

ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA: UM ESTUDO DE CASO MARI CAKES BOLOS E DOCES

Jane Fernandes de Medeiros¹

Márcio Carvalho de Brito²

RESUMO

O presente estudo contempla a viabilidade econômico-financeira da doceria Mari Cakes bolos e doces localizada na cidade do Natal. Utilizou-se como base um plano de negócios que tem por seu principal objetivo apontar a perspectiva de bom funcionamento e crescimento em um mercado com características como: competitividade e exigência. Optou-se por esse modelo objetivando conhecer o mercado e a estrutura da atividade para minimizar os riscos inerentes ao negócio. A metodologia de pesquisa baseou-se em um estudo bibliográfico, em seguida desenvolveu-se uma pesquisa descritiva com proposta de transitar pela realidade estudada. Os resultados encontrados como valor presente líquido, taxa interna de retorno e tempo de investimento caminham em uma direção que apontam a viabilidade da empresa. Ou seja, esta mostrou-se favorável enquanto a leitura realizada e os indicadores apresentados. Por fim, depreendeu-se que é um negócio viável o qual merece atenção e pode ser utilizado como modelo comparativo frente a outros empreendimentos tanto no âmbito local como nacional.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Plano de negócio. Análise econômico-financeira.

ECONOMIC AND FINANCIAL VIABILITY STUDY: A CASE STUDY MARI CAKES CAKES AND CANDIES

ABSTRACT

¹ Acadêmica do Curso de MBA em Gestão Estratégica de Negócios do Centro Universitário do Rio Grande do Norte (UNIRN). E-mail: janeninha@hotmail.com

² Professor Orientador do Curso de MBA em Gestão Estratégica de Negócios do Centro Universitário do Rio Grande do Norte (UNIRN). E-mail: marcio@unirn.edu.br

The present study contemplates the economic and financial viability of the Mari Cakes cakes and sweets located in the city of Natal. It was used as base a business plan that has for its main objective to point out the perspective of good functioning and growth in a market with characteristics such as: competitiveness and demand. This model was chosen aiming at knowing the market and the structure of the activity to minimize the inherent risks to the business. The research methodology was based on a bibliographic study, then a descriptive research was developed with a proposal to go through the studied reality. The results found as net present value, internal rate of return and investment time are moving in a direction that points to the viability of the company. That is, it proved to be favorable while the reading carried out and the indicators presented. Finally, it was realized that it is a viable business which deserves attention and can be used as a comparative model in front of other enterprises at both local and national level.

Keywords: Entrepreneurship. Business plan. Economic and financial analysis.

1 INTRODUÇÃO

A proposta deste estudo é de demonstrar a viabilidade econômico-financeira da empresa Mari Cakes bolos e doces. Apontou-se a importância do uso da ferramenta plano de negócios nos novos modelos de gestão estratégica, como também exemplificações de forma prática numa empresa do ramo de doceria que vem crescendo e desafiando as estatísticas de crise econômica.

Devido a recessão econômica, sabe-se que nem sempre o momento para se abrir um negócio é oportuno. No entanto, uma forma de se avaliar é através do estudo de viabilidade empresarial, podendo responder a seguinte questão problema: **“Qual a viabilidade para a existência da empresa Mari Cakes bolos e doces em Natal-RN?”**.

Torna-se cada vez mais importante o planejamento estratégico no gerenciamento de negócios, tendo o planejamento como ponto fundamental de qualquer atividade, seja ela econômica ou não, a busca de ferramentas que viabilizem a minimização de riscos se torna imprescindível. Além de levar em consideração as oportunidades que o mercado oferece, como aponta Sandhusen (2003).

