



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS
CAMPUS ANTÔNIO MARIZ – CAMPUS VII
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

VANESSA NÓBREGA SANTOS MEDEIROS

**ANÁLISE DA VIABILIDADE DE EXPANSÃO DE NEGÓCIO ATRAVÉS DA
ANÁLISE FINANCEIRA: CASO NA EMPRESA DE MATERIAIS DE
CONSTRUÇÃO DECY CONSTRUÇÕES EM SANTA LUZIA PB.**

PATOS - PB

2014

Vanessa Nóbrega Santos Medeiros

**ANÁLISE DA VIABILIDADE DE EXPANSÃO DE NEGÓCIO ATRAVÉS DA
ANÁLISE FINANCEIRA: CASO NA EMPRESA DE MATERIAIS DE
CONSTRUÇÃO DECY CONSTRUÇÕES EM SANTA LUZIA PB.**

Artigo apresentado ao curso de Bacharelado em
Administração da Universidade Estadual da
Paraíba UEPB como parte dos requisitos para
obtenção do título de bacharel.

Prof. MSc. ÉRIKA CAMPOS MARINHO DE G. PIRES

PATOS - PB

2014

UEPB - SIB - Setorial - Campus VII

M493a Medeiros, Vanessa Nobrega Santos

Análise da viabilidade de expansão de negócio através da análise financeira: caso na empresa de materiais de construção Decy Construções em Santa Luzia, PB [manuscrito] / Vanessa Nobrega Santos. – 2014.

19 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, Universidade Estadual da Paraíba, 2014.

“Orientação: Profa. Msc. Érika Campos Marinho de Goes Pires, CCEA”.

1. Investimento. 2. Orçamentos. 3. Decisão. I. Título.

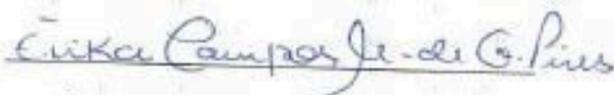
21. ed. CDD 658.403 3

VANESSA NÓBREGA SANTOS MEDEIROS

**ANÁLISE DA VIABILIDADE DE EXPANSÃO DE NEGOCIO ATRAVÉS DA
ANALISE FINANCEIRA: CASO NA EMPRESA DE MATERIAIS DE
CONSTRUÇÃO DECY CONSTRUÇÕES EM SANTA LUZIA PB.**

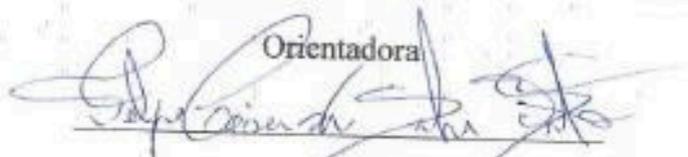
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Graduação em Bacharelado em
Administração da Universidade Estadual da
Paraíba, em cumprimento à exigência para
obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Aprovado em 22/07/2014



Profª Msc Érika Campos Marinho de G. Pires/ UEPB

Orientadora



Prof. Msc. Felipe César da Silva Brito/ UEPB

Examinador

Profª Msc. Rosângela da Silva Figueiredo / UEPB

Examinadora

ANÁLISE DA VIABILIDADE DE EXPANSÃO DE NEGÓCIO ATRAVÉS DA ANÁLISE FINANCEIRA: CASO NA EMPRESA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO DECY CONSTRUÇÕES EM SANTA LUZIA PB.

Vanessa Nóbrega Santos Medeiros – Graduada em Administração
Prof. Msc. Érika Campos Marinho de G. Pires

