



Análise de Viabilidade Econômica de Negócios: Um Estudo de Correlações de Trabalhos de Graduação

Pablo Luiz Martins

pablo@ufs.edu.br

UFSJ

Fabiana Aparecida Dias

fabianaskf@hotmail.com

UFSJ

Letícia Pinheiro Malta

leticia.malta18@yahoo.com.br

UFSJ

Polyana de Almeida Firmino

polyanaalmeida3@gmail.com

UFSJ

Erika Loureiro Borba

erikaloureiro.borba@gmail.com

UFSJ

Resumo:: A busca pelo empreendimento mais rentável está cada vez mais crescente no mundo globalizado, apesar do atual cenário econômico instável, principalmente no Brasil. Isso porque, o fato de haver incertezas não necessariamente significa que se deva retroceder ou que não se possa pensar em expandir um negócio ou até mesmo abrir um negócio. No entanto, para que as oportunidades sejam aproveitadas eximamente, é preciso analisar criteriosamente o mercado no qual deseja-se inserir um negócio e para tanto, identificar qual a melhor forma de se preparar para obter maior segurança neste ou até mesmo em empresas consolidadas. Um estudo de viabilidade econômica em que se busca avaliar a aplicabilidade do negócio e obter uma projeção do seu comportamento frente ao mercado se faz necessário. Nesse contexto, o artigo tem como objetivo apresentar uma noção geral acerca do que se trata uma análise de viabilidade econômica de um negócio, por que e como fazer, seus pontos importantes, juntamente com a apresentação de três negócios distintos e de localizações distintas, e a correlação existente entre essas análises. A metodologia utilizada é de cunho exploratório, e conta com a utilização de fontes secundárias baseadas em dados reais. Dessa forma, os resultados dessas análises mostram como pode ser viável a abertura de um empreendimento, mediante o seu planejamento, suas estratégias e objetivos traçados e prazos antes mesmo de iniciá-lo.

Palavras Chave: Economia - Empreendedorismo - Viabilidade - Trabalhos Corelatos - Planejamento



1. INTRODUÇÃO

Para o atual cenário econômico com que nos deparamos percebe-se que diversos países encontram-se em uma fase delicada, entre eles está o Brasil, que possui um cenário ainda mais agravante no que diz respeito a instabilidades, relativo à esfera política, fazendo com que em ambas as situações ocorram uma sensação de insegurança no que diz respeito a enfrentar riscos seja nos novos negócios ou negócios já consolidados.

Felizmente, apesar das muitas dificuldades e processos burocráticos, o Brasil, encontra-se em 5º lugar na lista de 15 países, de um estudo elaborado pela startup Expert Market, baseada no Texas (EUA), e publicado recentemente na Fast Company, que teve por objetivo descobrir quais são os países com os empreendedores "mais determinados do mundo". (CANALTECH, 2019).

Os motivos pelos quais os brasileiros se sentem estimulados a buscarem satisfazer seus objetivos mostram que, [...] a abertura do próprio negócio além da independência financeira, segundo Hisrich e Peters (2005), pode levar a realização profissional e pessoal ao permitir que as pessoas inovem e infiram na orientação e na evolução do empreendimento. (SILVA; PARIZZI, 2015, p. 3).

No entanto, é necessário que estes profissionais, tanto os novos empreendedores, quanto os que já possuem experiências frente ao mercado, estejam preparados para enfrentarem as dificuldades advindas de má gestão, mau planejamento, perante os concorrentes mais bem preparados, para que dessa forma, não cheguem a decretarem falência e posteriormente fechem suas portas, como se verifica pelo índice de 46% de empresas no Brasil que fecham suas portas depois de três anos conforme apresenta pesquisa do IBGE.

Percebe-se nesse momento, que a atividade empreendedora que leva ao sucesso, possui alguns riscos associados. Uma possível saída e quantificação para estes riscos está apoiada na pesquisa e no conhecimento científico. O estudo de viabilidade de um projeto é utilizado no sentido de demonstrar ao empreendedor a importância de uma análise que precede a abertura do negócio, onde podem ser levantadas noções de riscos e pontos de sustentabilidade para o negócio. (SILVA; PARIZZI, 2015, p. 3).

Essa pesquisa objetiva proporcionar com fundamento teórico, uma noção geral acerca do que se trata uma análise de viabilidade econômica de um negócio e seus pontos importantes, além de apresentar uma análise correlativa acerca de três negócios e suas respectivas análises de viabilidade. A metodologia científica se faz necessária quando se quer chegar ao fim proposto durante a elaboração do trabalho.

Metodologia científica é o estudo dos métodos ou dos instrumentos necessários para a elaboração de um trabalho científico. É o conjunto de técnicas e processos empregados para a pesquisa e a formulação de uma produção científica. (SILVA, 2017, p. 107).

O formato do presente artigo, é descritivo, baseado em artigos e sites eletrônicos relacionados ao tema e é apresentado com uma introdução inicial, logo após localiza-se o desenvolver do assunto, apresentado o que é a análise de viabilidade econômica, por que e como fazer, seus pontos importantes, seguidos da apresentação prévia das três análises dos negócios e a análise de correlação entre eles, juntamente com a discussão dos resultados, a conclusão e por fim as referências utilizadas.

2. O QUE É UMA ANÁLISE DE VIABILIDADE ECONÔMICA

A análise de viabilidade econômica é um estudo onde é analisado se um possível



investimento é viável. Essa análise busca comparar se os investimentos demandados irão receber o devido retorno para enfim decidir se vale a pena ou não investir.

Ao decidir por empreender em um novo negócio, é importante um prévio planejamento do que vai ser ofertado e da forma como o serviço vai ser apresentado para ter melhor entendimento do público e assim ter sucesso. A ferramenta de análise de viabilidade econômica é necessária nesse processo para diminuir as incertezas e os riscos que na hora de empreender, o conceito da viabilidade deve ser estruturado de acordo com os aspectos estruturais e administrativos da futura empresa para, por fim, encontrar a melhor forma de prestar o serviço.