Ao tratar de um novo empreendimento, o estudo de viabilidade empresarial é uma das principais ferramentas de planejamento que o empreendedor deve utilizar, tendo em vista o grande número de empresas que encontram-se no caminho da falência antes de completar 2 anos de existência. Tendo como um dos principais motivos, a falta de planejamento, como mostra um estudo do SEBRAE citado na Folha de São Paulo (MORTE..., 2004):

De cada dez empresas criadas no Brasil, cinco quebram antes de completarem dois anos de existência. Entre 2000 e 2002, 1,4 milhão de empresas foram criadas no Brasil, sendo que 68,4% delas se localizavam nas regiões Sul e Sudeste. Desse total, 49,4% fecharam as portas antes de completar dois anos de existência e 59,9% não conseguem manter suas atividades por mais de quatro anos. As taxas de "mortalidade empresarial" são semelhantes em todas as regiões do país. O Sebrae consultou 5.727 empresas para tentar verificar as características dos negócios que não conseguem sobreviver por muito tempo. A elevada carga tributária, o difícil acesso a empréstimos e a falta de planejamento do empresário foram apontadas como os principais obstáculos ao desenvolvimento das empresas.

Com base nos elementos citados, busca-se o diagnóstico empresarial, tendo a análise de viabilidade econômico-financeira da empresa como foco principal. Assim é possível minimizar os riscos de fracasso e possibilitar planos de crescimento e ampliação.

Do ponto de vista acadêmico, aponta-se que o presente estudo viabiliza a prática dos conceitos e temas estudados durante todo o curso de especialização ao qual nos propomos. Com o presente estudo de viabilidade econômica e financeira, infere-se nos aproximar mais ainda dos conceitos estudados em sala de aula, além de poder contribuir para posteriores estudos.

De acordo com Aaker (1998), é fundamental avaliar fatores internos e externos da marca para obter crescimento e agregar valor à marca. Sendo assim, analisou-se a viabilidade da empresa Mari Cakes bolos e doces na cidade de Natal-RN, com base nos seguintes enfoques:

- ✓ Realizar a pesquisa de mercado junto a fornecedores, concorrentes e clientes potenciais;
- ✓ Definir como será a organização operacional da empresa;
- ✓ Analisar a proposta dos produtos: bolos de pote e outros bolos simples;
- ✓ Levantar dados capazes de diagnosticar a viabilidade do negócio;
- ✓ Analisar a viabilidade econômico-financeira do negócio.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

No cenário econômico atual, acredita-se que o empreendedorismo tanto contribui para o crescimento econômico, como também nos mostra um grande desafio na busca pela independência financeira. De modo que uma empresa possui valor frente ao avanço econômico e movimentação da economia.

Como bem coloca Schumpeter (1934) e Kirzner (1973), citado por Fontenele (2010, p. 3):

Apesar de o espírito empreendedor ter sido excluído na teoria de crescimento econômico, muitos economistas postulam que a capacidade empreendedora é vital para o progresso econômico, principalmente com as contribuições de Schumpeter (1934) e Kirzner (1973). Schumpeter contribuiu para o estudo do empreendedorismo, ao recuperar a figura do empreendedor na economia, apresentando-o como o principal promotor do desenvolvimento econômico, graças à sua função de inovador e sua capacidade de fazer novas combinações de recursos produtivos.

A capacidade de empreender depende de vários fatores internos e externos, no entanto, quando se trata de obter sucesso nos negócios, segundo Bernardi (2003), o ponto principal é o comportamento empreendedor. Dentro dessa perspectiva pode-se analisar algumas pesquisas sobre empreendedorismo pelo mundo, tendo em vista que o tema está sendo muito debatido e estudado em diversos pontos e diversas óticas.

Analistas financeiros de diversas partes do mundo analisam o cenário do empreendedorismo e sua relação com o desenvolvimento da economia, bem como as capacidades cognitivas e comportamentos dos empreendedores de sucesso. Confirmando-se a temática como aponta a obra da autora Dolabela (2006, p. 29):

Acredita-se hoje que o empreendedor seja o “motor da economia”, um agente de mudanças. “Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.” (Filion 1991). “O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar).” “O empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”.

Como também, de acordo com Ricca (2004, p. 2):

A pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor), que mede a taxa de empreendedorismo em vários países, mostra que o Brasil, hoje, é o sexto país mais empreendedor do mundo. A GEM monitora, ao todo, 31 países do mundo, que, juntos, respondem por mais de 90% do PIB mundial. Quando se fala em empreendedorismo por oportunidade, o Brasil cai para a décima posição. Quando se trata de empreendedorismo por necessidade, no entanto, ocupamos a quinta posição. Isso significa que grande parte do empreendedorismo desenvolvido no Brasil resulta de uma questão de sobrevivência, uma vez que não há trabalho para todos e há necessidade de geração de renda. Isso reflete uma outra questão muito complicada.