RESUMO

As diversas maneiras de crescimento do mercado, principalmente no setor de construção civil, vêm abrindo novas oportunidades para as empresas expandirem seus negócios e entrarem no mercado e tornarem-se sólidas, cada vez mais o aumento da demanda nesse setor cresce e com isso empreendedores buscam seus melhores resultados. Através de análises financeiras, planejamentos estratégicos, orçamentos de capitais e diversas maneiras que a empresa tende buscar ao alcance de tornar-se concreta. Diante desse mercado tão dinâmico e de oportunidades, essa pesquisa vem como forma de extrair qual seria a melhor alternativa para a empresa em questão, assim, esse trabalho tem como problema de pesquisa decidir Como a análise financeira pode contribuir para uma decisão de investimento. E assim definir qual o resultado que a empresa poderá se espelhar na organização para colocar em práticas seus investimentos. Essa pesquisa foi trabalhada com o perfil de pesquisa descritiva e exploratória, trabalhando um estudo de caso em uma empresa varejista de construção, onde como coleta para a pesquisa foram usados os meios de observação e de entrevistas com clientes e funcionários e de forma qualitativa buscando o melhor resultado. A pesquisa trás em seus resultados entrevistas com clientes e funcionários onde as opiniões dos mesmos foram colocadas como base para ser tomadas decisões da pesquisa. Em seus resultados a decisão de investimento tomada foi o aumento do mix de mercadorias, assim deixando o cliente mais satisfeito e o proprietário convicto de que no momento seria a melhor decisão.

Palavras-chave: Investimento, Orçamentos, Decisão.

1 INTRODUÇÃO

Diante do grande crescimento do setor de construção civil novas formas de empreender e de trabalho, diversas maneiras de planejamento e de orçamentos estão sendo modificadas e complementadas em busca de melhores resultados, devido ao crescimento dos números deste setor representa a uma nova abordagem de orçamento comparativo na empresa Decy construções onde esse trabalho será realizado.

Segundo a afirmação de Silva (2007, p. 68), “Um dos principais objetivos da análise

financeira foi o fornecimento de subsídio para a tomada racional de decisão de concessão de crédito e de investimento, a partir de informações de boa qualidade”.

A análise financeira empresarial teve uma finalidade muito importante, pois ela garante a situação empresarial para investimentos e concretização de atitudes e decisões da organização.

Na pesquisa que foi abordada alguns temas foram mostrados de forma mais detalhada como os orçamentos, as análises financeiras de investimentos e a utilização do orçamento e do capital de giro como decisão de investimento, e além disso mostrou os objetivos gerais e específicos e a justificativa do trabalho em questão.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMA

Tendo em vista que varias formas de investimentos tem aumentado no Brasil principalmente no setor de construção, a expansão de empresas no ramo tem aumentado a cada dia, e buscaram alavancar suas várias formas que tornou o empreendimento mais lucrativo e rentável, e a maneira como se projetou um orçamento para que suas expectativas no setor tenham obtido um grande avanço tem grande importância.

Uma análise financeira e seus resultados sobre como a empresa investiu e reinvestiu recursos na organização é essencial, as varias maneiras de investimento do capital da empresa buscou um planejamento de forma que tenha inserido da melhor maneira possível para um melhor retorno.

O comparativo de orçamentos para qual obteve o melhor retorno foi uma grande saída quando se decidiu sobre qual decisão foi tomada para que o modo implantado da melhor maneira com retornos desejáveis. Para Santos (2001), “na comparação entre vários projetos de investimento, o melhor será aquele que tiver o maior valor presente liquido”. Assim a busca pelo resultado do estudo irá definir qual orçamento caberá melhor para a organização.

Segundo Schier (2007, p.57) a “análise das demonstrações financeiras extrai o máximo possível de informações, através da interpretação dos dados disponibilizados pelas demonstrações contábeis e financeiras, tratadas em conformidade com as premissas contábeis”.

1.2 JUSTIFICATIVA

A decisão de fazer uma análise nessa área onde não se é tão comum veio ressaltar a importância do tema. Essa pesquisa busca fazer uma ajuda aos autores interligados ao tema de maneira em que se pode complementar as pesquisas existentes com os resultados, e que engrandece o fator da pesquisa de orçamentos para a sociedade envolvida que de forma direta ou indireta trabalharam em foco por melhores resultados.

O presente estudo trará dados que ajudaram em decisões futuras pela empresa em destaque, onde várias maneiras de investimentos serão vistas de forma à qualificar seus caminhos e à partir daí obter uma maior rentabilidades com os meios oferecidos pelo estudo. Assim a pesquisa busca saber: Como a análise financeira pode contribuir para uma decisão de investimento?

