios e crenças fundamentais da empresa.

#### **2.3.1 Missão**

Proporcionar aos nossos clientes momentos incríveis, através de um ótimo cardápio e atendimento impecável.

### **2.3.2 Visão**

Ser referência em hamburguerias no Brasil.

### **2.3.3 Valores**

- Qualidade
- Alegria
- Bom atendimento
- Fidelização

## **2.4 Objetivo**

Criar um ambiente agradável para reunião de amigos, descontração, boa gastronomia e diversão.

## **2.5 Área de Atuação**

Inicialmente em Guarapuava-PR.

## **2.6 Localização**

A localização foi pensada em facilitar o acesso dos clientes, em uma região central de Guarapuava onde já é popular por ter estabelecidos bares, restaurantes e casas noturnas. A Rua Capitão Rocha é conhecida da população, estabelece conexão entre as pontas da cidade e é caminho para faculdades e até a saída secundária de Guarapuava. O local conta com vários locais para estacionamento público, o que tende a ser uma vantagem. A região não tem histórico de ser uma região perigosa.

## 2.7 Capital Social

O quadro societário será composto por mim, Braian, desenvolvedor do projeto e por meu amigo Henrique Losso, Chef de cozinha e já proprietário de restaurante em Guarapuava.

<b>Sócios</b>	<b>Cotas</b>	<b>Capital</b>	<b>Percentual</b>
Braian Queiroz de Oliveira	50	R\$ 100.000,00	50%
Henrique Brito Losso	50	R\$ 100.000,00	50%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>R\$ 200.000,00</b>	<b>100%</b>

Tabela 1: Quadro Societário

## 2.8 Necessidade do Mercado a Ser Atendida

Ambiente misto entre *lounge* e restaurante, com local para refeições a mesa e local para socializar (com sofás e cadeiras).

### 3 ANÁLISE DE MERCADO

O setor de hamburguerias está inserido no setor de alimentação fora de casa que está inserido no setor alimentício. Segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), em matéria do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas empresas) de 30/11/2015, o ramo de bares e restaurantes gera cerca de 450 mil novas oportunidades de emprego por ano devido a sua expansão de 10% ao ano.

Somado a essas informações prestadas pelo órgão, o portal Infood, empresa que trabalha com análises de tendência de mercado no segmento, faz referência a pesquisa da FIESP (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo) a qual indica que o setor sofreu um crescimento na ordem de 35% para o ano de 2015, com abertura de novos empreendimentos.

#### 3.1 Análise Setorial

O hambúrguer apesar de ser um prato tipicamente norte-americano - o qual intimamente tem sua cultura ligada a nossa – tem sua origem na Alemanha, mais precisamente em Hamburgo.

No Brasil as hamburguerias estão presentes desde 1950, começando a surgir as primeiras casa especializadas em hambúrgueres em 1952.

Nos últimos anos o hambúrguer tem aparecido no Brasil com um toque mais gourmet, se desvinculando um pouco da posição *fast-food* para uma posição mais de sanduíche feito à mão, com produtos selecionados e com um sabor e temperos incríveis. Para o desenvolvimento dos hambúrgueres não existem fórmulas, mas sim, métodos individuais (secretos ou não) que deixam o hambúrguer com a cara do estabelecimento e o tempero do chef.

Aliado a esta tendência, em 2015 vimos um boom dos *food trucks*, os quais muitos empreendedores criaram suas empresas sobre rodas para vender este prato.

#### 3.2 Mercado Alvo

Pretendemos atingir um público que se encontra predominantemente entre 16 e 40 anos. São jovens e adultos do sexo masculino e feminino que buscam um local para socializar e saborear uma boa comida, em um ambiente renovado, ideal para conhecer novas pessoas e também levar antigos amigos.

