

ANÁLISE DA VIABILIDADE DO INVESTIMENTO PARA ABERTURA DE UMA EMPRESA NO SETOR DE COMÉRCIO

INVESTMENT FEASIBILITY ANALYSIS FOR THE OPENING OF A TRADE SECTOR BUSINESS

GUILHERME JOSÉ MISKULIN CARDOSO
JULIANA SAYURI KURUMOTO BARBOSA

Resumo

O presente trabalho avalia a viabilidade do investimento necessário para a abertura de uma loja para comercialização de sapatos do tipo alpargatas em uma cidade do estado de São Paulo. O objetivo é caracterizar o empreendimento em questão, identificar o investimento e os custos do mesmo e avaliar a viabilidade através de indicadores. O trabalho inicia com um referencial teórico a respeito do assunto e, em seguida, apresenta os resultados obtidos para o empreendimento em estudo. Para o desenvolvimento foram realizadas uma pesquisa de campo para identificar os hábitos dos possíveis clientes e também pesquisa com fornecedores. A realização destas pesquisas permitiu determinar e estimar os custos e o investimento envolvidos, assim como o resultado esperado para o empreendimento. Por fim, com o auxílio de ferramentas financeiras, analisou-se a viabilidade através de indicadores e o resultado obtido é que, apesar do alto investimento necessário, a abertura do empreendimento é viável.

Palavras-chave: *Investimento, viabilidade, empreendedorismo*

Abstract

This study evaluates the feasibility of the investment necessary for the opening of a store for the sale of shoes of the alpargatas type in a city in the state of São Paulo. The objective is to characterize the enterprise in question, identify the investment and the costs of the enterprise and evaluate the viability through indicators. The paper begins with a theoretical reference on the subject and then presents the results obtained for the enterprise under study. For the development, a field research was carried out to identify the habits of possible clients and also research with suppliers. The accomplishment of these surveys allowed to determine and to estimate the costs and the investment involved, as well as the expected result for the enterprise. Finally, with the help of financial tools, feasibility was analyzed through indicators and the result obtained is that, despite the high investment required, the opening of the venture is viable.

Key-words: *Investment, feasibility, entrepreneurship.*

1. Introdução

Nos últimos anos, cada vez mais brasileiros estão envolvidos com a criação do próprio negócio ou já possuem a própria empresa. A pesquisa realizada pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), realizada em 2016 no Brasil com o patrocínio do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) revela que a taxa de empreendedorismo inicial teve o valor de 19,6%. Desta forma, 20 em cada 100 brasileiros, com idade entre 18 e 64 anos, estão envolvidos com atividades empreendedoras.

A pesquisa realizada em 2013 pela Endeavor revela alguns fatores sobre o perfil dos empreendedores brasileiros. Os resultados apontam que os microempresários são a maioria representando 81%, além disso, identifica que os setores que mais atraem empreendedores são o setor de comércio, representando 46%, e o setor de serviços, 41%. Por fim, foi possível identificar que a região mais empreendedora do Brasil é a região Sudeste, possuindo 51% dos empreendedores do país.

Um dos fatores motivadores que levam cada vez mais brasileiros ao empreendedorismo é a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, em vigor desde 2007, que busca apoiar e tornar menos burocrático o processo de criação e legalização de pequenas empresas.

Segundo Roveda (2016), setenta e seis por cento (76%) da população brasileira preferem ter um negócio próprio do que ser empregado de terceiros. Estes fatos, juntamente com a dificuldade de encontrar uma nova oportunidade de emprego, fazem com que cada vez mais brasileiros criem seu próprio negócio visando alcançar a estabilidade financeira e seu próprio crescimento.

O surgimento da hipótese de criação de uma loja para comercializar modelos diferentes de sapatos do tipo alpargatas surgiu com o constante questionamento que a idealizadora sofria por alguns conhecidos sobre onde ela havia encontrado para venda os diferentes modelos deste tipo de sapato. Sendo assim, identificou-se a oportunidade de abertura desta loja na cidade de Presidente Prudente, situada no interior de São Paulo, uma vez que os diferentes modelos de alpargatas só são encontrados em lojas virtuais ou em grandes centros.

A iniciativa deste trabalho deve-se ao fato de que a taxa média de mortalidade de empresa em um período de dois anos foi de 32,36%, sendo as principais causas desta mortalidade a falta de planejamento do negócio, a má gestão e a falta de capacitação dos empreendedores em gestão empresarial, segundo dados do SEBRAE – 2016 extraídos de uma pesquisa realizada entre 2008 e 2012. Além disso, dados da pesquisa realizada pelo SEBRAE-SP em 2014 apontam que os principais motivos pelos quais empresas fecham, sendo estes:

- Não conhecimento sobre o capital de giro necessário para abrir o empreendimento;
- Não conhecimento do nível de vendas para cobrir os custos e gerar o lucro esperado;
- Não identificação das necessidades do mercado;
- Não definição de estratégias para evitar desperdícios;
- Não conhecimento dos hábitos dos clientes.

Portanto, este trabalho tem como objetivo realizar a análise de viabilidade do investimento necessário para criação deste empreendimento. Para isso será necessário:

- a) Conhecer o contexto, o ambiente e o mercado de atuação da empresa;
- b) Identificar o investimento necessário para a abertura do empreendimento;
- c) Analisar a viabilidade deste investimento através de indicadores.

2. Referencial Teórico

Durante a criação de um novo empreendimento é importante que seja realizado um documento que contenha as informações e características do empreendimento, sendo este documento representado pelo plano de negócios. O plano de negócio pode ser considerado uma ferramenta administrativa que permite a caracterização do empreendimento, identificando sua forma de operar e definindo as estratégias, as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros, proporcionando uma visão global da empresa e uma análise de sua viabilidade e de como alcançar os resultados identificados. (NOGUEIRA e ALMEIDA, 2011).

Através de um plano de negócios é possível ter conhecimento dos principais fatores que afetam a atividade do empreendimento, além de ser possível encontrar novas oportunidades e antecipar os obstáculos inerentes ao negócio. Estas informações são essenciais para o planejamento e manutenção de um empreendimento uma vez que auxiliam as tomadas de decisões. Estes fatos, em conjunto com o mercado altamente competitivo, demonstram que não é viável abrir, ou até mesmo manter, uma empresa sem que seja desenvolvido um plano de negócios. (FREITAS et. al., 2007).

Uma das etapas da realização de um plano de negócios consiste na elaboração do plano financeiro. O plano financeiro irá determinar o custo total do plano, assim como a perspectiva de receita e rentabilidade do negócio, uma vez que o objetivo é identificar quanto será necessário investir para que o empreendimento inicie suas atividades. Além disso, deve também conter previsões de vendas, custos, despesas, receitas, investimentos e financiamentos da

empresa, possibilitando a projeção de um balanço patrimonial e um demonstrativo de resultados, assim como deve apresentar uma análise de indicadores de viabilidade do investimento. (GREATTI, 2007).

De acordo com Cielo et. al., (2009), o investimento total do empreendimento é formado pelos investimentos fixos, pelo capital de giro e pelos investimentos pré-operacionais, sendo assim possível identificar o total de recursos que deverão ser investidos para que o empreendimento comece a operar.

Para Rosa (2013):

- Os investimentos fixos dizem a respeito de todos os itens que deverão ser adquiridos para que seja possível o funcionamento do negócio;

- O capital de giro compreende o montante necessário para o funcionamento da empresa, incluindo custos de compra de matéria prima, pagamento e despesas, custos com estoque inicial e o caixa mínimo necessário para a empresa se manter até que o valor de faturamento entre para o caixa;

- Os investimentos pré-operacionais dizem a respeito de todos os gastos realizados anteriormente ao início da atividade da empresa, como gastos com reforma e taxas de registro.