Esse plano pode ser visto, de certa forma, como uma representação do que é, ou do que pretende ser uma empresa. Tal ferramenta ajuda a pensar em pontos como o futuro do negócio e sua descrição, além de auxiliar o empreendedor na identificação do potencial de sucesso de seu empreendimento, bem como verificar se é realmente possível desenvolver a atividade pretendida. Com a realização das etapas necessárias, onde vários conhecimentos sobre mercado, administração e aspectos financeiros são abordados, é possível criar um planejamento mais robusto, o que aumenta as chances de sucesso (DOLABELA, 2008, p. 108).

Cada negócio possui uma expectativa de retorno diferente. Em outras palavras, se você pretende investir em uma loja online ou em uma empresa de serviços de comunicação, certamente as áreas de atuação apresentarão mercados bem diferenciados, com características e rendimentos próprios. Por isso, é fundamental realizar, antes de tudo, uma pesquisa de mercado para saber exatamente qual é a rentabilidade habitual do negócio. Além disso, pesquisar o público-alvo também é tarefa importante. Por exemplo, se a expectativa é a venda de camisetas em um mercado local para mulheres adultas, é preciso definir qual é o percentual demográfico desse grupo no bairro onde o comércio estará localizado e em bairros adjacentes, obtendo, dessa forma, um número exato que poderá ser trabalhado posteriormente. Quanto mais informações reunir, principalmente da esfera quantitativa, melhor. (DUARTE, 2015).

Assim, a implementação de um novo negócio com utilização dessa ferramenta trará bons resultados na minimização e identificação dos riscos e incertezas presentes neste empreendimento.

A viabilidade financeira tem que ser principalmente bem conduzida e adaptada às necessidades dos clientes. Por isso, é importante contar com a ajuda de profissionais nessa etapa, ou seja, ajuda externa na hora de investigar o mercado e estudar o cliente para melhorar o resultado da análise e ter um retorno positivo para o novo negócio.

2.1 Por que fazer uma análise de viabilidade econômica de um negócio

A ferramenta de análise de viabilidade econômica é de extrema importância devido ao fato de avaliar se um investimento terá retorno ou não para o investidor. Com isso, o empreendedor consegue banir projetos em que não compensará investir e redirecionar seu esforço e dinheiro para projetos mais favoráveis, especialmente quando é necessário optar entre dois ou mais projetos e se tem dinheiro para investir em apenas um.

A ferramenta também permite analisar serviços e produtos, avalia o mercado, rentabilidade real e potencialidades do negócio. Um dos principais focos é a gestão de custo, requisito principal para a manutenção de uma empresa, pois, o lucro real nem sempre está presente na realidade das organizações.

A teoria mostra uma suposição da realidade, porém, cada caso é particular, em que as variáveis de um negócio podem auxiliar no sucesso do negócio ou o contrário. Existem poucos profissionais no mercado brasileiro que conseguem elaborar um projeto de viabilidade econômico alicerçado de informações práticas.



Além disso, essa ferramenta é essencial para estabelecer alguns parâmetros fundamentais para a sustentabilidade do negócio. Por exemplo, os dados obtidos com essa análise permitem definir o preço competitivo do serviço ou produto oferecido pela empresa.

2.2 Como fazer uma análise de viabilidade econômica de um negócio

É preciso seguir alguns passos para fazer uma análise de viabilidade econômica, sendo eles: projeção de receitas, projeção de custos, despesas e investimentos e projeção de fluxo de caixa, ponto de equilíbrio e capital de giro.

Em um estudo de viabilidade econômica financeira, buscamos avaliar a aplicabilidade do negócio e obtemos uma projeção do seu comportamento frente ao mercado. Isso dá uma maior segurança a investimentos, seja em novos empreendimentos ou em empresas consolidadas. Assim, o estudo de viabilidade (EVEF) é capaz de avaliar as condições para que um novo produto, processo ou serviço torne-se lucrativo. Muitas empresas encaram as análises matemáticas de forma estratégica para priorizar quais produtos devem ser lançados e quais áreas têm maior potencial para cada segmento de cliente. (DUARTE, 2015).

Por meio da análise do de viabilidade econômica, é possível identificar quais demandas para o serviço que se pretende oferecer, e para que se tenha uma análise realizada corretamente essa tem que ser muito bem planejada e dividida como esta apresentado abaixo.

2.3 Análise de mercado

No mundo dos negócios, algumas áreas são mais favoráveis para empreender, como manufatura, varejo, atacado, e serviços. Sendo que hoje, pode-se dizer que área de serviços tem crescido a cada dia, não só pela melhor viabilidade, mas também, pela alta taxa de desempregados no Brasil, que, muitas vezes, buscam soluções empreendendo em negócios envolvendo serviços por não exigir grandes investimentos como em outras áreas.

Então, o primeiro ponto a ser analisado, em relação à viabilidade de um negócio, é identificar a oportunidade presente. Isso está relacionado diretamente ao mercado, aos produtos, e aos tipos de serviços já oferecidos, ou não, em um dado setor. Desta forma, é possível iniciar uma análise e apontar as oportunidades reais e a forma de lucrar com elas.

De acordo com Chiavenato (2007, p. 66) uma pesquisa desenvolvida pela The NFIB Foundation apontou que a experiência pessoal, os hobbies, descobertas acidentais e uma busca deliberada são as maiores fontes de criação de novos negócios. Desta forma, levando em conta essas fontes é preciso avaliar bem se a ideia inicial é adequada ao panorama que o empreendedor se encontra, pois nem sempre uma oportunidade de negócio é compatível com realidade.

Desse modo, a análise de mercado é realizada para identificar as oportunidades a serem explorados, os produtos e serviços dos concorrentes, os possíveis clientes, os fornecedores, os maiores concorrentes, os pontos fortes para traçar o plano de marketing, entre outros.

O estudo do mercado, ou pesquisa de mercado, é o levantamento e a investigação dos fenômenos que ocorrem no processo de trocas e de intercâmbios de mercadorias do produtor ao consumidor. Representa a coleta de informações úteis para que se possa conhecer o mercado, seja para comprar matérias-primas ou mercadorias, seja para vender produtos/serviços. (CHIAVENATO, 2007, p. 75)

Todo tipo de negócio lida com informações e precisa delas pra planejar o início, a manutenção e expansão de um negócio. O mercado funciona baseado em oferta e demanda, e não necessariamente isso funciona em harmonia, é preciso identificar alguns aspectos e estabelecer estratégias quanto a isso.