### 3.3 Concorrentes Diretos

Nosso principais concorrentes diretos são:

- Dom Henrique Gastronomia: Restaurante e empório do sócio Henrique Losso. O negócio tem um público predominantemente feminino. Serve desde cafés e sanduíches quentes e frios a hambúrgueres, risotos e massas. Ambiente claro com músicas que variam entre samba, pagode, MPB e em algumas noites um eletrônico suave. Quase um bistrô.
- London Pub: Bar popular em Guarapuava. Serve hambúrgueres, petiscos e porções. Possui três ambiente no estabelecimento. Ambiente interno superior, com mesas e cadeiras, para comer e beber. Ambiente interno inferior (porão), com palco para apresentação de bandas punk/rock e DJs. Ambiente externo para quem pretende fumar ou ficar mais fresco em dias quentes.
- Pigalle: Hamburgueria tradicional de Guarapuava. Serve sanduíches populares que não hambúrguer gourmet. Frequentado muito por amigos e famílias. Voltado a um público de menor poder aquisitivo.
- Villa Hamburgueria: Apesar de apresentar “hamburgueria” no nome, o estabelecimento foi vendido e está sob nova gerência, vendendo além de hambúrgueres também carnes na chapa e porções. Ambiente pequeno e familiar.
- Xaxá Burger: Muito semelhante ao Pigalle, Xaxá burger é voltado também a um público de menor poder aquisitivo. Conta com sanduíches com preço abaixo dos demais, vende porções e também pizzas a la carte.

### 3.4 Concorrentes Indiretos

Nossos concorrentes indiretos estão agrupados pelos títulos que levam:

- Pizzarias;
- Batatarias;
- Temakerias;
- Restaurantes em geral.

## 4 PLANO DE MARKETING

### 4.1 Produto

Nossa cardápio será composto por:

Entradas:

- Saladas;
- Breadsticks;
- Tábua de Frios.

Porções:

- Onions Rings;
- Batata Frita;
- Batata Frita com Cheddar e Bacon;
- Mignon ao molho quatro queijos;
- Fish and Chips (Tilápia frita e batata frita);
- Camarão Empanado.

Hamburgueres:

- Diversos.

Costelinhas:

- Diversas.

Sobremesas:

- Petit Gateau;
- Grand Gateau;
- Pudim de Leite;
- Picolés Diletto.

Bebidas:

- Cervejas premium e artesanais;
- Chopp Jordana (marca local);
- Sodas italianas;
- Água;
- Sucos naturais;
- Refrigerantes.



## **4.2 Preço**

Prevemos um ticket médio por pessoa de R\$50,00, baseado em informações do sócio Henrique a respeito do segmento e preços praticados.

## **4.3 Praça**

Nosso cardápio será disponibilizado no local aos clientes e para alguns pratos serão disponibilizados o serviço de delivery.

## **4.4 Promoção**

Investiremos muito em fidelização do cliente, através de um bom atendimento, cartão fidelidade, site interativo com fotos dos frequentadores do restaurante, promoções e sorteios no facebook e fotos no instagram e Snapchat. Utilizaremos uma linguagem predominantemente digital, com interações na maioria das mídias. Serão feitas campanhas de marketing de longo e curto prazo, tanto para fidelização quanto pontuais para trazer novos clientes que venham a conhecer o serviço e a estrutura do local.

## 5 PLANO OPERACIONAL

### 5.1 Infraestrutura e Adequação

Baseado na previsão de faturamento e demanda, para a abertura de nossa hamburgueria – de acordo com meu sócio que já tem conhecimento no ramo - serão necessário os seguintes equipamentos para preparação dos alimentos:

Qtde.	Descrição	R\$ Unit.	R\$ Total
1	Broiler	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
1	Fritadeira Dupla	R\$ 550,00	R\$ 550,00
3	Bancadas	R\$ 1.000,00	R\$ 3.000,00
1	Bancadas com pia	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00
1	Liquidificador Industrial	R\$ 300,00	R\$ 300,00
1	Freezer	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
2	Coifas Completas	R\$ 800,00	R\$ 1.600,00
2	Geladeiras	R\$ 2.500,00	R\$ 5.000,00
1	Fogão Industrial c/ Forno	R\$ 800,00	R\$ 800,00
1	Micro-ondas	R\$ 500,00	R\$ 500,00
1	Forno elétrico	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00
1	Panelas e Utensílios	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
		<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 21.850,00</b>