A análise econômica, ou análise de viabilidade, de um futuro negócio visa projetar todos os investimentos, os custos e as receitas de vendas e a partir destas informações será possível identificar a viabilidade do empreendimento. Coelho (2009) complementa afirmando que o estudo da viabilidade irá fornecer informações seguras para a tomada de decisões, reduzindo os riscos de falha e ampliando as possibilidades de êxito.

O projeto de viabilidade torna-se necessário, pois tem como objetivo identificar qual o volume mínimo de atividade econômica que a empresa deve apresentar para ser lucrativa, desta forma, a primeira atividade a ser realizada é a identificação deste volume. (CHIAVENATO, 2007).

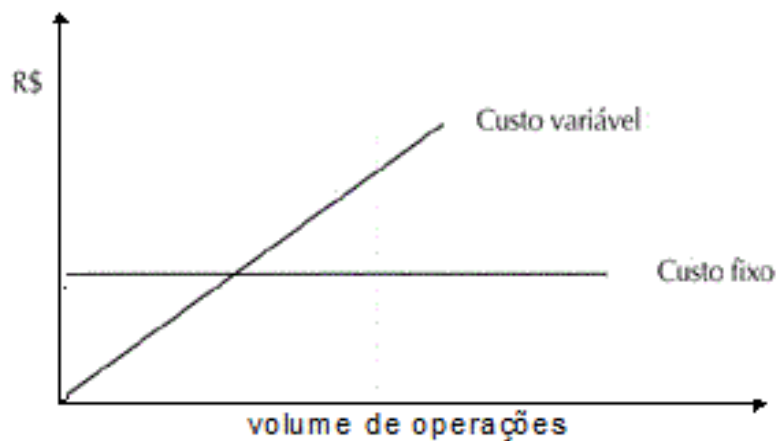
Para ser possível a realização dessa análise, deve-se primeiramente ter conhecimento dos custos fixos e variáveis que o empreendimento possui. A classificação dos custos em fixos e variáveis deve ser realizada através do estudo de como estes custos reagem à situações de variações no volume de produção.

De acordo com Megliorini (2012), o comportamento dos custos fixos e variáveis é demonstrado pelo Gráfico 1 e a classificação destes custos é dado por:

- Custos Fixos: aqueles que são necessários para a manutenção da estrutura produtiva de um negócio, não sendo influenciados pelo volume de produção. Exemplo: Aluguel, depreciação, seguros e salários;

- Custos Variáveis: aqueles que sofrem variação de acordo com o volume de produção, podendo aumentar ou diminuir. Exemplos: Custos de matéria prima e comissão sobre vendas.

Gráfico 1 – Comportamento dos custos



Fonte: Adaptado de Megliorini (2012)

Após o conhecimento dos custos envolvidos no empreendimento e do investimento total para o mesmo, pode-se utilizar indicadores para avaliar a viabilidade deste investimento. O ponto de equilíbrio é um destes indicadores que podem ser utilizados para esta ocasião.

Segundo Megliorini (2012), o ponto de equilíbrio é a situação na qual a empresa não apresenta nem lucro e nem prejuízo, sendo obtido quando as receitas geradas pelas vendas dos produtos são suficientes apenas para cobrir os gastos referentes aos custos e as despesas do empreendimento. O lucro só irá existir para a empresa após atingi-lo, conforme demonstra o Gráfico 2. Desta forma, quanto menor for este índice, melhor será o desempenho da empresa.

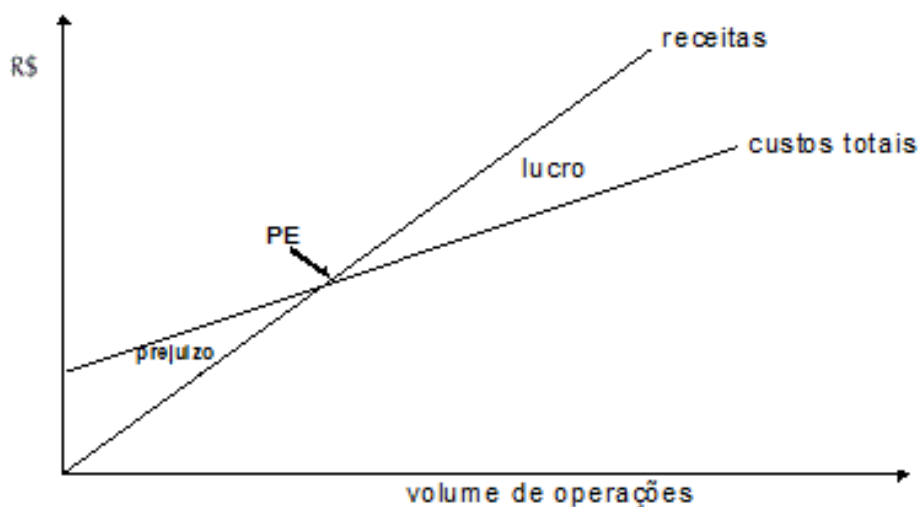
$$PE = \frac{CF + DF}{MC} \times PV = \frac{CF + DF}{PV - (CVu - DVu)} \times PV \quad (1)$$

Onde:

- PE = Ponto de Equilíbrio;
- CF = Custos Fixos;
- DF = Despesas Fixas;

- MC = Margem de contribuição do produto;
- PV = Preço de venda unitário do produto;
- CVu = Custo Variável unitário do produto;
- DVu = Despesa Variável unitária do produto;
- PV = Preço de Venda unitária do produto.

Gráfico 2 – Ponto de Equilíbrio



Fonte: Adaptado Adaime (2011)

A partir do momento em que se conhece o valor do ponto de equilíbrio, é possível identificar, antes mesmo do início das atividades, o nível de vendas que o empreendimento deve atingir para recuperar o investimento. Além disso, é possível planejar ações com a finalidade de alcançar o resultado planejado e aumentar a lucratividade da empresa. No caso de empresas que comercializam e/ou produzem diversos produtos, é aconselhável que se realize um agrupamento destes produtos em grupos ou famílias, e somente após esta separação realizar a análise do ponto de equilíbrio, permitindo abstrair as informações de maneira mais clara e objetiva para os grupos de produtos da empresa. (MACHADO e FERNANDES, 2010).

Juntamente com o ponto de equilíbrio, podemos utilizar o *payback* para analisar a viabilidade do investimento. Segundo Kreuz et. al. (2005), o *payback*, também conhecido como prazo de retorno de investimento, identifica o tempo necessário para a recuperação de um investimento, podendo também ser interpretado como uma medida de risco. Quanto maior for o valor do *payback*, maior será o risco, uma vez que o tempo para se recuperar será maior.

$$\text{Payback (Prazo de Retorno de Investimento)} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}} \quad (2)$$

Lizote et. al. (2014) afirmam que a principal vantagem do método do *payback* é o fato de levar em consideração o tempo no qual será necessário para recuperar o investimento realizado, avaliando a necessidade financeira a fim de manter este investimento até o momento em que a aplicação passará a gerar caixas positivos.

Quando se fala em análise de investimentos, dois indicadores muito utilizados são o Valor Presente Líquido (VPL) e a Taxa Interna de Retorno (TIR). O valor presente líquido tem como objetivo calcular o impacto de eventos futuros associados a uma alternativa de investimento, em relação ao valor presente, ou seja, busca medir o valor presente dos fluxos de caixa gerados pelo empreendimento ao longo de sua vida útil. Como critério de avaliação, tem-se que o VPL maior que zero representa um investimento economicamente viável, enquanto um valor menor que zero representa um investimento economicamente inviável. (SAMANEZ, 2007).

$$VPL = -I + \sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1 + K)^t} \quad (3)$$

Critério de decisão: $VPL > 0$ – Projeto economicamente viável;
 $VPL < 0$ – Projeto economicamente inviável.