1.3 OBJETIVO GERAL

Verificar através da análise financeira, qual o melhor investimento para o crescimento de uma determinada empresa no ramo de material de construção.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar de que maneira foi feito o orçamento do capital de investimento da empresa;
- Compreender qual a forma mais viável de investir o capital de giro no empreendimento;
- Obter um resultado contundente sobre qual forma de orçamento foi escolhido pela empresa em questão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ORÇAMENTOS

O orçamento empresarial foi usado como uma forma de instrumentalizar o planejamento e o controle de uma empresa, isso fez com que o orçamento fosse indispensável em qualquer organização. De acordo com Marques, (2011) o orçamento pode ser descrito

como um conjunto de planos financeiros com objetivo de programar a estratégia da organização em determinado período de tempo.

Essa forma de planejar as finanças da empresa que veio em busca aperfeiçoar os métodos utilizados sempre buscando uma maior rentabilidade e organização. O orçamento financeiro teve a responsabilidade de disponibilizar valores de interesse e que foram viáveis, orçamentos como forma de vender de utilizar valores, e os custos envolvidos.

O envolvimento no processo da elaboração de orçamento obteve pessoas com habilidades no setor e que trabalhou de forma que o trabalho tenha envolvido todo o contexto pretendido. Marques (2011), afirma que: “o orçamento deve ser apadrinhado pela administração. A organização deve considera-lo, primariamente, como um instrumento da administração e não primariamente como um dispositivo contábil”.

As novas formas de negociação e de trabalho mudaram alguns métodos de fazer orçamentos, onde vários setores foram atingidos e varias formas de trabalho e habilidades ocorrerão mudanças para que o orçamento fosse concluído de forma a que tenha obtido grandes resultados.

Hoji (2009, p.167) Diz que:

O orçamento de capital é um programa de aplicação de capital de longo prazo vinculado ao plano estratégico e trata de investimentos permanentes. As decisões relacionadas ao orçamento de capital devem ser tomadas somente após profundo estudo, pois uma vez iniciado o processo de dispêndio de capital, sua interrupção ou reversão não será fácil.

Assim seguindo o que foi explanado acima o orçamento de capital é bastante importante estrategicamente para os investimentos da empresa, fazendo parte das decisões tomadas pela mesma, fazendo com que mesmo depois de um processo de decisão bastante importante a organização sempre busque a melhor alternativa.

2.2 ANÁLISE FINANCEIRA DE INVESTIMENTO

Os meios financeiros que tiveram que ser tomados para o investimento empresarial ocorreram de maneira onde o risco de perda ocorresse de forma mínima, pois a entrada de um capital de expressão no setor de grande força como o de construção obteve varias formas de conseguir um bom retorno e assim reinvestiu no capital de giro da empresa de acordo com ROSS,2008, p.257 “do ponto de vista da empresa o retorno esperado é o custo de capital

próprio”. Esta forma de agir com os planejamentos empresariais e orçamentários que atraíram outros maiores investimentos, pois, todos os valores que depois do processo dos custeios foram colocados para serem reinvestidos no capital empresarial, buscaram sempre o aumento do patrimônio líquido.

Segundo Santos (2001) “o capital de giro necessário à operação do projeto também faz parte da projeção de investimentos. No final do período de análise, ocorre a recuperação do investimento em capital de giro, gerando a entrada de caixa correspondente”. Seguindo o que foi dito pelo autor a empresa sempre busca o retorno do capital que foi investido, o capital de giro, por exemplo, tem que ser ativo dentro da organização, pois, os novos investimentos, e, o aumento da empresa deve sair sempre do patrimônio líquido gerado pelo capital de giro investido na organização.

Os investimentos feitos pelas empresas buscam sempre um melhor retorno sendo assim as caracterizações são investimentos de curto e longo prazo. Chiavenato (2005) afirma que o curto prazo é definido como um período igual ao de um exercício social, que, na grande maioria dos casos, corresponde a um ano. Para Pereira (2006), são classificados em investimentos “as participações permanentes em outras sociedades e os direitos de qualquer natureza não classificados no ativo circulante e que não se destinem a manutenção da atividade da companhia ou da empresa”.