Tabela 2: Investimento p/ Produção

Para a estrutura prevemos comprar todo o mobiliário de utilização dos fregueses e também os de apoio como bancadas e guarda-louças. Para infraestrutura de tecnologia prevemos integrar tudo via wireless, será implantado um sistema onde os pedidos serão enviados dos tablets para as centrais. Pedidos de bebidas serão impressos e pedidos de alimentos ficarão em tela. Tudo o que for consumido será lançado nas fichas com código de barras, vinculadas a mesas e posteriormente cobradas no caixa. Haverá um sistema de segurança tanto para comodidade dos clientes quanto para evitar/controlar possíveis furtos.

Os equipamentos necessários para a estrutura são:

<b>Qtde.</b>	<b>Descrição</b>	<b>R\$ Unit.</b>	<b>R\$ Total</b>
20	Mesas	R\$ 200,00	R\$ 4.000,00
80	Cadeiras	R\$ 50,00	R\$ 4.000,00
150	Cardápios	R\$ 15,00	R\$ 2.250,00
8	Tablets	R\$ 1.400,00	R\$ 11.200,00
2	Computadores Completos	R\$ 2.500,00	R\$ 5.000,00
1	Tela para pedido	R\$ 500,00	R\$ 500,00
1	Leitor de código de barras	R\$ 300,00	R\$ 300,00
1	Implantação de Sistema	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
1	Talheres, Copos, Taças	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
1	Móveis e Decoração	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00
1	Reforma	R\$ 50.000,00	R\$ 50.000,00
8	Câmeras IP	R\$ 200,00	R\$ 1.600,00
1	Licenças e Permissões	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
1	Material Publicitário	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
1	Modem Wifi	R\$ 200,00	R\$ 200,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 115.050,00</b>

Tabela 3: Investimento em Infraestrutura

## 5.2 Recursos Humanos

Para a operação do negócio serão necessários:

- 1 Gerente
- 1 Chef
- 4 Cozinheiros
- 1 Louça
- 1 Caixa
- 4 Garçons
- 1 Limpeza
- 1 Segurança

## 5.3 Delivery

Para a entrega dos pedidos feitos via telefone ou aplicativo, serão contratados motoboys remunerados por entrega. Preço a ser incluído no valor total no ato do pedido.

#### **5.4 Fornecedores**

Os fornecedores de insumos/matéria prima são todos locais. O maquinário necessário para a operação do negócio bem como alguns itens de decoração serão comprados em Curitiba-PR e São Paulo-SP.

## 6 PLANO FINANCEIRO

Para a abertura e operacionalização do empreendimento, teremos investimentos em maquinário para a produção e também em itens para a infraestrutura. Mensalmente teremos custos fixos e variáveis. Para a abertura da empresa teremos de disponibilizar um valor para capital de giro e também para compra de insumos necessários para o primeiro mês de funcionamento.

### 6.1 Investimento Inicial

O valor do investimento ficou na soma de R\$ 21.850,00 (maquinário para produção) e R\$ 115.050,00 (infraestrutura), totalizando **R\$136.900,00**.

### 6.2 Custos Fixos

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
Folha de Pagamento	R\$ 24.000,00
Aluguel	R\$ 4.000,00
Segurança/Monitoramento	R\$ 120,00
Luz	R\$ 400,00
Água	R\$ 500,00
Marketing	R\$ 1.000,00
Sistemas	R\$ 300,00
Telefone/Internet	R\$ 250,00
Tv por Assinatura	R\$ 250,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 30.820,00</b>

Tabela 4: Custos Fixos

<b>Folha de Pagamento</b>			
Cargo	Qtde.	Valor	Total
Gerente	1	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00
Cozinheiros	4	R\$ 1.200,00	R\$ 4.800,00
Louça	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Caixa	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Garçons	4	R\$ 1.200,00	R\$ 4.800,00
Limpeza	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Segurança	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Chef - Pró-Labore	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
Pró-Labore Sócio 2	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 24.000,00</b>

Tabela 5: Folha de Pagamento

Deve ser salientado que alguns custos estão sendo considerados como fixos para facilitar cálculo, mas são variáveis de acordo com a quantidade de pratos e bebidas servidas, tais como garçons, luz, água.