Onde:

- VPL = Valor Presente Líquido;
- I = Investimento;
- FC_t = Fluxo de caixa no período t;
- t = Número de períodos analisados;
- K = Taxa de juros no período.

Em razão de considerar o valor do dinheiro no tempo, o VPL é considerado uma técnica de orçamento de capital sofisticada, permitindo identificar o ganho monetário líquido ou a perda de um projeto, reduzindo as variáveis de entradas e desembolsos futuros esperados para o momento atual, utilizando uma taxa de retorno esperada. (KLANN et. al., 2007).

De acordo com Blank e Tarquin (2007), a taxa interna de retorno é a taxa para qual o valor presente líquido assume valor nulo. Sendo assim, é através da TIR que pode ser mensurado o potencial de retorno financeiro do investimento realizado.

A taxa interna de retorno é a maior taxa de retorno de um fluxo de caixa, uma vez que uma taxa maior que esta torna o valor presente líquido negativo. Esta taxa é considerada “interna” uma vez que depende somente do fluxo de caixa de um certo investimento, e não de outras taxas externas oferecidas por outras entidades. Seu propósito é que se o projeto oferecer um retorno maior ou igual ao custo de capital do empreendimento, resultará em um caixa suficiente para pagar os juros e para remunerar as partes interessadas de acordo com as exigências, sendo que quando a TIR for maior que o custo de capital, maior será o caixa gerado pelo investimento. Desta forma, o melhor investimento é aquele que apresenta a maior TIR. (KLANN et. al., 2007).

Ao determinar um outro investimento na qual o capital pode ser investido, podemos realizar a análise de viabilidade ao comparar o valor da taxa interna de retorno produzida pelo empreendimento com o potencial de retorno que o outro investimento pode proporcionar para o empreendedor. O custo de oportunidade representa o valor que seria obtido caso o investimento fosse destinado a outra aplicação. (MEGLIORINI, 2012). Através deste valor, pode-se definir um valor mínimo de retorno que o empreendimento deve possuir para que este seja viável.

Por fim, outros dois indicadores que permitem realizar esta análise de viabilidade são a rentabilidade e a lucratividade do investimento.

A rentabilidade mede a capacidade da empresa produzir resultados em suas atividades em relação ao ativo. Segundo Rosa (2013), a rentabilidade é um indicador de atratividade de negócios e tem como objetivo medir o retorno do capital investido, podendo ser comparada com índices financeiros praticados no mercado.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100 \quad (4)$$

Para Rosa (2013), a lucratividade é um indicador que mede o lucro líquido em relação ao total de vendas, sendo um dos principais indicadores econômicos. Uma empresa que apresentar uma boa lucratividade irá possuir maior competitividade, pois permitirá um maior investimentos em ações que promovem a empresa.

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} \times 100 \quad (5)$$

Após as análises econômica-financeira, o empreendedor deve simular valores e situações diversas para a empresa, formulando cenários pessimistas, onde a empresa apresenta queda nas vendas ou aumento dos custos, e cenários otimistas, com o crescimento do faturamento e redução das despesas. A partir da identificação destes diversos cenários e avaliação do comportamento da empresa em cada um deles, é possível formular ações que permitam reduzir as chances dos cenários pessimistas e aumentar os otimistas. (ROSA, 2013).

Para Wildauer (2010), a criação de cenários é importante pois descreve o futuro da empresa, podendo oferecer, em sua apresentação, alternativas para a tomada de decisão, além da possibilidade da realização de uma análise e estudo baseados em indicadores e parâmetros que são contemplados nos cenários estabelecidos, objetivando a minimização dos graus de incerteza que envolvem as decisões.

3. Metodologia

De acordo com Silva e Menezes (2005), a natureza da pesquisa proposta é classificada como uma pesquisa aplicada, uma vez que gera conhecimento para a aplicação prática e solução de problemas que envolvem interesses reais. Em relação a abordagem, a pesquisa em questão é considerada como qualitativa e quantitativa, uma vez que a abordagem qualitativa reúne opiniões e costumes da população estudada, enquanto a abordagem quantitativa transforma as informações e opiniões em números para uma análise e interpretação. Do ponto de vista dos objetivos, a pesquisa se caracteriza como pesquisa exploratória-descritiva, uma vez que busca proporcionar uma maior proximidade com o tema de forma a permitir a criação de hipóteses, além de descrever as características dos processos e as suas variáveis, envolvendo técnicas de coleta de dados e levantamento de dados. Quanto ao ponto de vista dos procedimentos, o trabalho é um estudo de caso, pois envolve um estudo profundo que permite detalhado conhecimento.

O trabalho pode ser dividido em duas grandes etapas:

a) Revisão bibliográfica: foi realizada através de pesquisas bibliográficas dos assuntos relacionados em artigos científicos publicados em eventos e em revistas científicas, assim como em livros que abordam o tema de empreendedorismo e de plano de negócios.

b) Estudo de caso e coleta de dados: foi realizada a aplicação de questionário com possíveis clientes, respondidos de maneira presencial na região central de Presidente Prudente, com o objetivo de identificar as características gerais dos clientes, os interesses e comportamentos destes. Utilizou-se também a observação e pesquisas diretas, auxiliadas pela idealizadora a fim de identificar o contexto, o ambiente em que a empresa está inserida, assim como levantar os dados necessários para a realização da análise de viabilidade. Para o tratamento dos dados foi utilizado ferramentas computacionais, como por exemplo o Excel, que auxiliou na realização dos cálculos envolvidos na criação e análise de viabilidade do empreendimento em questão.

4. Resultados

4.1. Caracterização do empreendimento

O empreendimento em estudo trata-se de uma loja para comercialização de sapatos do tipo alpargatas. As alpargatas apresentam como características o solado em corda ou de borracha com acabamento em corda e o acabamento feito em lona. Alguns modelos mais modernos possuem acabamento em outros tecidos, o que passou a garantir uma maior variedade de modelos. A alpargata é um modelo de sapatos que pode ser utilizado pelo público masculino e feminino. O objetivo da idealizadora do empreendimento é comercializar os modelos tradicionais de alpargatas e também os modelos mais modernos, como por exemplo os modelos de alpargatas com características de sandália e os modelos com acabamento em diferentes tecidos.

Além da comercialização de alpargatas, estuda-se a hipótese de comercializar acessórios para o público feminino dependendo da aceitação e procura dos clientes. Os acessórios que serão comercializados são colares e brincos.

Os produtos comercializados serão entregues pessoalmente ao cliente no local de funcionamento da loja, portanto, o cliente deve se deslocar até a empresa para poder efetuar a compra. Através da página da loja nas redes sociais será possível que o cliente se comunique com os atendentes e fique sabendo sobre a disponibilidade de produtos, de promoções realizadas e de possíveis eventos que poderão ser realizados visando atrair e fidelizar os clientes da loja.

4.2. Público alvo

O público alvo que a empresa busca é formado por homens e mulheres, com idade a partir de 16 anos, moradores das cidades da região de Presidente Prudente, que possuem o costume de realizar compras de calçados em lojas físicas.

Para determinar a amostra que deveria ser analisada nesta pesquisa afim de obter resultados confiáveis, utilizou-se a Teoria do Limite Central, de acordo com Mattar (2005), onde o nível de confiança adotado foi de 95%, sendo que o valor correspondido na tabela normal é 2,00. O percentual de erro estipulado para a pesquisa foi de 5%, para mais ou para menos. Como a aplicação da pesquisa foi realizada em uma população heterogênea, considerando pessoas de diferentes idades, gêneros e culturas foi utilizado o “*Split*” de 50/50, ou seja, a probabilidade de que as fontes possuem informações e conhecimentos necessários para a realização da pesquisa é de 50% (0,5), assim como a probabilidade destas fontes não terem as informações e conhecimentos também é de 50% (0,5).