2.2 PLANO DE NEGÓCIOS

Elucidado por Degen, têm-se por plano de negócios a seguinte estrutura:

O plano é a formalização das ideias, da oportunidade, do conceito, dos riscos, das experiências similares, das medidas para minimizá-los, das respostas aos pré-requisitos, da estratégia competitiva, bem como do plano de marketing, de vendas, operacional, e financeiro para viabilizar o negócio. (DEGEN, 2009, p. 177 apud OLIVO; WIGGERS, 2011, p. 40).

De fato, empreender é sem dúvidas um universo infinito de possibilidades. No cenário brasileiro o crescente número de empreendedores mostra que esse passo está sendo galgado por mais e mais pessoas a cada ano. Mesmo sendo por motivações diferentes, no final, o objetivo é o mesmo: conseguir sucesso no negócio ao qual se propôs. No entanto, vale lembrar que nem sempre o sucesso é sinal de competência ou alto investimento de capital. Outras habilidades podem ser melhoradas, e ainda, dentro dos cursos de graduação, segundo análises que são apontadas no trabalho de Kirby (2004) e Mitchell et al. (2007) citados por Duarte et al. (2011, p. 103):

O empreendedor de sucesso tem um conjunto de habilidades, características e comportamentos que vão além dos ensinamentos puramente comerciais que são, geralmente, ensinados nos cursos de graduação. São estes atributos, modo de pensar e comportar-se, que precisam ser desenvolvidos nos estudantes, quando se quer melhorar suas capacidades empreendedoras.

Percebe-se que o empreendedor de sucesso necessita de diversas ferramentas para alcançar o objetivo, uma dessas ferramentas, que para o SEBRAE, por exemplo, é uma das principais, pois pode evitar o fracasso e prever a viabilidade do empreendimento, é o plano de negócios:

Um plano de negócio é uma importante ferramenta de trabalho que fornece uma descrição detalhada e por escrito das futuras ações que o negócio adotará, qual o impacto esperado dessas atividades e as razões pelas quais a expectativa se justifica. É um documento operacional, ou seja, o plano de negócio pode e deve ser usado como uma agenda no cotidiano do empreendimento, de tal forma que permita acompanhar e monitorar o atendimento dos objetivos traçados (SEBRAE, 2011).

2.3 OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS

Tratou-se nesse quesito, de um dos mais importantes assuntos observados quando fala-se sobre empreendedorismo que são as oportunidades de negócios. Pois de acordo com Chér (2002) infere-se como primeiro passo para um empreendimento de sucesso, quando bem aproveitada, a oportunidade de negócio pode resultar em excelentes frutos.

Muito mais que um *feeling*, a oportunidade de negócio pode ser observada por algumas pessoas, contudo, outras acabam não enxergando. Algumas técnicas e mudanças de comportamento podem ser utilizadas para exercitar essas percepções de oportunidades de negócios. Levando em consideração a instrução de Maximiano (2000), ao apontar que o administrador deve possuir como competência o planejamento, têm-se que este deve incluir as minúcias do cotidiano, sendo estas fundamentais para enxergar a oportunidade de negócio.

Há ainda muito que se estudar sobre empreendedorismo. Sendo a responsabilidade de um bom planejamento essencial, pois que há ainda muitos aspectos relacionados, como mostra Bernhoeft (1996, p. 85) citado por Faia, Rosa e Machado (2014, p. 18).

Abrir uma empresa é comprometer-se com um processo que cria e distribui riqueza, não apenas para o proprietário, inserindo-se num contexto mais amplo de responsabilidade social assumida com clientes, fornecedores, empregados, governo e a comunidade como um todo. Muitos empreendedores fracassam não apenas porque sua ideia não era viável mercadologicamente, mas porque não consideraram pontos fundamentais do compromisso que envolve uma atividade empresarial.