### 6.3 Custos Variáveis

Custos variáveis estimados em 60% para alimentos e 50% para bebidas, ou seja, para um sanduíche de R\$30,00 prevê-se um custo variável de R\$18,00 e para uma bebida de R\$4,00 prevê-se um custo de R\$2,00.

### 6.4 Insumos Iniciais

Prevê-se um custo inicial de insumos para preparação dos alimentos na casa dos R\$10.000,00 entre alimentos e bebidas.

## 6.5 Previsão de Faturamento

Mês	Faturamento R\$		Margem R\$ Contribuição	Custos Fixos R\$	Impostos / Simples		Resultado R\$	Acumulado R\$
	Bebidas	Alimentos			%	R\$		
1	-	-	-	15.000,00	6,00	-	-15.000,00	-
2	-	-	-	15.000,00	6,00	-	-15.000,00	-
3	20.000,00	20.000,00	18.000,00	27.820,00	6,00	2.400,00	-12.220,00	-
4	30.000,00	30.000,00	27.000,00	27.820,00	6,00	3.600,00	- 4.420,00	-
5	40.000,00	40.000,00	36.000,00	30.820,00	6,00	4.800,00	380,00	380,00
6	45.000,00	45.000,00	40.500,00	30.820,00	8,21	7.389,00	2.291,00	2.671,00
7	50.000,00	50.000,00	45.000,00	30.820,00	10,26	10.260,00	3.920,00	6.591,00
8	55.000,00	55.000,00	49.500,00	30.820,00	10,26	11.286,00	7.394,00	13.985,00
9	60.000,00	60.000,00	54.000,00	30.820,00	11,31	13.572,00	9.608,00	23.593,00
10	60.000,00	60.000,00	54.000,00	30.820,00	11,31	13.572,00	9.608,00	33.201,00
11	60.000,00	60.000,00	54.000,00	30.820,00	11,40	13.680,00	9.500,00	42.701,00
12	60.000,00	60.000,00	54.000,00	30.820,00	12,42	14.904,00	8.276,00	50.977,00
13	60.000,00	60.000,00	54.000,00	30.820,00	12,42	14.904,00	8.276,00	59.253,00
14	60.000,00	60.000,00	54.000,00	30.820,00	12,54	15.048,00	8.132,00	67.385,00
15	60.000,00	60.000,00	54.000,00	30.820,00	12,68	15.216,00	7.964,00	75.349,00
16	60.000,00	60.000,00	54.000,00	30.820,00	12,68	15.216,00	7.964,00	83.313,00
17	60.000,00	60.000,00	54.000,00	30.820,00	12,68	15.216,00	7.964,00	91.277,00
18	60.000,00	60.000,00	54.000,00	30.820,00	12,68	15.216,00	7.964,00	99.241,00
19	60.000,00	60.000,00	54.000,00	30.820,00	12,68	15.216,00	7.964,00	107.205,00
20	60.000,00	60.000,00	54.000,00	30.820,00	12,68	15.216,00	7.964,00	115.169,00
21	60.000,00	60.000,00	54.000,00	30.820,00	12,68	15.216,00	7.964,00	123.133,00
22	60.000,00	60.000,00	54.000,00	30.820,00	12,68	15.216,00	7.964,00	131.097,00
23	65.000,00	65.000,00	58.500,00	30.820,00	12,68	16.484,00	11.196,00	142.293,00
24	65.000,00	65.000,00	58.500,00	30.820,00	12,68	16.484,00	11.196,00	153.489,00
25	65.000,00	65.000,00	58.500,00	30.820,00	12,68	16.484,00	11.196,00	164.685,00
26	65.000,00	65.000,00	58.500,00	30.820,00	12,68	16.484,00	11.196,00	175.881,00
27	65.000,00	65.000,00	58.500,00	30.820,00	12,68	16.484,00	11.196,00	187.077,00
28	65.000,00	65.000,00	58.500,00	30.820,00	12,68	16.484,00	11.196,00	198.273,00
29	65.000,00	65.000,00	58.500,00	30.820,00	12,68	16.484,00	11.196,00	209.469,00
30	65.000,00	65.000,00	58.500,00	30.820,00	12,68	16.484,00	11.196,00	220.665,00
31	65.000,00	65.000,00	58.500,00	30.820,00	12,68	16.484,00	11.196,00	231.861,00
32	65.000,00	65.000,00	58.500,00	30.820,00	12,68	16.484,00	11.196,00	243.057,00
33	65.000,00	65.000,00	58.500,00	30.820,00	12,68	16.484,00	11.196,00	254.253,00
34	65.000,00	65.000,00	58.500,00	30.820,00	12,68	16.484,00	11.196,00	265.449,00
35	65.000,00	65.000,00	58.500,00	30.820,00	12,68	16.484,00	11.196,00	276.645,00
36	65.000,00	65.000,00	58.500,00	30.820,00	12,68	16.484,00	11.196,00	287.841,00