Desta forma, o tamanho da amostra da pesquisa é dado por:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{e^2} \quad (6)$$

$$n = \frac{2^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2} = 400 \text{ questionários}$$

Onde:

- n = Tamanho da amostra;
- Z = Valor da ordenada na curva normal padronizada referente ao nível de confiança da pesquisa;
- P e Q = Probabilidade de ocorrência ou não ocorrência de um fato;
- e = Erro amostral admitido.

Com base nos cálculos, foram aplicados no total 435 questionários, onde os principais resultados são os seguintes:

a) Sexo dos entrevistados:

Gráfico 3 – Sexo dos entrevistados



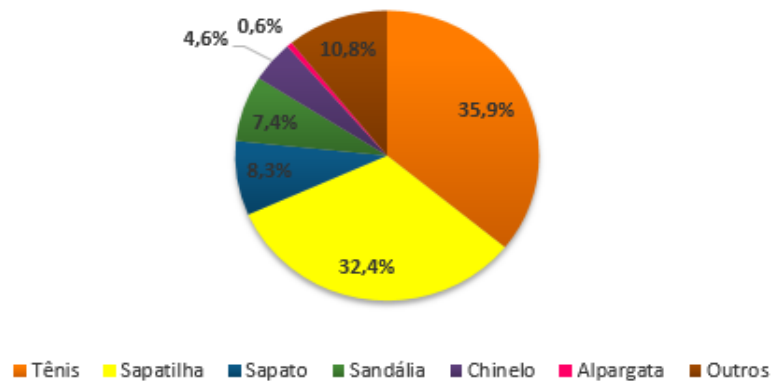
Fonte: Pesquisa de campo (2017)

Conforme descreve o Gráfico 3, o sexo feminino corresponde a 64% dos entrevistados e 36% são do sexo masculino.

b) Tipo de calçado mais utilizado

Gráfico 4 - Tipo de calçado mais utilizado

Tipo de Calçado Mais Utilizado

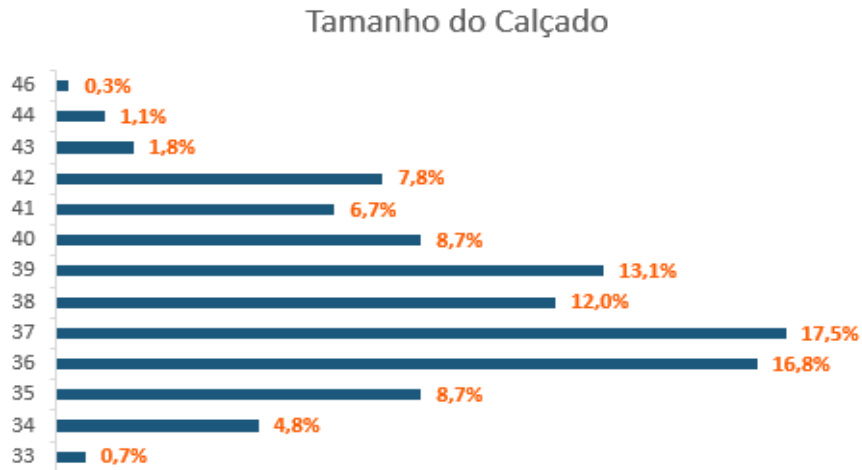


Fonte: Pesquisa de campo (2017)

Os tipos de sapato que se destacam na pesquisa são tênis e sapatilhas, conforme mostra o Gráfico 6, correspondendo a 35,9% e 32,4%, respectivamente. Esta pergunta solicitava que o entrevistado citasse o tipo de sapato mais utilizado e um fato interessante observado é que houveram entrevistados que responderam que o tipo de sapato mais utilizado é a alpargata, que representou 0,6% das respostas.

c) Tamanho do calçado:

Gráfico 5 - Tamanho do calçado

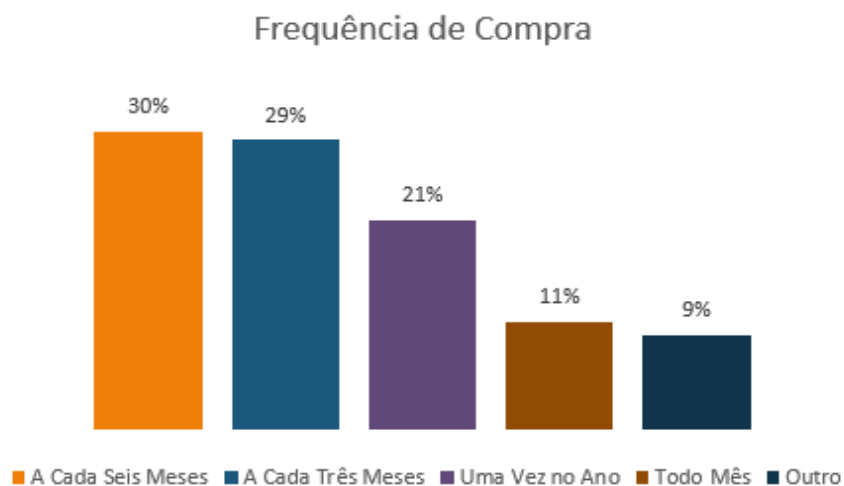


Fonte: Pesquisa de campo (2017)

O Gráfico 5 demonstra que os tamanhos de calçados que se destacam na população estudada são o tamanho 36 (16,8%), tamanho 37 (17,5%), tamanho 38 (12%) e tamanho 39 (13,1%). Juntos representam 59,4%. Também se destacam os tamanhos 35 (8,7%), 40 (8,7%) e 42 (7,8%).

d) Frequência de compra

Gráfico 6 - Frequência de compra



Fonte: Pesquisa de campo (2017)

As frequências de compras de calçados que mais se destacam são a cada seis meses (30%) e a cada três meses (29%), conforme demonstra o Gráfico 6. Estas informações são importantes para que as estratégias de marketing da empresa possam ser desenvolvidas.

e) Conhecimento do sapato tipo alpargata

Gráfico 7 - Conhece a alpargata

Conhece a Alpargata



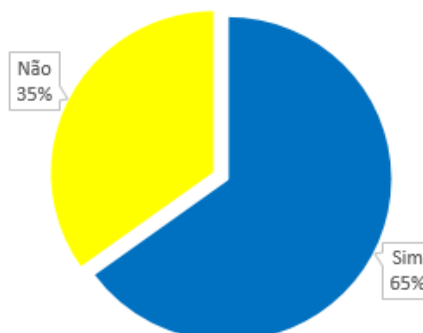
Fonte: Pesquisa de campo (2017)

O Gráfico 7 mostra que 56% dos entrevistados conhecem o que é uma alpargata, enquanto 44% dos entrevistados não conheciam este tipo de sapato apenas pelo nome.

f) Aceitação da alpargata:

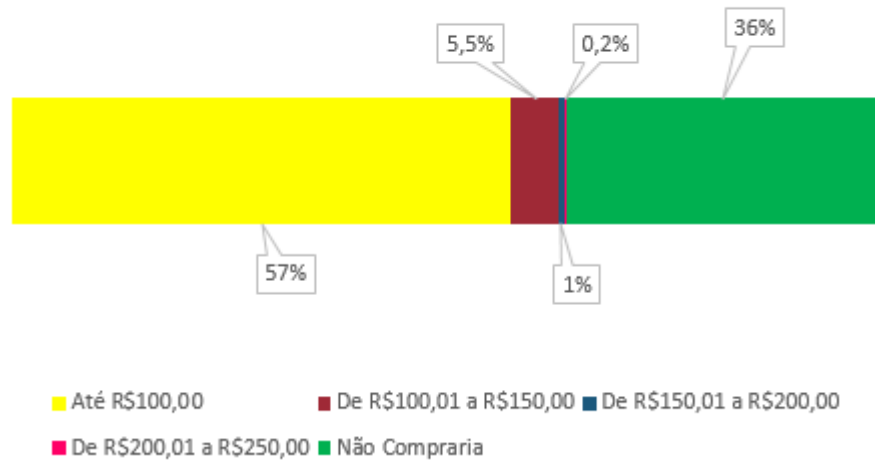
Gráfico 8 - Utilização de alpargatas

Utilização de Alpargatas



Fonte: Pesquisa de campo (2017)

Gráfico 9 - Valor pago em uma alpargata
Valor pago em uma alpargata



Fonte: Pesquisa de campo (2017)

Dos entrevistados, 65% utilizariam e comprariam uma alpargata, conforme mostra o Gráfico 8. O valor mais frequente que os entrevistados estão dispostos a pagar em uma alpargata é de até R\$100,00 (57%), conforme demonstra o Gráfico 9.

4.3. Estimativa de investimentos fixos

O investimento fixo corresponde a todos os bens que devem ser adquiridos a fim de permitir que o negócio possa funcionar de maneira correta.

Tabela 1 - Investimentos fixos

n.	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Balcão caixa	1	R\$ 839,95	R\$ 839,95
2	Araras RT	50	R\$ 7,99	R\$ 399,50
3	Pufe	4	R\$ 92,80	R\$ 371,20
4	Espelho para sapatos	4	R\$ 81,90	R\$ 327,60
5	Espelho de parede	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
6	Máquina de cartão	1	R\$ 838,80	R\$ 838,80
7	Ar Condicionado 1200 btus	1	R\$ 1.649,00	R\$ 1.649,00
8	Computador	1	R\$ 3.500,00	R\$ 3.500,00
Total				R\$ 8.126,05

Fonte: Aatoria própria (2017).

De acordo com a Tabela 1, o investimento fixo do empreendimento é de R\$ 8.126,05. Todos os valores listados foram obtidos através de pesquisas realizadas em fornecedores.

4.4. Capital de giro

O capital de giro compreende ao conjunto de recursos necessários para o funcionamento normal da empresa, sendo composto pelo estoque inicial e pelo caixa mínimo.

Tabela 2 - Capital de Giro

Capital de Giro		
A - Estoque inicial	R\$	26.733,50
B - Caixa mínimo	R\$	42.957,05
Total do Capital de Giro (A + B)	R\$	69.690,55

Fonte: Autoria própria (2017).

De acordo com a Tabela 2, o caixa mínimo para o empreendimento é de R\$ 69.690,55.

Para determinar o valor do estoque inicial, foram selecionados os fornecedores e os modelos de alpargatas que serão comercializados, assim como a quantidade de pares de cada modelo, possibilitando desta forma determinar o valor do estoque inicial da empresa. Para o cálculo do caixa mínimo foi calculado a necessidade líquida de capital de giro em dias, levando em consideração os prazos médios de vendas, compras e estocagem, relacionando estes prazos com o custo total da empresa.

4.5. Investimentos pré-operacionais

Os investimentos pré operacionais estão relacionados aos investimentos que devem ser realizados antes da empresa iniciar suas atividades.

Tabela 3 - Investimentos pré-operacionais

Investimentos Pré-operacionais		
Investimentos	Valor	
Despesas de legalização	R\$	1.000,00
Obras civis e/ou reformas	R\$	8.500,00
Divulgação	R\$	600,00
Cursos e treinamentos	R\$	-
Outras despesas	R\$	-
Total	R\$	10.100,00

Fonte: Autoria própria (2017).

O total de investimentos pré-operacionais do empreendimento em questão é de R\$ 10.100,00, conforme demonstra a Tabela 3.

4.6. Investimento total

O investimento total é resultado da soma dos investimentos listados e calculados anteriormente.

Tabela 4 - Investimento total

Investimento total		
Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(% do Total)
1. Investimentos fixos	R\$ 8.126,05	9,24%
2. Capital de Giro	R\$ 69.690,55	79,27%
3. Investimetnos Pré-Operacionais	R\$ 10.100,00	11,49%
Total (1+2+3)	R\$ 87.916,60	100,00%

Fonte: Autoria própria (2017).

De acordo com a Tabela 4, o investimento total para o empreendimento é de R\$ 84.416,60, sendo a fonte de recursos para pagamento do investimento total composta de 100% de recursos próprios.

4.7. Estimativa de custo de comercialização

Os custos de comercialização envolvem todas as taxas de impostos que são cobrados sobre as vendas, além das taxas cobradas quando se tem o pagamento realizado no cartão de crédito ou débito. O imposto pago pela empresa refere-se ao Simples Nacional, onde a empresa paga uma alíquota de acordo com seu faturamento. Já no caso do pagamento através do cartão de crédito, foi considerado uma taxa média, de acordo com as taxas administrativas cobradas pelas empresas administradoras das bandeiras dos cartões.

Tabela 5 - Estimativa de custos de comercialização

Estimativa do custo de comercialização			
Descrição	(%)	Faturamento Esperado	Custo total
1. Impostos			
Impostos Federais			
SIMPLES	6,84%	R\$ 41.930,07	R\$ 2.868,02
Subtotal 1			R\$ 2.868,02
2. Gastos com venda			
Propaganda		R\$ 41.930,07	R\$ -
Taxa de Administração do cartão de crédito	3,50%	R\$ 37.737,06	R\$ 1.320,80
Subtotal 2			R\$ 1.320,80
Total			R\$ 4.188,81

Fonte: A autoria própria (2017).

A Tabela 5 mostra que o valor mensal estimado para os custos de comercialização é de R\$ 4.188,81.

O faturamento esperado para a empresa foi determinado através do total estimado de vendas, determinado pela pesquisa de campo realizado com os clientes, multiplicado pelo preço sugerido pelos fornecedores, informado no catálogo de vendas, sendo este adotado como preço de venda unitário uma vez que não existe um histórico de informações sobre a receita total, as despesas totais e o total de impostos para poder formular o preço de venda.

4.8. Estimativa dos custos com mão de obra

Os custos com mão de obra envolvem o salário do vendedor e o pró-labore da empresária, juntamente com os encargos trabalhistas e sociais que devem ser recolhidos pela empresa.

Tabela 6 - Estimativa dos custos com mão de obra

Estimativa dos custos com mão de obra								
n.	Função	Nº de empregados	Salário mensal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Vale Transporte	13º Salário e Férias	Total
1	Vendedor	1	R\$ 1.400,00	16,00%	R\$ 224,00	R\$ 105,80	R\$ 252,00	R\$ 1.981,80
2	Administrador	1	R\$ 2.000,00	11,00%	R\$ 220,00	R\$ -	R\$ -	R\$ 2.220,00
Total								R\$ 4.201,80

Fonte: A autoria própria (2017).

De acordo com a Tabela 6, o valor total estimado dos custos com mão de obra, já considerando os encargos que devem ser recolhidos, é de R\$ 4.201,80.

4.9. Estimativa do custo de depreciação

Máquinas, equipamentos e ferramentas se desgastam ao longo do tempo ou podem tornar-se ultrapassados em relação as novas tecnologias, fatos que tornam necessário a reposição destes bens.