Sobre o investimento, uma etapa em que se é bastante focada no processo é o retorno do que foi investido, segundo Hoji (2009, p. 300) “O retorno sobre o investimento (return on investment, da sigla, ROI) é considerado por muitos analistas como a melhor medida de eficiência operacional”. Sempre como um ponto de referencia para os que trabalham na área uma das melhores soluções para um bom resultado um bom retorno. Ainda sobre a decisão de investimento, Rezende e Araújo (2008), afirmam que a decisão de investimento, que também é conhecida como o orçamento de capital, é fundamental para o sucesso da organização.

A empresa quando toma a decisão de investir, logo após ter feito orçamentos de capitais, análises e estratégia sobre o investimento ela tem que estar atenta aos riscos que poderão ocorrer, Rezende e Araújo (2008) define o risco como uma consequência da decisão livre e consciente de expor-se a uma situação na qual há a expectativa de ganho, sabendo que há possibilidade de perda ou dano. Ainda no pensamento do autor o risco acontece quando quem toma as decisões da aplicação de um ativo pode estimar probabilidades relativas a vários resultados. O risco está existente em todas as atividades organizacionais. Tudo o que é

definido no presente, visando alguns resultados futuros, está sujeito a riscos. Só não está livre o que é passado.

A decisão de investimento é algo bastante importante para a empresa pois nela existe o risco de não ocorrer o retorno esperado, já para o retorno esperado o autor afirma que é o que o indivíduo espera que um investimento ou negócio possa proporcionar no próximo período. O retorno é o passo mais esperado do investimento, Para HOJI (2009, P. 173) “é o período em que o valor do investimento é recuperado, ou seja, é o prazo em que os valores dos benefícios líquidos de caixa se igualam ao valor do investimento inicial”. O tempo de retorno esperado é um retorno à curto prazo, pois em quanto menos tempo o dinheiro está de volta mais investimentos ocorrerão. Santos (2001, p. 150) afirma que: “O tempo de retorno é um parâmetro do tipo quanto menor, melhor. Um tempo de retorno baixo é decorrência de uma alta taxa de lucro sobre o investimento”.

2.3 UTILIZAÇÃO DO ORÇAMENTO E DO CAPITAL DE GIRO COMO DECISÃO DE INVESTIMENTO

Quando decisões foram tomadas em relação aos investimentos o capital de giro foi fundamental para toda empresa, para saber até onde foi o investimento planejado, decidir quais as formas de chegaram aos objetivos.

Santos, (2001, p.144) afirma que:

O objetivo básico da análise de investimento é avaliar uma alternativa de ação ou escolher a mais atrativa entre varias, usando métodos quantitativos. quando a analise de investimento refere-se a uma decisão de grande envergadura, um novo empreendimento ou ampliação de um já existente seu prognóstico é decisivo para aceitação ou rejeição da proposta.

Diante do que Santos expressou, acima, a procura sempre foi em busca de um investimento que fosse mais lucrativo e viável para a empresa, sempre medindo a dimensão do que foi sendo investido e o valor do retorno.

Sempre de forma organizada a empresa com seu planejamento trabalhou com foco em suas atitudes e números que estão envolvidos, pois, quando se tem o real sentido do investimento do capital de giro pode ocasionar vários problemas à empresa. Assim conforme o que foi explanado por Santos (2001,p.14) “elevado volume de capital de giro irá desviar

recursos financeiros que poderiam ser aplicados nos ativos permanente da empresa permanentes da empresa.”

Para (Correia Neto, 2011) “As decisões de investimento dizem respeito ao comprometimento de recursos financeiros para a empresa obter em um momento futuro, algum tipo de retorno”. Essa decisão é muito complexa e a influencia bastante e a mesma pode ocasionar vários efeitos dentro da empresa, essa pode ser de forma negativa ou positiva.