Tabela 6: Projeção de Faturamento

Observa-se nos quatro primeiros meses valores de custo fixo inferiores, isto porque é um período de estruturação da empresa em qual não incorre todos os valores supra citados. Para os meses 1, 2, 3 e 4 retiramos os pró-labores e prevê-se que a partir do mês 5 o custo se mantenha como o calculado.

## 6.6 Capital de Giro

Como evidenciado nos primeiros quatro meses de operação, soma-se um total de R\$46.640,00 de necessidade de Capital de Giro.

## 6.7 Valor para Abertura da Empresa

Para abriremos a empresa seria então necessários os seguintes montantes:

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
Máquinas	R\$ 21.850,00
Infraestrutura	R\$ 115.050,00
Insumos Iniciais	R\$ 10.000,00
Capital de Giro	R\$ 46.640,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 193.540,00</b>

Tabela 7: Valor para abertura

## 6.8 Análise de Viabilidade

O empreendimento se torna viável a partir do momento que o TIR (Taxa interna de retorno) se tornar superior ao TMA (Taxa Mínima de Atratividade).

Podemos utilizar como TMA hoje a taxa mensal conseguida com renda fixa hoje no mercado que se encontra me torno de 1,00% já descontado IR. Utilizando o valor de Capital Social de R\$200.000,00 temos:



Mês	Resultado R\$	TIR
1	- 15.000,00	-7,50%
2	- 15.000,00	-7,50%
3	- 12.220,00	-6,11%
4	- 4.420,00	-2,21%
5	380,00	0,19%
6	2.291,00	1,15%
7	3.920,00	1,96%
8	7.394,00	3,70%
9	9.608,00	4,80%
10	9.608,00	4,80%
11	9.500,00	4,75%
12	8.276,00	4,14%

Tabela 8: Demonstração da TIR

Observamos que a partir do sexto mês a TIR já supera a TMA.

Ao observarmos a tabela 6 vemos que a Payback do investimento se encontra no mês 29, ou seja, o negócio demora 2 anos e cinco meses para retornar o investimento.

## 7 PLANO ESTRATÉGICO

Pretendemos abrir em Guarapuava uma unidade modelo para acertar as demandas de investimento em maquinário e recursos humanos. Após afinados cálculos de investimento, padronização de processos e lojas, será feito a viabilidade de expandir abrindo uma próxima unidade na cidade de Curitiba-PR.