Tabela 7 - Estimativa do custo de depreciação

Estimativa do custo de depreciação						
n.	Bens	Valor do bem	Vida útil	Depreciação anual	Depreciação mensal	
1	Balcão caixa	R\$ 839,95	10 anos	R\$ 84,00	R\$	7,00
2	Pufe	R\$ 92,80	5 anos	R\$ 18,56	R\$	1,55
3	Ar condicionado	R\$ 1.649,00	10 anos	R\$ 164,90	R\$	13,74
4	Computador	R\$ 3.500,00	7 anos	R\$ 500,00	R\$	41,67
5	Máquina de cartão	R\$ 838,80	6 anos	R\$ 139,80	R\$	11,65
Total					R\$	75,60

Fonte: Autoria própria (2017).

Conforme a Tabela 7, o custo estimado para a depreciação mensal dos bens é de R\$ 75,60.

4.10. Estimativa dos custos fixos operacionais mensal

Os custos fixos são aqueles que não sofrem variação de acordo com a quantidade de vendas do empreendimento, sendo pagos independente do nível de faturamento da empresa.

Tabela 8 - Estimativa dos custos fixos operacionais

Estimativa dos custos fixos operacionais		
n.	Descrição	Custo Total Mensal
1	Aluguel	R\$ 2.700,00
2	Água	R\$ 70,00
3	Energia elétrica	R\$ 110,00
4	Internet	R\$ 89,90
5	Mensalidade do sistema	R\$ 69,00
6	Salários + encargos	R\$ 4.201,80
7	Despesas escritório	R\$ 468,50
8	Material de limpeza	R\$ 50,00
9	Material de Escritório	R\$ 40,00
10	Depreciação	R\$ 75,60
Total		R\$ 7.874,80

Fonte: Autoria própria (2017).

De acordo com a Tabela 8, temos que os custos fixos operacionais mensais do empreendimento são de R\$ 7.874,80.

4.11. Estimativa dos custos variáveis mensal

Os custos variáveis são aqueles que variam de acordo com o volume de vendas da empresa.

Tabela 9 - Estimativa dos custos variáveis mensais

Custos variáveis mensais		
Descrição		Valor
1. Custo Mercadorias Vendidas	R\$	16.574,42
2. Custos de comercialização	R\$	4.188,81
3. Gastos com vendas	R\$	-
Total	R\$	20.763,23

Fonte: Autoria própria (2017).

A Tabela 9 mostra que os custos variáveis estimados para o empreendimento são de R\$ 20.763,23.

Para determinar o custo de mercadorias vendidas, foi estimado o número de unidades vendidas, através da pesquisa de mercado, que foi multiplicado pelo seu preço de venda unitário, onde o preço de venda utilizado foi o sugerido pelos fornecedores de sapatos.

4.12. Demonstrativo de resultados

Após reunir todas as informações sobre os investimentos necessários, os custos do empreendimento e seu faturamento esperado, é possível prever o resultado da empresa a fim de determinar se o empreendimento irá obter lucro ou prejuízo.

Tabela 10 - Demonstrativo de resultados

Demonstrativo de Resultados		
Descrição		Valor
1. Receita total com vendas	R\$	41.930,07
2. Custos variáveis totais	R\$	20.763,23
3. Margem de contribuição (1 - 2)	R\$	21.166,84
4. Custos fixos totais	R\$	7.874,80
5. Resultado operacional (3 - 4)	R\$	13.292,04

Fonte: Autoria própria (2017).

De acordo com a Tabela 10, o resultado esperado para o empreendimento é de R\$ 13.292,04, isto indica que a empresa opera com lucro.

4.13. Indicadores de viabilidade

4.13.1. Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio determinar quanto o empreendimento precisa faturar para poder cobrir todos os seus custos em um determinado período.

Tabela 11 - Ponto de equilíbrio

Ponto de equilíbrio	
Descrição	Valor
1. Margem de contribuição	R\$ 21.166,84
2. Receita total	R\$ 41.930,07
3. Índice da margem de contribuição (1 ÷ 2)	50,48%
4. Custo fixo	R\$ 7.874,80
5. Ponto de equilíbrio (4 ÷ 3)	R\$ 15.599,45
6. Preço de venda unitário médio	R\$ 151,76
7. Ponto de equilíbrio em unidades (5÷6)	103

Fonte: Autoria própria (2017).

A Tabela 11 apresenta o ponto de equilíbrio calculado para o empreendimento é de R\$ 15.599,45 por mês, o que representa aproximadamente 103 unidades vendidas ao mês.

4.13.2. Payback

O *Payback* indica o tempo que será necessário para que o empreendimento recupere o valor investido.

Tabela 12 - *Payback*

<i>Payback</i>	
Descrição	Valor
1. Lucro líquido mensal (Resultado operacional)	R\$ 13.292,04
2. Investimento total	R\$ 87.916,60
3. <i>Payback</i> (2 ÷ 1)	6,61 (meses)

Fonte: Autoria própria (2017).

O *Payback*, ou prazo de retorno, para o empreendimento é de 6,61 meses, conforme demonstra a Tabela 12. Isso significa que o prazo para o retorno do investimento não é um prazo alto, porém não é um fator que diminui o risco deste investimento.

4.13.3. Valor presente líquido (VPL)

O valor presente líquido (VPL) é utilizado para analisar a viabilidade de um investimento uma vez que identifica o valor presente de uma série de pagamentos futuros descontando uma taxa de juros de capital determinada.

Para o cálculo do valor presente líquido, utilizou-se como taxa de juros o valor de rendimento de 0,82% ao mês referente à um investimento que a idealizadora do empreendimento já possui.

Tabela 13 - Valor presente líquido (VPL)

Valor presente líquido (VPL)								
Período	Investimento	Entrada de caixa		Saída de caixa		Fluxo de caixa		Fluxo de caixa acumulado
0	R\$ 87.916,60			-R\$ 87.916,60		-R\$ 87.916,60		R\$ 87.916,60
1		R\$ 41.930,07	R\$ 28.638,03		R\$ 13.292,04		-R\$	R\$ 74.624,56
2		R\$ 43.930,47	R\$ 29.688,55		R\$ 14.241,92		-R\$	R\$ 60.382,65
3		R\$ 45.573,17	R\$ 30.539,48		R\$ 15.033,69		-R\$	R\$ 45.348,96
4		R\$ 41.930,07	R\$ 29.601,18		R\$ 12.328,89		-R\$	R\$ 33.020,07
5		R\$ 45.748,97	R\$ 30.590,10		R\$ 15.158,87		-R\$	R\$ 17.861,20
6		R\$ 49.142,77	R\$ 32.337,98		R\$ 16.804,79		-R\$	R\$ 1.056,42
7		R\$ 48.355,97	R\$ 31.990,05		R\$ 16.365,92		R\$	R\$ 15.309,50
8		R\$ 48.876,18	R\$ 32.153,34		R\$ 16.722,84		R\$	R\$ 32.032,34
9		R\$ 37.471,63	R\$ 26.413,90		R\$ 11.057,73		R\$	R\$ 43.090,07
10		R\$ 45.130,75	R\$ 30.172,68		R\$ 14.958,07		R\$	R\$ 58.048,14
11		R\$ 39.495,67	R\$ 27.528,00		R\$ 11.967,67		R\$	R\$ 70.015,82
12		R\$ 51.698,73	R\$ 33.632,03		R\$ 18.066,70		R\$	R\$ 88.082,51
VPL								R\$ 78.293,23

Fonte: Autoria própria (2017).

De acordo com a Tabela 13, o valor presente líquido para o empreendimento em questão é de R\$ 78.293,23. Este valor indicar um investimento viável.

4.13.4. Taxa interna de retorno (TIR)

A taxa interna de retorno identifica o potencial de retorno que o investimento realizado é capaz de proporcionar ao empreendedor.