Tratar a oportunidade de negócio de forma a transformá-la em um empreendimento de sucesso não é fácil, nem há receita certa para isso. Há sim a possibilidade de se planejá-lo estrategicamente, com o fim de atingir o objetivo positivo esperado. Desta forma pode-se focar num melhor aproveitamento dos

recursos, projetar formas de aumentar a receita e evitar o fracasso. Transformando assim, as ideias em ações que maximizem as possibilidades de melhor aproveitamento das oportunidades.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

Para o primeiro momento, a pesquisa foi construída por meio da pesquisa bibliográfica para fundamentar os elementos contidos no texto apresentado. Sendo colocada segundo Severino (2007, p. 122): “O autor trabalha a partir de contribuições de autores dos estudos analíticos constantes dos textos”. De modo a estruturar e projetar a linha que percorre o artigo.

Esse estudo possui como fundamentação essencial a pesquisa descritiva, que visa mostrar de forma comparativa como está o mercado em relação ao ramo de atividade ao qual optou-se. Bem como o comportamento dos consumidores, fornecedores e concorrentes. Segundo Zanella (2007), citado por Faia, Rosa e Machado (2014, p. 36) “uma pesquisa é considerada descritiva quando procura conhecer a realidade estudada, suas características e seus problemas. Pretendendo descrever com exatidão os fatos e fenômenos de determinada realidade”.

3.2 UNIVERSO DA PESQUISA

Como a atividade principal do negócio é concentrada no mercado de Natal, utilizou-se como universo de pesquisa, visando não a estender além da perspectiva do próprio estudo de viabilidade empresarial.

Como bem demonstra Mattar (2005) citado por Olivo e Wiggers (2011, p. 37) uma boa amostra consiste em estabelecer meios para inferir, o mais precisamente possível, as características da população através das medidas das características da amostra.

3.3 COLETA DE DADOS

Para a coleta de dados, utilizou-se pesquisas na internet (clientes, fornecedores, temas, produtos, entre outros assuntos relacionados como divulgação e distribuição), em fontes diversas.

Pesquisas bibliográficas concernentes aos principais conceitos e metodologias aplicadas à administração e gestão de negócios.

A aplicação de questionários possuiu como universo os clientes, concorrentes e fornecedores potenciais para se perceber quais produtos possuem maior aceitação no ramo e o que o mercado está absorvendo no momento.

4 RESULTADOS ENCONTRADOS

Os resultados encontrados refletem os dados gerados a partir da análise desenvolvida em sua totalidade, de maneira que estão foram avaliados pontualmente com objetivo de compreender os detalhes que cada indicador aponta.

4.1 INVESTIMENTOS E CAPITAL DE GIRO

Quadro 1 – Investimentos e capital de giro

Tipo	Discriminação	Unid.	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
D	Abertura de empresa	1	1	1.500,00	R\$ 1.500,00
E	Reforma/adaptação prédio	1	1	10.000,00	R\$ 10.000,00
M	Aparelho telefônico	1	1	100,00	R\$ 100,00
U	Gaveteiro para escritório	1	1	200,00	R\$ 200,00
M	Micro ondas 30l	1	1	500,00	R\$ 500,00
U	Bancada projetada	1	3	300,00	R\$ 900,00
U	Mesa de preparações	1	1	1.000,00	R\$ 1.000,00
U	Mesa separação de materiais	1	1	500,00	R\$ 500,00