Uma estratégia para minimizar a probabilidade de insucesso é investir em negócios que possuem um forte diferencial competitivo, oferecem serviços pioneiros e requerem um mínimo de capital. Como diz o diretor presidente do Sebrae, Sérgio



Moreira, não importa o cenário. Com estabilidade ou turbulência, o que se exige do empreendedor é ter foco no mercado e possuir capacidade gerencial. Ele ainda complementa que, em primeiro lugar, o empreendedor precisa saber o que e para quem vender; antes de montar o negócio, é vital mapear e ter o perfil do comprador, ou seja, enxergar a clientela. Em segundo lugar, saber administrar; não adianta ter um bom produto/serviço se não existe planejamento das operações e controle dos custos. Em terceiro lugar, ousar; sem criatividade, sem coragem para inovar a empresa não vai para a frente. Finalmente, atuar em rede, cooperar, associar-se para adquirir mais competitividade; o pequeno negócio, hoje, não sobrevive isoladamente. É vital competir e cooperar, cooperar e competir. (CHIAVENATO, 2007, p. 68).

Portanto, analisar o mercado é buscar informações sobre as demandas, ofertas, fraquezas, perspectivas, custos, relacionados ao mercado consumidor, o mercado concorrente e do mercado fornecedor. Estudar o mercado é saber de forma mais detalhada as necessidades do público alvo (ou possível público alvo), ter conhecimento das características particulares de seus concorrentes e saber o melhor custo e qualidade para comprar produtos/serviços. Quanto maior e mais detalhadamente possível for o número de informações levantadas, melhor será a visão sobre o panorama do futuro do empreendimento.

2.4 Receitas e Despesas

Um empreendimento, independentemente de suas especificações, necessita de recursos financeiros para se desenvolver. E ainda, a maioria, das organizações possui como objetivo final o lucro, e esse lucro está diretamente ligado ao saldo entre receitas e despesas que são realizadas. Independente das finalidades da organização é imprescindível o gerenciamento das finanças para o bom andamento do negócio.

Devido a isso, após a análise de mercado, há a necessidade de se estudar a parte financeira de um futuro empreendimento. Sendo assim, a contabilidade tem um papel importantíssimo nesse processo, pois será a ferramenta principal para dimensionar a viabilidade de um negócio e a tomada de decisões de um empreendedor.

A análise da viabilidade econômica ou financeira tem alguns pontos em comum independente do mercado a ser analisado, mas elas variam conforme a necessidade do empreendedor em obter informações a respeito do negócio que irá iniciar. Sendo assim, alguns indicadores mais analisados são: Projeção de receitas; Projeção de custos, despesas e investimentos; Projeção de fluxos de caixa; Taxa mínima de atratividade; Valor presente líquido; Taxa interna de retorno; e Payback. Informações contábeis essas que serão apresentadas posteriormente através dos estudos de casos analisados e correlacionados.

2.5 Ponto de equilíbrio

Os empreendedores visando investir ou iniciar um negócio, necessitam tomar suas decisões mediante certa segurança diante de possíveis dificuldades. Para isso é indispensável que se tenham ferramentas que os auxiliem a descobrir quanto necessitam arrecadar para que tenham suas dívidas sanadas e posteriormente lhe restarem seus devidos lucros.

Segundo Brito (2011) o ponto de equilíbrio é um considerável limitador do projeto, uma vez que, alcançar o seu valor traz segurança para a empresa. Para Gomes (2013) o ponto de equilíbrio é o momento em que o lucro é igual a zero, ou seja, quanto menor o ponto de equilíbrio melhor.

Além disso, existe uma fórmula utilizada para se calcular o ponto de equilíbrio do projeto vigente conforme visto na Figura 1.

Figura 1 – Fórmula do ponto de equilíbrio.

$$PE = \frac{CF}{RT - CV} \times 100,$$

onde: PE = ponto de equilíbrio
 RT = receitas totais
 CF = custos fixos
 CV = custos variáveis

Fonte: (Brito, 2011, p. 48)

2.6 Capital de giro

Outro requisito importantíssimo que está diretamente ligado com a análise de viabilidade econômica trata-se do Capital de Giro da empresa. É indispensável, para uma determinada empresa conhecer de onde se obtém esse recurso, atrelado ao fato de que é necessário estar em dia com seus créditos. Além disso, é de suma importância que a empresa consiga detectar em que momento deve-se dimensionar o tamanho da sua necessidade. Segundo Machado (2017), Capital de Giro é o dinheiro necessário em disponibilidade imediata para cumprir com os compromissos financeiros, ou aquele recurso necessário para pagar em dia fornecedores, salários, obrigações sociais, impostos sobre vendas.

A viabilidade para esse caso é evidenciada pelo que se chama de Tesouraria (T) ou Grau de Liquidez da empresa, esta por sua vez recebe várias classificações, conforme mostra o exemplo da Figura 2. Assim, a tesouraria consiste no resultado da diferença entre o Capital de Giro (CDG) e a Necessidade de Capital de Giro, isso porque é ela própria que indicará a situação financeira da empresa.

Figura 2 – Classificações de situação de liquidez.

Estrutura	T = CDG - NCG			Situação de Liquidez
	T	CDG	NCG	
A	Aplicação (+)	Fonte (+)	Fonte (-)	Excelente
B	Aplicação (+)	Fonte (+)	Aplicação (+)	Sólida
C	Fonte (-)	Fonte (+)	Aplicação (+)	Insatisfatória
D	Aplicação (+)	Aplicação (-)	Fonte (-)	Alto Risco
E	Fonte (-)	Aplicação (-)	Fonte (-)	Muito Ruim
F	Fonte (-)	Aplicação (-)	Aplicação (+)	Péssimo

Fonte: (Fleuriet, 2003)

3. 1º ESTUDO DE CASO: ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS: ESTUDO DE CASO DE UM MARKETPLACE DE TATUAGEM

Esse estudo foi realizado por estudante de graduação em Engenharia de Produção, Lucas Fagundes, da Universidade Federal de Ouro Preto, em Minas Gerais. O objetivo geral do autor era criar um Plano de Negócio para determinar a viabilidade de um empreendimento em Marketplace on-line de tatuagem.