Tabela 14 - Taxa interna de retorno (TIR)

Taxa Interna de Retorno (TIR)			
Periodo	Fluxo de caixa	Fluxo de caixa acumulado	
0	-R\$ 84.416,60	-R\$	84.416,60
1	R\$ 13.292,04	-R\$	71.124,56
2	R\$ 14.241,92	-R\$	56.882,65
3	R\$ 15.033,69	-R\$	41.848,96
4	R\$ 12.328,89	-R\$	29.520,07
5	R\$ 15.158,87	-R\$	14.361,20
6	R\$ 16.804,79	R\$	2.443,58
7	R\$ 16.365,92	R\$	18.809,50
8	R\$ 16.722,84	R\$	32.032,34
9	R\$ 11.057,73	R\$	43.090,07
10	R\$ 14.958,07	R\$	58.048,14
11	R\$ 11.967,67	R\$	70.015,82
12	R\$ 18.066,70	R\$	88.082,51
TIR			13,36% ao mês

Fonte: Autoria própria (2017).

A Tabela 14 demonstra que a taxa interna de retorno do empreendimento em questão é de 13,36% ao mês, representando um valor favorável ao investimento.

4.13.5. Custo de oportunidade

O custo de oportunidade representa o retorno que o valor investido traria se fosse aplicado em outra aplicação. Para este estudo, utilizou-se o investimento que a empreendedora já possui para poder comparar o resultado com o valor da TIR do empreendimento desejado.

Tabela 15 - Custo de oportunidade

Custo de oportunidade		
Período	Valor do Investimento	
0	R\$	87.916,60
1	R\$	88.637,52
2	R\$	89.364,34
3	R\$	90.097,13
4	R\$	90.835,93
5	R\$	91.580,78
6	R\$	92.331,75
7	R\$	93.088,87
8	R\$	93.852,19
9	R\$	94.621,78
10	R\$	95.397,68
11	R\$	96.179,94
12	R\$	96.968,62
Taxa		0,82%
Ganho (R\$)	R\$	9.052,02
Ganho (%)		10,30%

Fonte: A autoria própria (2017)

A Tabela 15 indica que o percentual de retorno do investimento que a idealizadora já possui é de 10,30% em um ano. Comparando este percentual com a TIR do empreendimento temos que o valor mensal estimado para a TIR é maior do que o ganho anual com o investimento que a empresária já possui.

4.13.6. Rentabilidade

Trata-se de um indicador que informa o retorno do capital investido ao empreendedor, sendo representado pela porcentagem do capital investido que retorna em forma de lucro em um período de tempo.

Tabela 16- Rentabilidade

Rentabilidade	
Descrição	Valor
1. Lucro líquido (Resultado operacional)	R\$ 13.292,04
2. Investimento total	R\$ 87.916,60
3. Rentabilidade (1 ÷ 2)	15,12% ao mês

Fonte: A autoria própria (2017).

A Tabela 16 demonstra que a rentabilidade do negócio em questão é de 15,12% ao mês.

4.13.7. Lucratividade

É um indicador que demonstra o lucro líquido obtido em relação às vendas. Quanto maior for este índice, maior será a competitividade da empresa, uma vez que quanto maior a lucratividade, mais recursos disponíveis para investimentos terá o empreendimento.

Tabela 17 - Lucratividade

Lucratividade	
Descrição	Valor
1. Lucro líquido	R\$ 13.292,04
2. Receita total	R\$ 41.930,07
3. Rentabilidade (1 ÷ 2)	31,70% ao mês

Fonte: Autoria própria (2017)

De acordo com a Tabela 17, a lucratividade do empreendimento é de 31,70% ao mês.

4.14 Análise de cenários

Com a finalidade de estudar o comportamento do empreendimento de acordo com cenários distintos do cenário estimado no plano de negócios, foram criados dois novos cenários, sendo um deles pessimista, onde o número de vendas caiu em cerca de 60%, resultado a partir do qual a empresa passa a sofrer prejuízo, e outro otimista, onde as vendas tiveram um aumento de 25%, sendo este percentual um valor estimado para o aumento das vendas após o primeiro mês de operação do empreendimento.

Para o cálculo do resultado obtido nestes cenários foram utilizadas as tabelas apresentadas anteriormente. A Tabela 18 apresenta três cenários: provável, pesimista e otimista.

Tabela 18 - Cenários possíveis

Descrição	Cenário Provável		Cenário Pessimista		Cenário Otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	R\$ 41.930,07	100,00%	R\$ 14.301,99	100%	R\$ 51.757,86	100%
2. Custos variáveis totais						
(-) Custos das mercadorias vendidas	R\$ 16.574,42		R\$ 5.836,02		R\$ 20.499,18	
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 4.188,81		R\$ 1.428,77		R\$ 5.170,61	
(-) Gastos com vendas	R\$ -		R\$ -		R\$ -	
Subtotal 2	R\$ 20.763,23	49,52%	R\$ 7.264,79	50,80%	R\$ 25.669,79	49,60%
3. Margem de contribuição (1 - 2)	R\$ 21.166,84		R\$ 7.037,20		R\$ 26.088,07	
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 7.874,80	18,78%	R\$ 7.874,80	55,06%	R\$ 7.874,80	15,21%
5. Lucro/Prejuízo Operacional (3 - 4)	R\$ 13.292,04	31,70%	-R\$ 837,60	-5,86%	R\$ 18.213,27	35,19%

Fonte: Autoria própria (2017)

A Tabela 18 apresenta os resultados obtidos nos diferentes cenários. Com esta análise é possível planejar ações que permitam otimizar as chances de ocorrência do cenário otimista e minimizar as chances de ocorrência do cenário pessimista.

Quando a empresa estiver apresentando características de um cenário pessimista, as possíveis ações podem ser realizadas:

- Realizar promoções, buscando aumentar as vendas;
- Realizar sorteios e eventos buscando atrair novos clientes;
- Aumento da divulgação da loja e dos produtos nas redes sociais.

No caso de um cenário otimista, as ações que podem ser praticadas para melhorar ainda mais o resultado são:

- Divulgação da loja em novas mídias, por exemplo rádio e televisão;
- Realizar sorteios, com a finalidade de fidelizar os clientes;
- Estender o horário de atendimento a fim de aumentar as vendas fora do horário comercial.

5. Conclusão

No presente trabalho foi realizado um estudo com a finalidade de estudar a viabilidade da abertura de uma loja de sapatos do tipo alpargatas na região central de Presidente Prudente – SP. Para tanto, foram delimitados objetivos específicos que quando respondidos, trouxeram uma resposta e avaliação final.

A pesquisa de campo realizado com os possíveis clientes trouxe resultados favoráveis para o empreendimento, uma vez que quando perguntados se utilizariam uma alpargata, 65% dos entrevistados responderam positivamente. Este fato, juntamente com a dificuldade para se encontrar sapatos do tipo alpargatas nas lojas da cidade motivam a abertura do empreendimento, apresentando grandes chances de sucesso.

O investimento necessário para a abertura do empreendimento foi determinado e o valor obtido foi de R\$ 87.916,00, que caracteriza-se por ser um investimento relativamente alto. Além do investimento, foram estimados os custos mensais para o empreendimento, assim como uma previsão de faturamento baseado na pesquisa de campo. Com as informações do

faturamento e dos custos, foi possível identificar o resultado previsto para o empreendimento, sendo este positivo com um lucro previsto de R\$ 13.292,04.

Com base nas informações do investimentos e custos, foi possível calcular os indicadores de viabilidade para este investimento. O resultado obtido por estes indicadores foram todos positivos, porém este fato não o torna menos arriscado, uma vez que temos um cenário de crise econômica e o investimento é alto.