U	Mesa pra alocar os produtos	1	1	750,00	R\$	750,00
U	Balcão de utensílios	1	2	800,00	R\$	1.600,00
U	Cadeiras para escritório	1	2	240,00	R\$	480,00
M	Batedeira planetária	1	2	250,00	R\$	500,00
M	Liquidificador industrial	1	2	300,00	R\$	600,00
M	Fogão 6 bocas	1	2	1.200,00	R\$	2.400,00
D	Logomarca	1	1	500,00	R\$	500,00
D	Avaliação nutricional	1	1	1.500,00	R\$	1.500,00
M	Ar condicionado	1	1	1.500,00	R\$	1.500,00
U	Armários de parede	1	3	450,00	R\$	1.350,00
U	Utensílios diversos	conjunto	1	500,00	R\$	500,00
D	Fardamentos	conjunto	4	100,00	R\$	400,00
U	Gelágua	1	1	500,00	R\$	500,00
U	Garrafão água mineral	1	3	30,00	R\$	90,00
I	Instalação do ar-condicionado	1	2	250,00	R\$	500,00
I	Instalação pacote internet + telefone móvel	1	1	150,00	R\$	150,00
U	Lixeira	1	5	45,00	R\$	225,00
M	Carrinho de picolé	1	3	900,00	R\$	2.700,00
U	Material de escritório	conjunto	1	200,00	R\$	200,00
U	Mesa para escritório	1	1	300,00	R\$	300,00
D	Software	1	1	1.500,00	R\$	1.500,00
U	Extintor	1	1	160,00	R\$	160,00
						R\$ 33.105,00
Capital de giro						R\$ 12.203,10
Total do investimento = (fixo + capital de giro)						R\$ 45.308,10

Fonte: Dados da pesquisa (set. 2017).

De acordo com as informações encontradas e demonstradas no quadro 1, observa-se que o valor de investimento inicial é de R\$ 45.308,10; considerando que o valor do capital de giro é de R\$ 12.203,10 (detalhes no quadro 2 abaixo). Tendo

em vista que o negócio está totalmente voltado para produtos perecíveis, pode-se dizer que o investimento inicial e capital de giro estão razoavelmente compatíveis com a realidade de mercado para o segmento.

Quadro 2 – Capital de giro

Capital de Giro	R\$ 12.203,10
Necessidades	R\$ 20.944,58
Caixa mínimo	R\$ 14.994,75
Financiamento de vendas	R\$ 499,83
Estoques	R\$ 5.450,00
Fontes	R\$ 8.741,48

Fonte: Dados da pesquisa (set. 2017).

O Capital de giro (ou ativo circulante) é o valor que a empresa tem para custear e manter suas despesas operacionais do dia a dia — valor esse que é o resultado da diferença entre o dinheiro que você tem disponível e o dinheiro que você deve —, sejam elas fixas ou os gastos necessários para produção, comercialização ou prestação do serviço. Ele diz respeito a uma reserva de recursos de rápida renovação, voltada a suprir as necessidades da gestão financeira do negócio ao longo do tempo. Esses recursos concentram-se nas contas a receber, no estoque, no caixa ou na conta corrente bancária e influenciam no cálculo do capital de giro (como veremos melhor ali embaixo) (ENDEAVOR..., 2017).

Dada à importância do Capital de Giro, dentro dos dados demonstrados acima; observa-se que dentro do segmento escolhido para essa análise, busca-se ampliar os rendimentos realizando a maior parte das vendas e compras a vista. Bem como manter um estoque mínimo de produtos (para a maior parte da matéria prima), o que não impede de atender uma demanda de imediato.

4.2 DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

Quadro 3 – Demonstração do resultado do exercício

Discriminação	Valores (R\$)	%
1 - Receita Operacional Bruta	R\$ 36.750,00	100
2 - Custos Variáveis	R\$ 18.972,76	51,63
2.1 - Custo das mercadorias/materiais	R\$ 16.350,00	44,49
2.2 - Comissão sobre vendas	R\$ 315,00	0,86
2.3 - Impostos (excluso IR e CSLL)	R\$ 1.307,76	3,56
2.4 - Salário variável	R\$ 1.000,00	2,72
3 - Margem de Contribuição	R\$ 17.777,24	48,37
4 - Despesas Fixas Operacionais	R\$ 11.185,12	30,44
4.1 - Salário	R\$ 3.840,00	10,45

4.2 - Encargos sociais sobre salários	R\$ 921,22	2,51
4.3 - Pró-labore	R\$ 2.000,00	5,44
4.4 - Encargos sociais sobre pró-labore	R\$ 220,00	0,6
4.5 - Depreciação, manutenção e seguro	R\$ 229,30	0,62
4.6 - Mão-de-obra terceirizada	R\$ 930,00	2,53
4.7 - Água, energia, telefone e internet	R\$ 1.150,00	3,13
4.8 - Aluguel	R\$ 300,00	0,82
4.9 - Outras despesas fixas	R\$ 1.594,60	4,34
5 - Resultado Operacional	R\$ 6.592,12	17,94
6 - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido		-
7 - Imposto de Renda		-
8 - Adicional de Imposto de Renda		-
9 - Resultado Líquido	R\$ 6.592,12	17,94
10 - (+) Depreciação	R\$ 168,38	0,46
11 - Disponibilidade	R\$ 6.760,49	18,4

Fonte: Dados da pesquisa (set. 2017).