O Plano foi composto de oito seções: Sumário Executivo, Análise de Mercado, Plano de Marketing, Plano Operacional, Plano Financeiro, Construção de Cenários, Avaliação Estratégica e Avaliação do Plano.



Sumário Executivo é um resumo do que se trata o negócio, como sua missão e onde o autor traz as principais atividades do site de *Marketplace* de tatuadores e tatuagem, como: o cadastro de tatuadores por estilo e cidade; a busca por esses tatuadores; compra e venda de equipamentos e suprimentos; compra e venda de desenhos e trabalhos de tatuadores; divulgação de marcas e conteúdo.

Em Análise de Mercado foram analisados: Os clientes, abordando a média de quem se tatua, suas preferências, e o público-alvo de interesse; Os concorrentes, em que o autor selecionou três sites e analisou a qualidade de serviço, atendimento, localização, preços e condições de pagamento, e conclui que apesar da concorrência o empreendimento pretendido era mais inovador do que os analisados; E o estudo de fornecedores, que também foram analisados três deles, sob os termos de localização, descrição dos itens, preço, prazo de entrega e condições de pagamento.

O Plano de Marketing é onde o autor traça os produtos que serão vendidos, a definição de preços, estratégias promocionais, estrutura de comercialização localização do negócio. Dentro desse contexto ficou definido: preço de anunciantes, preço dos desenhos, os tipos de promoções, que os canais de vendas seriam todos online, e que a localização do negócio seria a residência do empreendedor (baixo custo para iniciar).

Plano Operacional fica decidido em relação a capacidade de cliente a ser atendido, que “a empresa terá um limite de 20 clientes fornecedores por mês e um total de 200 produtos diferentes a serem divulgados no site por tempo limitado.” (FAGUNDES, 2018, p. 51). Além disso, é traçado o processo operacional da empresa, mostrando como a empresa funcionará diariamente, e a contratação de pessoal, decidindo, por exemplo, que as vendas e relacionamentos seriam feitas por um sócio, e as atividades financeiras e tributárias pelo segundo sócio.

O Plano financeiro é mais detalhado elaborado através de tabelas e gráficos com dados contábeis a respeito de: Investimentos fixos; Investimentos pré-operacionais; Estoque inicial; Faturamento mensal; Projeção de vendas; Custos de comercialização, mão-de-obra, depreciação e fixos; Demonstrativos de resultado; Demonstrativos mensal e anual; Indicadores de viabilidade; e Construções de cenários.

Logo, com o levantamento de informações do Plano financeiro, o autor conclui que,

Os dados do Plano Financeiro confirmaram em partes, pois no cenário provável há déficit, porém em um cenário otimista há maior lucratividade. Os dados trouxeram insuficiência em receitas e custos elevados e, portanto, devem ser reavaliados para que o empreendimento tenha maior viabilidade. (FAGUNDES, 2018, p. 63).

Após a análise desse estudo de caso, pode-se dizer, que utilizar como metodologia o estudo prévio da viabilidade de um negócio para um empreendimento é extremamente eficiente, já que o autor consegue obter várias informações importantes sobre mercado, o financeiro, operacional e as melhores estratégias a serem adotadas, os quais possibilitaram um melhor planejamento das ações futuras. Além disso, deixa recomendações em relação a limitação encontrada ao longo do trabalho desenvolvido, que mostra a eficiência do método no auxílio para novos estudos.

3.1 2º ESTUDO DE CASO: ANÁLISE DE VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE UM SALÃO DE BELEZA INFANTIL NA CIDADE DE JOÃO MONLEVADE (MG)

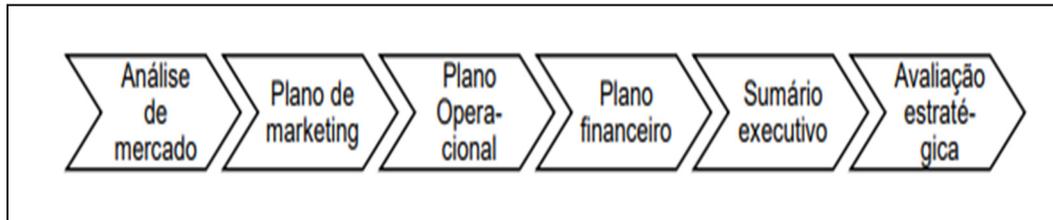
Com a facilidade em empreender nos dias atuais, seja através da análise de viabilidade de mercado ou não, o público infantil vem ganhando forças para o comércio. Isso quer dizer que os pequenos empresários atualmente estão analisando novas tendências para esse mercado,

não mais somente com lojas de brinquedos ou roupas, mas com novas ideias.

Analisando o então projeto de conclusão de curso de Nayara Hellen Fernandes, que elaborou uma análise de viabilidade de implantação de um salão de beleza infantil na cidade de Monlevade (MG), pode-se levantar alguns dados relacionados abaixo:

Para elaboração do plano de negócios de forma coerente, as etapas de construção seguem uma linearidade conforme visto na Figura 3.

Figura 3 – Ordem de construção das partes do plano de negócio.