2.4 CAPITAL DE GIRO

O capital de giro é o capital que circula dentro da empresa para as atividades que a mesma oferece, todo o dinheiro que é colocado na empresa como investimento é denominado como capital de giro. Todas as operações que forem determinadas a fazer no interior da empresa passam a interferir direta ou indiretamente no capital de giro.

Segundo a afirmação de Hoji (2009, P. 107) que diz que:

O capital de giro é conhecido também como capital circulante e correspondente aos recursos aplicados em ativos circulantes, que se transformam constantemente dentro do ciclo operacional. Como o próprio nome dá a entender, o capital de giro fica girando dentro da empresa e, a cada vez que sofre transformação em seu estado patrimonial, produz reflexo na contabilidade.

É necessário que o capital de giro da empresa seja estudado para que a empresa não tenha prejuízo entre custos e despesas, pois os valores do capital de giro vão mudando conforme as operações da empresa vão se desenvolvendo, o capital de giro faz parte do dia a dia da empresa e os números que ele se introduz. Seguindo o pensamento de Chiavenato (2005), a administração de capital de giro busca gerenciar os ativos circulantes e passivos circulantes da organização para concretizar uma quantidade aceitável de capital circulante líquido.

O capital de giro trabalhado pela empresa depende de seu faturamento, da forma de como é o crédito comercial e da quantidade de estoque existente em manutenção, assim Rezende e Araújo (2008, p.174) afirmam que “O capital de giro ou capital circulante é representado pelo ativo circulante, isto é, pelas aplicações correntes, identificadas geralmente pelas disponibilidades, valores a receber e estoque”.

A empresa deve possuir sempre uma reserva de capital para algo que possa ocorrer, ela deve trabalhar de uma forma em que as negociações não afetem o capital existente, e que sempre obtenha lucro para manter o capital da empresa. Um capital que seja restrito irá influenciar em negociações da empresa, assim a organização deve sempre manter o seu capital de giro em dia.

2.5 A INCLUSÃO DE FINANCIAMENTOS COMO CAPITAL DE GIRO

A decisão de fazer a inclusão de financiamentos no capital de giro da empresa é bastante frequente entre as empresas que buscam maiores investimentos, a importância de aumentar o capital em circulação da empresa faz com que a empresa busque alternativas como investimentos de terceiros no próprio negócio. Santos (2001) afirma que: a utilização de capital de terceiros é uma prática universal nas empresas, pois permite que sua implantação, funcionamento e expansão não dependa apenas do capital próprio. Já Chiavenato (2005, p. 39) define financiamento como “uma operação pela qual a empresa obtém recursos financeiros de terceiros para capital de giro, ativos circulantes temporários ou permanentes, bem como para investimento”. Assim todo investimento feito através de terceiros participa como capital investido ou ativo circulante da organização em questão.

Segundo HOJI (2009, P. 189) “ A alavancagem financeira ocorre quando o capital de terceiros produz efeitos sobre o patrimônio líquido. O processo é como se o capital de terceiros, utilizando-se de uma “alavanca” produzisse efeitos (positivos ou negativos) sobre o patrimônio líquido. O financiamento não existe apenas para incluir dinheiro na organização ela também é utilizada para compra de equipamentos ou veículos que participe do processo da empresa.

O administrador define as formas de incluir o financiamento e assim identificar quais as melhores formas de investimento, e as formas de financiamento divide-se em duas opções, longo prazo e curto prazo, as opções de financiamento na maioria das vezes são feitas através de sistemas bancários. Os financiamentos acontecem em duas alternativas em curto prazo e longo prazo, o financiamento de curto prazo, é um financiamento de prazo determinado na maioria das vezes um ano e tem que ser feito com planejamento, pois pode influenciar nos resultados da empresa. SANTOS (2001, P.128) diz que “o principal problema da administração dos financiamentos de curto prazo é determinar o prazo de maturidade

adequado para as necessidades da empresa. Se o financiamento tiver um prazo maior do que necessário, acarretará uma perda financeira”.