O prazo de retorno do investimento é de 6,61 meses, ou aproximadamente 6 meses e 19 dias. O índice de rentabilidade encontrado foi de 15,12% ao mês e o de lucratividade foi de 31,70% ao mês, estes resultados são bem favoráveis, uma vez que quanto maior a lucratividade do empreendimento, mais capital para investimentos se tem, melhorando a competitividade da empresa, enquanto a rentabilidade informa o percentual de retorno do investimento para o empresário.

Outros indicadores de viabilidade calculados foram o valor presente líquido, a taxa interna de retorno e o custo de oportunidade. O valor presente líquido do empreendimento, calculado de acordo com os resultados estimados para o funcionamento do empreendimento durante um ano, é de R\$ 78.293,23 o que representa um investimento economicamente viável por apresentar valor maior que zero. A taxa interna de retorno calculada é de 13,36% ao mês. O custo de oportunidade calculado com base em um investimento que a idealizadora já possui, apresenta um rendimento de 10,30% no mesmo período de 12 meses analisados. Comparando o custo de oportunidade com a taxa interna de retorno, temos que o valor estimado para o retorno mensal do empreendimento é maior do que o valor de retorno anual do investimento que a idealizadora já possui, o que indica a maior atratividade para a realização deste investimento.

Com base nestas informações, temos que o empreendimento mostra-se viável, mas exige mercado, público e fornecedores parceiros. A proposta de uma loja somente para comercialização de alpargatas é inovadora para a região, mas deve-se ter cuidado e sempre se atentar com as variações do mercado e ter planos de ações a fim de permitir adaptações, caso sejam necessárias.

Um plano de ação determinado, afim de reduzir o risco de fracasso do investimento, foi a possibilidade de começar o empreendimento com uma estrutura de comércio eletrônico, onde os produtos seriam divulgados em redes sociais ou em sites de comércio eletrônico, que hospedam lojas virtuais sem custos para este serviço, e os produtos vendidos seriam entregues pela empresária, caso o comprador residir na cidade, ou seria enviado pelo correio. Este empreendimento se enquadraria como um microempresário individual, o que gera menos

investimentos e burocracia em sua abertura e regularização e serviria para a empresaria conhecer o mercado de sapatos na região e ir criando uma cartela de clientes que podem a ser futuros clientes da loja física.

Referências

ADAIME, Felipe. **Aplicação do “Ponto de Equilíbrio” na Advocacia.** Blog Finanças na Advocacia em 01/12/2011. Disponível em: <<http://financasnaadvocaciaadnilson.blogspot.com.br/2011/12/aplicacao-do-ponto-de-equilibrio-na.html>>. Acesso em: 11 jul. 2017.

BLANK, Leland; TARQUIN, Anthony. **Engenharia Econômica.** 6. ed. São Paulo: Mc Grawhill, 2007

CIELO, Ivanete Daga; MERCADANTE, Ricardo; SILVA, Fabiana Severo da; RODRIGUES, Katia Fabiane; FRANZ, Ana Caroline; HAHN, Patricia; BUENO, Sandra Regina Kchesinsli. **Plano de Negócios – planejando o seu negócio.** Projeto Gerart IV. 2009. Disponível em: <<http://projetos.unioeste.br/projetos/gerart/apostilas/apostila4.pdf>>. Acesso em: 27 mai. 2017

COELHO, Artur da Silva. **Gestão de Projetos.** Curitiba: Ayamará, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito Empreendedor,** 2ed. São Paulo, Saraiva – 2007.

ENDEAVOR Brasil. **Empreendedores Brasileiro: Perfis e Percepções.** 2013. Disponível em <<http://info.endeavor.org.br/relatorio-empreendedores-brasileiros-perfis>>. Acesso em 16 mai. 2017.

FREITAS, S. C.; SANTOS, L. P. G.; SANTOS, S. de J. **A Relevância do Plano de Negócio e das Informações Contábeis para o Sucesso da Micro e Pequena Empresa: Um Estudo Exploratório na Cidade do Salvador/Bahia.** XXXI Encontro da ANPAD: Rio de Janeiro – RJ, 2007. Disponível em <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/CON-B1243.pdf>>. Acesso em: 14 ago. 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2016.** 2016. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>>. Acesso em 27 mai. 2017.

GREATTI, Ligia. **O Uso do Plano de Negócios como Instrumento de Análise Comparativa das Trajetórias de Sucesso e de Fracasso Empresarial.** Encontro da ANPAD: Curitiba - PR, 2004. Disponível em <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2004-ece-2007.pdf>> Acesso em: 10 ago. 2017.

KLANN, R. C.; TOMASI, G.; BEUREN, I. M. **Análise de Viabilidade de Instalação de Kit GNV em Veículos com a utilização do Valor Presente Líquido e Taxa Interna de Retorno: Um Estudo multi-casos.** XIV Congresso Brasileiro de Custos : João Pessoa - PB, 2007. Disponível em <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/viewFile/1564/1564>>. Acesso em: 14 ago. 2017.

KREUZ, Carlos Leomar; CUNHA, Sieglind Kindl da; SOUZA, Alceu; PERFEITO, Juarez. Indicadores de viabilidade e estratégias competitivas: O caso de produtores de alho na região de Curitibaanos – SC. **Revista Alcance,** Itajaí, SC. v 12, n. 2, p. 269 – 283, mai./ago., 2005.

LIZOTE, S. A.; ANDRADE, D. A.; SILVA, F.; PEREIRA, R. S.; PEREIRA, W. S. **Análise de investimentos: Um estudo aplicado em uma empresa do ramo alimentício.** XI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia: Resende – RJ, 2014. Disponível em <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/1220115.pdf>>. Acesso em: 14 ago. 2017.

MACHADO, P. P.; FERNANDES, L. A. **Análise do ponto de equilíbrio de uma rede de supermercados.** VII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia: Resende – RJ, 2010. Disponível em <

http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos10/303_analise%20do%20ponto%20de%20equilibrio.pdf >. Acesso em: 16 ago. 2017.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento**. Vol. 1, 5 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos: Análise e Gestão**. 3 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

NOGUEIRA, C. R. A. T.; ALMEIDA, M. R. A. **Plano de negócios e Planejamento Estratégico: Ferramentas que geram vantagem competitiva. Uma abordagem sobre o BSC enquanto ferramenta estratégica aplicada à Escola do Design**. VIII Convibra Administração – Congresso Virtual Brasileiro de Administração. 2011. Disponível em <http://www.convibra.org/upload/paper/adm/adm_2710.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2017.

ROVEDA, Vinicius. **As vantagens do Empreendedorismo no Brasil**. Blog Conta Azul em 15/05/2016. Disponível em <<https://blog.contaazul.com/infografico-empreendedorismo-brasil/>>. Acesso em: 16 mai. 2017.

ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócios**. Sebrae, Brasília, 2013.

SAMANEZ, Carlos Patrício. **Matemática financeira**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

SEBRAE. **Sobrevivência das Empresas no Brasil**. Brasília, 2016. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-relatorio-2016.pdf>>. Acesso em 27 mai. 2017.

SEBRAE – SP. **Causa Mortis: O Sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros 5 anos de vida**. São Paulo, 2014. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/causa_mortis_2014.pdf>. Acesso em 24 mai. 2017.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. Florianópolis, 2005. 139 p. Disponível em: <https://projetos.inf.ufsc.br/arquivos/Metodologia_de_pesquisa_e_elaboracao_de_teses_e_dissertacoes_4ed.pdf>. Acesso em: 21 mai. 2017

WILDAUER, Egon Walter. **Plano de Negócio: elementos constitutivos e processo de elaboração**. Curitiba: IBPEX, 2010.