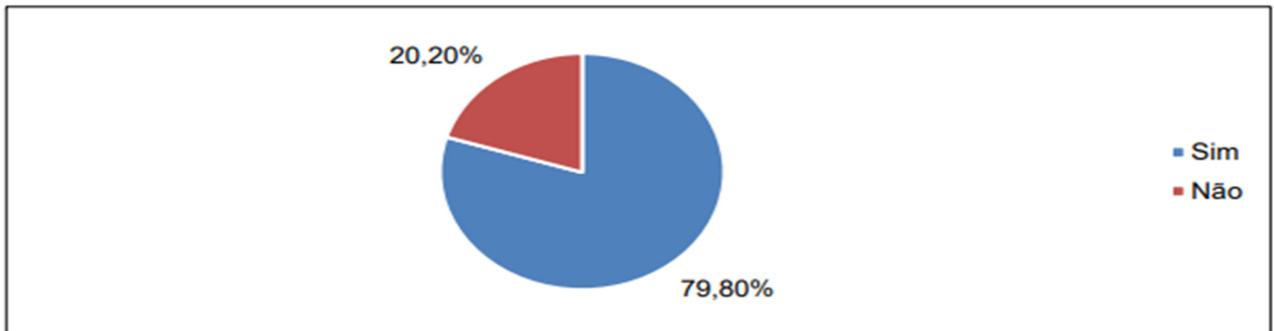
Fonte: (Nayara Hellen Fernandes, 2018, p. 17)

Dessa forma, os resultados obtidos foram:

Por ser uma empresa constituída por uma única pessoa titular do capital social, o empreendimento se enquadra na forma jurídica de Empresa Individual de Responsabilidade Limitada. A empresa conta com capital social no valor de R\$ 54.380,61. Os recursos necessários para abertura do empreendimento serão investidos pela proprietária sem necessidade de empréstimos.

Posteriormente foi realizado a análise de potencial de clientes conforme Figura 4:

Figura 4 – Percentual de clientes que levariam a criança em um salão de beleza.



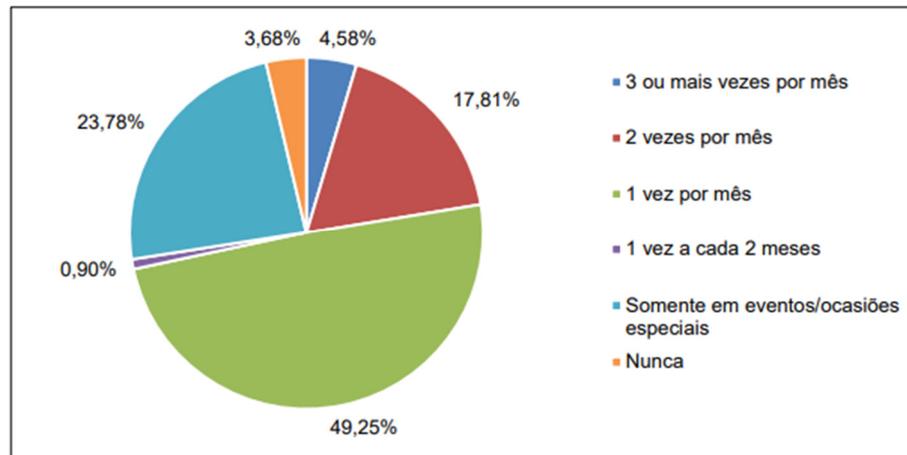
Fonte: (Nayara Hellen Fernandes, 2018, p. 20)

Dessa forma os resultados constatados foram:

Expandindo essa análise dos respondentes que disseram “não”, foi possível ver que, 63,64% das pessoas que assinalaram não, eram de responsáveis por crianças de 10 a 14 anos, enquanto, dentre as pessoas que responderam sim, somente 9,20% eram responsáveis por crianças dessa faixa etária. Isso pode ser um indício de que crianças entre 10 e 14 anos não teriam interesse em frequentar um salão de beleza infantil. Por isso, a faixa etária foco para o salão, que inicialmente seria 0 a 14 anos, foi reduzida para de 0 a 10 anos. Além do interesse pelo serviço, é preciso verificar a frequência de utilização dos serviços de beleza. Tal frequência está apresentada na Figura 6. Pode 79,80% 20,20% Sim Não 21 perceber que a maioria dos respondentes (quase 50%) consomem esses serviços uma vez por mês.

Após a obtenção desses resultados foi feita uma análise relacionada ao percentual de frequência de consumo, conforme pode ser visto na Figura 5.

Figura 5 – Percentual de frequência de consumo.



Fonte: (Nayara Hellen Fernandes, 2018, p. 21)

Após a análise de potencial de clientes foi elaborado um quadro de preços conforme mostra o Quadro 1:

Quadro 1 – Amostra quantitativa de preços pelos serviços prestados.

Serviço	Preço
Corte	R\$ 30,00
Escova	R\$ 25,00
Hidratação	R\$ 40,00
Maquiagem	R\$ 100,00
Penteado	R\$ 180,00

Fonte: (Nayara Hellen Fernandes, 2018, p. 25)

O salão também irá utilizar como estratégia de marketing o “cartão fidelidade”, com o qual a cada 10 serviços de um mesmo tipo oferecido, o cliente ganha um grátis. Também apostaram em sorteios por meio das redes sociais e firmarão parcerias com escolas e demais localidades com público infantil.

Foi realizado também uma análise de necessidade de pessoal, que pode-se observar no Quadro 2.

Quadro 2 – Pesquisa quantidade de funcionários versus função desempenhada.

Função	Quantidade	Atividades a serem realizadas
Cabeleireiro	2	Realizar os serviços oferecidos pelo salão.
Funções administrativas (desempenhadas pela proprietária)	1	Compras, pagamentos, fluxo de caixa, dentre outros.
Recepção (desempenhada pela proprietária)	1	Recepcionar clientes, marcar horários, dentre outros.
Auxiliar geral	1	Limpar instalações e utensílios, organizar brinquedos e separar os utensílios a serem utilizados na realização dos serviços, dentre outros.

Fonte: (Nayara Hellen Fernandes, 2018, p. 32)

Para abertura do salão, será necessário um investimento, o que foi realizado no valor de 14.500,00 como mostrado no Quadro 3, em que verifica-se onde foi investido o dinheiro.



Quadro 3 – Amostra quantitativa de preços pelos serviços prestados.

Descrição do investimento	Valor
Reforma	R\$ 11.100,00
Legalização	R\$ 3.000,00
Marketing inicial	R\$ 400,00
Total	R\$ 14.500,00

Fonte: (Nayara Hellen Fernandes, 2018, p. 33)

Os investimentos fixos totalizam R\$ 22.800,00. Esses investimentos compreendem mobília, equipamentos, utensílios e demais itens conforme listados na Tabela 1.

Tabela 1 – Total de investimentos fixos.