A DRE demonstrada no quadro 3 acima, demonstra as projeções financeiras de custos fixos, variáveis e receitas esperadas na atividade analisada. Nesse caso, esperando-se que a receita mensal do negócio, mediante as projeções realizadas seja de R\$ 36.750,00, o lucro será de R\$ 6.760,49/mês. Para Endeavor... (2017):

A DRE é um indicativo relativo cujo objetivo é evidenciar a formação do resultado líquido em um exercício específico. Isso acontece por meio do confronto entre as receitas, os custos e as despesas, que devem ser apuradas de acordo com o princípio contábil do regime de competência.

Na análise econômico financeira do negócio propriamente dita (que será demonstrada no quadro 4 abaixo), observa-se o *ponto de equilíbrio* como um indicador de quanto será necessário de vendas para que as receitas sejam iguais aos custos. A *rentabilidade* é o percentual de retorno imediato do investimento (mensal) do negócio; e na *lucratividade*, o lucro líquido resultante da subtração receitas menos despesas.

Para esses indicativos, a base é realizada por meio de projeções de vendas, receitas e despesas do período, mantendo o planejamento, a expectativa é que o valor investido retorne em até 7 meses na forma de lucros ao investidor.

Quadro 4 – Tempo de retorno do investimento - Payback

Discriminação	%	R\$
Ponto de equilíbrio	62,92	R\$ 23.122,44
Rentabilidade	14,55	R\$ 5.346,96
Lucratividade	17,94	R\$ 6.592,12
Retorno do investimento		6,87 meses

Fonte: Dados da pesquisa (set. 2017).

Além dos indicadores apresentados acima, outros dois são de extrema importância na análise econômico financeira do empreendimento. São esses: VPL (Valor Presente Líquido) em que destacam-se o valor presente do ativo *subtraído* do investimento inicial, que no presente estudo é o montante de R\$ 156.485,93. Considerando ainda a TIR (taxa interna de retorno) ao índice de 3% a.a. têm-se o resultado de 115,13% a.a. Nessa análise, tanto o VPL resultante está positivo, quanto a TIR favorável (como demonstrado abaixo nos quadros 5 e 6). Então, depreende-se que o empreendimento é viável nos termos demonstrados no plano de negócios utilizado como base.

Quadro 5 – Valor presente líquido

Valor Presente Líquido = VPL						
VPL =	Valor presente do ativo - Investimento Inicial					
VPL=	$\frac{\text{Somatorio Fluxo de caixa total}}{2} - \text{IO}$					
	$(1 + \text{Tir})$					
VPL =	$\frac{81.125,94}{1,1}$	+	$\frac{81.125,94}{1,21}$	+	$\frac{81.125,94}{1,33}$	-45.308,10
VPL =	73.750,85	+	67.046,23	+	60996,9459=	201.794,03
VPL=	201.794,03	-	45.308,10	=	156.485,93	
VPL > 0 Viável						156.485,93

Fonte: Dados da pesquisa (set. 2017).

Quadro 6 – Taxa interna de retorno

Taxa interna de retorno		
$(1+Tir) = Fct / IO$		
$(1+Tir) =$	201.794,03	
	<hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/>	
	45.308,10	
$(1+Tir) =$	4,4538	
Tir =	4,4538	- 1
Tir =	3,4538	
Tir =	345,3818 %	
Tir =	345,3818/	3
Tir =	115,1273	a.a

Fonte: Dados da pesquisa (set. 2017).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como percebido durante a estruturação do conteúdo apresentado, empreender e desenvolver um negócio é uma tarefa árdua e desafiadora. Podendo ser tido como resultado memorável aqueles os quais atingem a condição de avançar com o empreendimento ao ponto de gerar riqueza, sendo assim, apontam-se algumas considerações para propor o desfecho desse artigo.