Para Nascimento (2011)

Os financiamentos a Longo Prazo pode ser caracterizado como dívida que tem maturidade superior a um ano. É obtido junto a uma instituição financeira como um empréstimo a prazo ou através da venda de títulos negociáveis, que são vendidos a um número de credores institucionais e individuais maturidade superior a um ano.

Também como forma de investimento utilizado pelas empresas os financiamentos de longo prazo são bastante usado nas organizações, são mais utilizadas por pequenas e médias empresas trabalham muitas vezes com investimentos permanentes.

3 METODOLOGIA

Para Bento e Ferreira (1982), citado por Vergara (2005, P. 168) diz que “o método de pesquisa utilizado é definido através de quatro etapas principais (a) a unidade de análise, (b) a definição da coleta de dados, (c) o esquema lógico da pesquisa, e (d) o quadro de referencia para a leitura de resultados”. A referida pesquisa trouxe alguns meios metodológicos, onde mostrou o tipo de pesquisa em questão, as análises que foram usadas, as técnicas e instrumentos de coletas de dados que informarão o trabalho organizacional da empresa, e como foi tratada a análise dos dados onde assim foi pesquisado.

3.1 TIPOS DE PESQUISA

Segundo Vergara (2007), a pesquisa pode ser dividida em dois critérios: quanto aos fins (exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada e intervencionista) e quanto aos meios de investigação (pesquisa de campo, pesquisa de laboratório, documental, bibliográfica, experimental, ex post facto, participante, pesquisa-ação e estudo de caso).

A referida pesquisa apontou um perfil de descritiva e exploratória, descritiva, pois buscou abordar e descrever os meios que a empresa utilizou para fazer a pesquisar e demonstrou qual a melhor decisão que foi tomada sobre o futuro da empresa. Para Vergara (2007, p.47) “a pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de

determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza”.

A pesquisa é exploratória, pois, extraiu varias informações do interior da empresa. “ A investigação exploratória que não deve ser confundida com leitura exploratória, é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado”, afirma Vergara (2007, p.47).

Ainda seguindo Vergara (2007, p.49) “Estudo de caso é o circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas essas como pessoa, família, produto, empresa, órgão público, comunidade ou mesmo país”. O trabalho em questão abordou um estudo de caso, pois assim, tratou de um estudo em uma empresa no qual foi avaliada e concretizou o melhor investimento para o crescimento da empresa.

3.2 UNIVERSO DE ANÁLISE

A organização que foi pesquisada é uma empresa varejista de materiais de construção e reforma, a Decy construções é uma empresa que está a sete anos no mercado de construção e vem aumentando seu espaço entre as demais concorrentes, a empresa trabalha além da venda no varejo com serviços ligados a fabricação de produtos como portas janelas e etc.

A Decy construções é uma empresa que atua na cidade de Santa Luzia na Paraíba, com perfil familiar onde o empresário trabalha com a ajuda de sua esposa e de suas filhas, assim como a prestação de serviço de seis funcionários que buscam trabalhar em conjunto pela empresa. A empresa tem um valor de mercado muito importante para a cidade e para região, pois, além de vender suas mercadorias na cidade também recebe clientes das cidades circunvizinhas, a empresa tem um grande potencial na negociação de ferro, para venda no varejo, no entanto isso faz com que a empresa seja uma das maiores no Vale do Sabugi, na venda de ferragens para construção e para serralherias.

3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados do projeto foi feita em forma de pesquisa exploratória e estudo de caso, com relatórios e movimentações financeiras da empresa, para um melhor entendimento de como estava o faturamento e as formas de investimento e colher informações para novos

investimentos. As informações foram coletadas através de observação participante logo que o pesquisador trabalha e faz parte diretamente da empresa, também foram coletadas informações através da entrevista por pauta direcionada aos clientes, que compareceram no local durante a pesquisa, e ao proprietário, Para Vergara, (2007, p.55) “Na entrevista por pautas, o entrevistador agenda vários pontos para serem explorados com o entrevistado”.

De acordo com Gil, (2010, p.121) que afirma que “A observação participante consiste na participação real do pesquisador na vida da comunidade, da organização ou do grupo em que é realizada a pesquisa. O observador assume, pelo menos até certo ponto, o papel de membro do grupo”.