### 7.1 Analise SWOT

Na página 90, Oliveira (2005) define oportunidades como variáveis externas e não controláveis que podem criar condições favoráveis à empresa e ameaças como condições também externas mas que podem vir a desfavorecer à empresa. Na página 102 o autor também define forças, como variáveis internas que favorecem e fraquezas como variáveis internas que não favorecem à empresa.

<b>Interna</b> (organização)	<p><b>S - Strengths – Forças</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sócio bacharel em Gastronomia</li> <li>▪ Piscina na casa locada</li> <li>▪ Processos de produção bem definidos</li> <li>▪ Cardápio variado que agrada a crianças, adolescentes e adultos</li> </ul>	<p><b>W - Weaknesses – Fraquezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sem estacionamento próprio</li> <li>▪ Ambiente predominantemente Rock</li> </ul>
<b>Externa</b> (ambiente)	<p><b>O - Opportunities – Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Novidade em Guarapuava</li> <li>▪ Eventos empresarias</li> <li>▪ Expansão para novas cidades</li> </ul>	<p><b>T - Threats – Ameaças</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Setor parcialmente saturado</li> <li>▪ Aumento da tendência por comidas saudáveis</li> <li>▪ Possível queda do mercado de hambúrgueres por conta de ser uma onda passageira</li> </ul>

Tabela 9: Análise SWOT

## 8 Conclusão

Concluiu-se ao final deste trabalho que o empreendimento é viável se tomado como base uma decisão de cunho financeiro tendo em vista que a TIR supera as expectativas de TMA. A decisão de continuar ou não com o projeto vai da análise de ambos os sócios os quais podem julgar que realmente vale a pena depois de analisado os números.

O mercado de hambúrgueres hoje está em alta, o que favorece a ideia do negócio aliada à análise financeira. Temo de uma visão realista a longo prazo que esta seja uma onda passageira tal qual já existiu de outros alimentos como frozen yogurt, paletas mexicanas, açaí, entre outros. Por outro lado o hambúrguer é um sanduíche antigo e que vem sendo preparado e ingerido há décadas, hoje teve uma releitura para sanduíches mais sofisticados e de melhor qualidade, com ingredientes selecionados que dão ao prato um sabor irresistível.

## 9 Referências Bibliográficas

BURGUER FEST – UOL. **Hambúrguer: uma história de 20.000 anos.** 2016. Disponível em: <<http://burgerfest.uol.com.br/2016/07/08/hamburger-do-surgimento-ao-gourmet/>>. Acessado em: 04/09/2016.

INFOOD. **Na contramão da crise, setor de alimentação cresce sem parar.** 2016. Disponível em: <<http://infood.com.br/na-contramao-da-crise-setor-de-alimentacao-cresce-sem-parar/>>. Acessado em 10/08/2016.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas.** 22. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

PRISCILLA OLIVEIRA. **Hambúrguerias: a febre vai além da moda. Entenda por quê.** 2015. Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/mercado/34308/hamburguerias-a-febre-vai-alem-da-moda-entenda-por-que.html>>. Acessado em: 04/09/2016.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas empresas. **Bares e restaurantes: um setor em expansão.** 2015. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/bares-e-restaurantes-um-setor-em-expansao,1038d53342603410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acessado em: 10/08/2016.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas empresas. **Análise de Tendência: Food Truck.** 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/food-truck-uma-nova-tendencia,d128e6f7c633c410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acessado em: 07/09/2016.

SUPER INTERESSANTE. **O hambúrguer.** Disponível em: <<http://super.abril.com.br/comportamento/o-hamburger>>. Acessado em 07/09/2016.

TAMIRIS GOMES. **Boom das hamburguerias e comida de rua mudam os rumos do fast food.** 2016. Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/geral/empreendedorismo/indicacao/boom-das-hamburguerias-e-comida-de-rua-mudam-os-rumos-do-fast-food/>>. Acessado em: 10/08/2016.

TERRA CULINÁRIA. **Hambúguer.** Disponível em:  
<<http://culinaria.terra.com.br/infograficos/historia-hamburger>>. Acessado em: 04/09/2016.