Um elemento o qual deve ser levado em consideração como já descrito no texto, é o fato do empreendedor não estar concentrado nas técnicas e práticas eficientes para alavancar e gerir o negócio. Assim como o esquecimento em relação às boas práticas de gestão, e planejamento estratégico do negócio, elementos estes já apontados como cruciais para construir uma empresa sólida.

Ao tratar do projeto do empreendimento de Mari Cakes bolos e doces, este que é o foco do estudo, demonstrou-se viável com taxa de retorno do investimento em torno de 7 meses. Ou seja, é um excelente negócio, pois o *payback* é inferior a um ano. Tal condição pode ser justificada pelo baixo investimento. Podendo ser confirmado pelo plano de negócios, o qual mostra o potencial de sucesso e fornece

informações capazes de auxiliar na prospecção de crescimento em produção e vendas, o que pode em curto prazo maximizar os resultados encontrados.

Os indicadores financeiros permitem não só acompanhar a saúde financeira do negócio, como também possibilitam traçar o planejamento adequado, focando sempre no melhor desempenho possível. Para o caso em questão, têm-se o valor presente líquido positivo e a taxa interna de retorno acima da estimativa esperada na média de novos negócios, ratificando a solidez do empreendimento.

Depreende-se então que para esse negócio, as análises econômicas e financeiras caminham numa direção em que se mostram viáveis o investimento em Mari Cakes bolos e doces. De modo que já como demonstrado, o estudo proporcionou condições de reafirmar as expectativas iniciais.

Para este estudo explorou-se a construção de um plano de negócios sob a ótica de indicadores financeiros para avaliar a viabilidade do empreendimento. Sendo assim, sugere-se para pesquisas futuras, realize-se esse trajeto contemplando outros negócios de diferentes segmentos, estes que podem servir de comparativo para os elementos apresentados nesse artigo.

REFERÊNCIAS

AAKER, D. A. **Brand Equity: Gerenciando o Valor a Marca**. São Paulo: Negócio, 1998.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Boletim Regional do Banco Central do Brasil: Região Nordeste**. jul. 2014. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br>>. Acesso em: 20 out.2014.

BERNARDI, Luis Antônio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2003.

CHÉR, Rogério. **O meu próprio negócio**. São Paulo: Negócio, 2002.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 2006.

DUARTE, Mário Canever et al. **Empreendedorismo: por que alguns estudantes e não outros escolhem ser empreendedores?** Estudos e Pesquisas em Psicologia, v. 13, n. 1, 2011.

ENDEAVOR Brasil. **Capital de giro**: saiba como calcular e controlar. **12 jan. 2017**. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/capital-de-giro>> Acesso em: 19 abr. 2017.

FAIA, Valter da Silva; ROSA, Marco Aurélio Garcia; MACHADO, Hilka P. Vier; **Alerta Empreendedor e as abordagens causation e effectuation sobre empreendedorismo**. Revista de Administração contemporânea. Curitiba, v. 18, n. 2, mar/abr. 2014.

FONTENELE, Raimundo Eduardo Silveira. **Empreendedorismo, competitividade e crescimento econômico**: evidências empíricas. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: 14 ago. 2016.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. **Introdução à administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MORTE SÚBITA: 50% das empresas quebram antes de 2 anos. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 12 ago. 2004. Folha Mercado. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi1208200427.htm>> Acesso em: 15 ago. 2016.

OLIVO, Júlia; WIGGERS, André Augusto. **Plano de Negócios**: John and Sons. 2011. 100 f. Trabalho de conclusão de Estágio (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: 14 ago. 2016.

RICCA, José Luiz. Sebrae: o jovem empreendedor. **Estudos avançados**, v.18 n. 51, São Paulo, maio/ago. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142004000200004>. Acesso em: 14 ago. 2016.

SANDHUSEN, Richard L. **Marketing básico**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Empretec**: Manual do Participante. Brasília: [s.l.], 2011.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.