Descrição	Quantidade	Valor total
Armário	2	R\$ 1.500,00
Arquivo	1	R\$ 300,00
Mesa	1	R\$ 500,00
Bancada	3	R\$ 1.000,00
Sofá	3	R\$ 2.500,00
Televisor (32 polegadas)	2	R\$ 2.000,00
Tablet	3	R\$ 1500,00
Notebook	1	R\$ 1.300,00
Cadeira de salão	3	R\$ 1.100,00
Cadeira rodinha	3	R\$ 370,00
Poltrona	2	R\$ 240,00
Espelho de parede	1	R\$ 600,00
Espelho pequeno	2	R\$ 60,00
Lavatório	2	R\$ 1600,00
Micro-ondas	1	R\$ 250,00
Refrigerador	1	R\$ 900,00
Carrinho de apoio	2	R\$ 300,00
Secador	2	R\$ 150,00
Prancha	2	R\$ 100,00
Jogo de pentes	2	R\$ 50,00
Jogo de escovas	2	R\$ 100,00
Impressora	1	R\$ 150,00
Telefone	1	R\$ 40,00
Celular	1	R\$ 300,00
Secador com tripé	1	R\$ 450,00
Ar condicionado (Split)	3	R\$ 1.800,00
Tesoura	2	R\$ 50,00
Prendedores	30	R\$ 45,00
Grampos	5	R\$ 15,00
Brinquedos	-	R\$ 500,00
Toalha	80	R\$ 480,00
Capa para corte	40	R\$ 640,00
Avental	4	R\$ 60,00
Uniforme	8	R\$ 160,00
Cesto para brinquedos	1	R\$ 20,00
Decoração	-	R\$ 1.500,00
Maleta de maquiagens	1	R\$ 170,00
Total		R\$ 22.800,00

Fonte: (Nayara Hellen Fernandes, 2018, p. 34)

Dentre as “forças” do salão, é possível citar a personalização, por ser um serviço destinado a crianças, pensado para lhes proporcionar maior conforto e diversão; o ambiente convidativo, por oferecer brinquedos, jogos e ter a decoração feita com temática infantil e a utilização de produtos próprios para crianças, que pode ser um diferencial devido à preocupação dos pais com a saúde das crianças.

No campo “fraquezas” do salão, é possível citar os seus preços, que são mais altos do que os preços de seus concorrentes. Isso acontece devido aos custos adicionais gerados ao personalizar o serviço e oferecer diversas distrações às crianças. Outra fraqueza é o custo de aluguel, que, embora sendo uma opção atrativa inicialmente devido ao alto custo de comprar um imóvel, representa um grande custo fixo devido à localização escolhida, pois, imóveis localizados no centro (bairro Carneirinhos), tem valores de aluguel mais altos. 48 Como “oportunidades”, o empreendimento aproveita o crescimento do setor e vê nas parcerias a



chance de ampliar sua lista de clientes e, conseqüentemente, aumentar seu faturamento.

Apesar das oportunidades, há também de se enfrentar as “ameaças” do negócio. Identifica-se como ameaças o grande número de concorrentes indiretos. Conforme constatado na análise de mercado, há muitos salões de beleza na cidade e o serviço oferecido pelo estabelecimento é altamente substituível. Conforme descrito, as principais ameaças ao empreendimento estão associadas à concorrência, devido, principalmente, ao preço dos serviços, e ao seu alto grau de substituição. Apesar disso, o empreendimento tem também forças e oportunidades que, se bem aproveitadas, podem superar as ameaças e fraquezas.

3.2 3º ESTUDO DE CASO: PLANO DE NEGÓCIOS DE UMA ACADEMIA DE GINÁSTICA EM CAXIAS DO SUL (RS)

Esse estudo foi realizado por uma estudante de graduação em Ciências Contábeis, Jéssica Machado dos Santos, da Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, para obtenção do Grau de Bacharel para esse curso. O objetivo geral da autora era responder a seguinte questão durante sua pesquisa: de que maneira a elaboração do plano de negócio, através do uso das ferramentas contábeis, pode auxiliar a reduzir os riscos na análise de viabilidade de uma academia de ginástica em Caxias do Sul-RS (SANTOS, 2017, p.7).

O artigo da graduanda foi composto de cinco sessões gerais, com a existência de subdivisões em algumas delas, no qual para este presente artigo, destaca-se as abordagens explanadas na sessão 4, no qual é apresentado o Plano de negócios de uma academia de ginástica em Caxias do Sul – RS, onde a análise de viabilidade econômica e seus pontos relevantes como ponto de equilíbrio, Payback, valor presente líquido e taxa interna de retorno e uma análise dos resultados são apresentados.

Iniciando a sessão encontra-se uma breve introdução acerca do que se trata o negócio, como se deu a sua sociedade, qual será o seu nome, a forma de atendimento e quantidade de alunos atendidos, a forma de treinamento e sua localização na cidade mencionada acima.

No desenvolver do artigo, há ainda uma análise de mercado e competidores, em que se há uma relação dos futuros fornecedores, o público-alvo de interesse, estendido a pessoas físicas de todas as idades. Além disso, a autora selecionou três principais concorrentes e correlacionou entre eles, quais eram seus pontos fortes e fracos. E concluiu que apesar da concorrência o empreendimento pretendido era mais inovador do que os analisados, já que, os serviços oferecidos pelos concorrentes não incluem atendimento semipersonal ou treinos funcionais de alta intensidade e curta duração. Nos três concorrentes são oferecidos apenas treinamentos convencionais nos equipamentos e com duração em torno de uma hora. (SANTOS, 2017, p.30).

No plano de marketing e vendas está descrito como a autora definiu a forma de divulgação dos serviços baseando-se na panfletagem e recomendações dos próprios clientes. Dentro desse contexto ficou definido: o preço, entende-se que a política de preços terá que estar consoante com o valor de mercado, visto que a empresa ainda não é conhecida e precisa atrair clientes. (SANTOS, 2017, p.42).

No plano operacional fica decidido em relação a capacidade de cliente a ser atendido, que a academia pode chegar a ter uma capacidade de 265 clientes atendidos. Além disso, é traçado o processo operacional da empresa, mostrando como a empresa funcionará diariamente, e a contratação de pessoal.

No plano financeiro é mais detalhado elaborado através de tabelas e quadros com dados contábeis a respeito de: Investimentos iniciais com equipamentos da modalidade definida pelo plano, Investimentos fixos, Faturamento mensal, Projeção de receita, Custos fixos e variáveis e despesas, Depreciação, Folha de pagamentos, Projeções dos balanços patrimoniais, Projeções



das demonstrações de resultado do exercício, Projeções do fluxo de caixa, e a análise de viabilidade econômica, todas essas abordagens fornecendo resultados para os cenários, otimista, realista e pessimista.

4. CORELAÇÃO DOS TRABALHOS APRESENTADOS

A proposta desse artigo tem por objetivo demonstrar a correlação existente entre os estudos de caso apresentados apesar de abordarem análises de viabilidade econômica de negócios distintos. O que de fato se deseja é correlacionar os fatos abordados com as provas recolhidas. Para tanto, busca-se encontrar uma relação de correspondência.

O primeiro estudo de caso é voltado para a elaboração de um plano de negócio para determinar a viabilidade de um empreendimento em Marketplace on-line de tatuagem, preparado pelo estudante Lucas Fagundes da Universidade Federal de Ouro Preto, conforme já relatado detalhadamente na sessão 5.5 deste artigo.

Já o segundo estudo de caso também aborda uma análise de viabilidade, para a implantação de uma salão de beleza infantil na cidade de João Monlevade – MG, elaborado pela estudante Nayara Hellen Fernandes relatado anteriormente na sessão 5.6 deste artigo.

O último estudo de caso, realizado pela graduanda Jéssica Machado dos Santos, da Universidade de Caxias do Sul, trata-se da elaboração de um plano de negócios que visa auxiliar na redução dos riscos durante a análise de viabilidade de uma academia de ginástica em Caxias do Sul, conforme apresentado na sessão 5.7. Para tanto, obtém-se respostas para essa pesquisa em questão, fornecendo consequentemente resultados contábeis para a mesma.

Dessa forma, como visto na Figura 6, tem-se apresentada a correlação dos três estudos de caso, tendo como parâmetro o fato de possuírem ou não, os pontos considerados importantes a serem analisados economicamente para a elaboração de um plano de negócios. Nos quais se encontram destacados nos estudos de caso, a Análise de Mercado, Plano de Marketing, Plano Operacional, Plano Financeiro. Dessa forma, portanto, percebe-se que nos três estudos de ocorre uma correlação quando analisados através dos requisitos apresentados.

Figura 6 – Comparativo do estudos de caso correlatos.

ANÁLISE				
TRABALHOS CORRELATOS				
ESTUDO DE CASO	REQUISITOS			
	ANÁLISE DE MERCADO	PLANO DE MARKETING	PLANO OPERACIONAL	PLANO FINANCEIRO
ESTUDO DE CASO 1: ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS: ESTUDO DE CASO PARA UM MARKETPLACE DE TATUAGEM (Autor: Lucas Fagundes)	×	×	×	×
ESTUDO DE CASO 2: ANÁLISE DE VIABILIDADE DE IMPLANTAÇÃO DE UM SALÃO DE BELEZA INFANTIL NA CIDADE DE JOÃO MONLEVADE (MG) (Autora: Nayara Hellen Fernandes)	×	×	×	×
ESTUDO DE CASO 3: PLANO DE NEGÓCIOS DE UMA ACADEMIA DE GINÁSTICA EM CAXIAS DO SUL (RS) (Autora: Jéssica Machado dos Santos)	×	×	×	×

Fonte: (Produção Autoral, 2019)

Levando e conta o primeiro tópico, “investimentos iniciais”, conforme visto na Figura 7, é perceptível que a Academia de Ginástica terá um valor total maior que os outros já que os equipamentos para o funcionamento da academia tem um custo mais elevado do que os outros negócios. O que por outro lado, o “investimento com administrativo” o Marketplace de Tatuagem vai precisar investir mais em equipamentos já que é à base do negócio. Além disso, há outro destaca para o “investimento com a constituição da empresa” e que tanto a Academia

quanto o Salão infantil terão gastos altos em relação ao Marketplace de Tatuagem, pois os dois primeiros negócios precisam de espaço físico estruturado e licenciado para funcionar o que para o último a realidade é diferente.

Figura 7 – Comparação de investimentos dos estudos de caso.

COMPARAÇÃO DE INVESTIMENTOS			
Descrição	Academia de Ginástica	Salão de Beleza Infantil	Marketplace de Tatuagem
Investimentos Iniciais	R\$ 113.918,10	R\$ 18.710,00	R\$ 6.526,99
Investimento iniciais para o administrativo	R\$ 3.460,75	R\$ 4.090,00	R\$ 7.360,00
Investimento espaço físico	R\$ 5.000,00	R\$ 11.100,00	R\$ 3.000,00
Investimento para constituição da empresa	R\$ 2.500,00	R\$ 3.000,00	R\$ 500,00
Investimento marketing inicial	-	R\$ 400,00	R\$ 1.000,00
TOTAL	R\$ 124.878,85	R\$ 33.210,00	R\$ 18.386,99

Fonte: (Produção Autoral, 2019)

O ponto a se destacar na análise de “Demonstrativo de resultados Mês” conforme visto na Figura 8, segundo a provisão dos autores, ambos os negócios terão prejuízo após o funcionamento do primeiro mês. Realidade que mudará no terceiro mês para o Salão Infantil e no sétimo mês para Marketplace de Tatuagem que começarão a ter lucro, relativamente baixo, mas como pode-se ver, o saldo deixa de ser negativo.

Figura 8 – Comparação de demonstrativos de resultados de investimentos dos estudos de caso.

COMPARAÇÃO DE DEMONSTRATIVO DE RESULTADO MÊS		
Descrição	SALÃO DE BELEZA INFANTIL	MARKTEPLACE DE TATUAGENS
Receita Total	R\$ 7.296,00	R\$ 24.750,00
(-) Total de despesas variáveis	R\$ 2.763,36	R\$ 16.910,00
Margem de contribuição	R\$ 4.532,64	R\$ 7.840,00
(-) Custos fixos totais	R\$ 14.788,03	R\$ 13.232,23
TOTAL	-R\$ 10.255,39	-R\$ 5.392,23

COMPARAÇÃO DE DEMONSTRATIVO DE RESULTADO DE OUTROS MÊSES		
Estudo de Caso	SALÃO DE BELEZA INFANTIL	MARKTEPLACE DE TATUAGENS
Descrição	Mês 3	Mês 7
Receita Total	R\$ 18.240,00	-
(-) Total de despesas variáveis	R\$ 3.134,36	-
Margem de contribuição	R\$ 15.105,64	-
(-) Custos fixos totais	R\$ 14.788,03	-
TOTAL	R\$ 317,61	R\$ 656,81

Fonte: (Produção Autoral, 2019)



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após entender de forma mais detalhada como se dá a análise da viabilidade de um negócio, em que há uma articulação empírica gerencial e contábil, e ainda levando em conta os estudos de caso apresentados, pode-se dizer, que utilizar dessa ferramenta é a melhor opção metodológica para estudo e decisão de viabilidade. Uma vez que essa como relatado anteriormente é responsável por indicar se é viável a realização de um investimento, abertura de um negócio. Além disso, é perceptível ao longo das considerações desenvolvidas que esse instrumento de estudo organiza o trabalho e facilita o planejamento para que seja possível alcançar os objetivos propostos.

Atrelado a análise de viabilidade econômica de um negócio, existe para se provar tal viabilidade, um bom Plano de Negócios, que traz um panorama dos aspectos internos e externos que afetarão o empreendimento a curto e longo prazo. E esses aspectos, como apresentados nesse artigo, foram fundamentais para definir o quão viável era a abertura do negócio. Para o *Marketplace* de Tatuagem, para análise de viabilidade de implantação de um salão de beleza infantil em João Monlevade e para o plano de negócios de uma academia em Caxias do Sul os riscos e o ganhos ficaram nítidos para que já de início fosse pensando em marketing e o subsídio para tentar supri-los antes mesmo da implantação desses negócios respectivamente.

Portanto, nota-se que a análise de viabilidade econômica de um negócio, independente dos seus objetivos, do negócio a ser implantado é necessária para a permanência, efetividade e eficiência dessas empresas no mercado, sua ascensão e juntamente a isso, o seu controle interno e a correção de seus possíveis riscos. Além da presença de um Plano de Negócios qualificado, pautado nos cenários otimistas, realistas e pessimistas de toda a parte contábil cabível, que faz com que os registros pautados em relatórios financeiros, externem e se estendam a todo ambiente organizacional.

Referências

BRITO, Paulo. **Análise e viabilidade de projetos de investimentos**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 4. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522465774/cfi/0!/4/4@0.00:5 7.9>>. Acesso em: 29.abril.2019.

CANALTECH. **Brasil conquista 5º lugar no ranking de países mais empreendedores – Startup**. 2017. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/startup/brasil-conquista-5o-lugar-no-ranking-de-paises-mais-empreendedores-89624/>> Acesso em: 29.abril.2019.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio** - 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. 10. ed. Rio de Janeiro. Sextante, 2008.

DUARTE, Jorge. **O que é o Estudo de Viabilidade Econômica Financeira?** Blog da Engenharia, 2015. Disponível em: <<https://fluxoconsultoria.poli.ufrj.br/blog/gestao-empresarial/estudo-viabilidade-economica-financeira/>> Acesso em: 25.abril.2019.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookmann, 2005. Disponível em: <<http://www.buscadaexcelencia.com.br/wp-content/uploads/2010/08/Livro-Empreendedorismo-Idalberto-Chiavenato.pdf>>. Acesso em: 02.abril.2019.

FAGUNDES, Lucas. **Elaboração de um Plano de Negócio**: Estudo de Caso para um Marketplace de Tatuagem.



Monografia (Graduação). Universidade Federal de Ouro Preto. Escola de Minas. Departamento de Engenharia de Produção, Administração e Economia. Ouro Preto, 67 páginas. 2018. Disponível em: <http://professor.ufop.br/sites/default/files/andre/files/lucas_fagundes_0.pdf> Acesso dia 19.março.2019.

FERNANDES, Nayara Helen. **Elaboração de um plano de negócios para análise da viabilidade de implantação de um salão de beleza infantil na cidade de João Monlevade (MG)**. 2018. 71 f. Monografia (Graduação em Engenharia de Produção) – Instituto de Ciências Exatas e Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, João Monlevade, 2018. Disponível em:

<<https://www.monografias.ufop.br/handle/35400000/1131>>

Acesso em: 25.abril.2019.

GOMES, José Maria. **Elaboração e análise de viabilidade econômica de projetos: tópicos práticos de finanças para gestores não financeiros**. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522479634/cfi/0!4/2@100:0.00>> Acesso em: 29.abril.2019.

MACHADO, Lawrence. **A Necessidade de Capital de Giro e sua influência na viabilidade financeira**. 2017. Disponível em: <<http://igti.com.br/blog/capital-de-giro-viabilidade-financeira/>> Acesso em: 19.abril.2019.

SANTOS, Jéssica Machado. **PLANO DE NEGÓCIO DE UMA ACADEMIA DE GINÁSTICA EM CAXIAS DO SUL-RS**. 2017. 79 f. Monografia. (Graduação Ciências Contábeis), Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, 2017.

Disponível em:

<<https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/3202/TCC%20Jessica%20Machado%20dos%20Santos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>

Acesso: 25.abril.2019.

SILVA, Luís Antônio. **Auditoria bancária uma necessidade para manutenção de controles internos como evidenciação de riscos banking audit a need for maintenance of internal controls as a evidence of risk**.

Disponível em: <<http://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/getec/article/viewFile/1056/763>> Acesso em: 02.abril.2019.

SILVA, Diego Fernandes; PARIZZI, Carmelinda. **Análise da viabilidade econômico-financeira do projeto de abertura de uma empresa de alimentação coletiva**. 2015. Disponível em:

<https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1574311/mod_resource/content/1/Artigo%20Revista%20Capes%20-%20Analise%20Viabilidade%20Economico.pdf> Acesso em: 19.abril.2019.