3.4 TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

Os dados e resultados dessa pesquisa foram utilizados para uma melhor decisão de atividades que ajudou a empresa a trabalhar com os melhores meios possíveis. Assim justificou ao leitor o que era pretendido.

A pesquisa qualitativa considera a existência de uma relação dinâmica entre o mundo real e sujeito (Lakatos, Marconi, (2007) apud Cavalcanti (2013). A pesquisa em questão foi uma análise qualitativa, “A análise criteriosa de dados, tanto internos como externos a uma organização (informações normalmente públicas), torna-se cada vez mais necessária” (Freitas & Lesca, 1992).

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

Os resultados dos dados obtidos pela entrevista em pauta foram significativos, essas, direcionadas a clientes que afirmaram serem clientes constantes da empresa Decy construções, e ao proprietário da mesma, e também pela observação participante já que a pesquisadora faz parte interna da organização, assim tomando como base os resultados obtidos na pesquisa como a opinião dos clientes e a do proprietário, sobre dois possíveis investimentos que a empresa poderia fazer colocando em discussão qual seria o melhor resultado para o investimento.

Diante do que foi perguntado aos clientes e ao proprietário da empresa na entrevista e o que foi abordado pela observação algumas análises podem ser feitas, e dentre elas qual o melhor investimento será melhor para o cliente.

4.1 OBJETIVOS DE PESQUISA

Dos objetivos propostos na pesquisa, seria analisar qual das duas oportunidades de investimentos seria melhor para a empresa, a ampliação de um mix maior de mercadorias ou a mudança de atividade da empresa se tornando distribuidor de um material específico. Primeiramente diante do que foi observado sobre a empresa é que tem um potencial enorme de crescimento para com o mercado no qual se está inserido e que vem em constante crescimento, e que é clara a disponibilidade do proprietário em busca de aumentar sua empresa.

Do que foi observado, uma grande quantidade de informações internas da empresa foi incluída nas pesquisas, foi observado que a empresa tem um déficit bastante grande no mix de mercadorias em comparação aos seus concorrentes, foi visto também que para uma empresa de construção falta bastante variedade, e que tem um ponto bastante forte que é uma variedade em apenas um determinado segmento de produto, que no caso da empresa o segmento em foco para o investimento é o ferro, e que novos investimentos nesse ramo é objetivo do proprietário, mas, a observação também contribuiu para a percepção de que uma das duas alternativas abordadas na pesquisa está sendo avaliada com bons olhos na organização.

A entrevista feita com o proprietário da empresa foi bastante proveitosa, nessa entrevista foi perguntado se ele estaria satisfeito com o mix de materiais da empresa dele e a resposta dele foi que, “*não*”, ele gostaria de ter uma maior variedade de produtos, ele crer que é o que tem mais saída na empresa que é as ferragens. Depois foi perguntado sobre o que ele acha que atrairia mais clientes à sua empresa, se: um mix maior de mercadorias ou produtos com o preço mais baixo dentre os concorrentes; a resposta foi imediata e com bastante certeza no que explanava no momento: “preço baixo”, com uma tonalidade de bastante certeza no que estava afirmando. Para Mairins (2011) o preço tem a função de gerar valor e, conseqüentemente, satisfazer (ou não) o cliente.

Em seguida foi feita a pergunta se aumentando o mix de mercadorias, novos custos iriam aparecer e assim diminuiria o lucro liquido da empresa. A resposta foi que “não”, mesmo obtendo novos custos novos lucros também iriam surgir e que não iria interferir na sua margem.

Ainda foi perguntado se a empresa tinha um possível capital e um poder de negociação para a empresa tornar-se um possível atacado, ele acha que a empresa ainda não tem potencial de capital e de negociação com grandes investidores para assim conseguir negociações que o coloque no mercado como forte concorrente como distribuidor.

Em continuação com a entrevista ao proprietário foi perguntado sobre qual investimento o traria um maior valor a ser aplicado na empresa, ele disse que a mudança para atacado traria maiores custos de implantação do que o aumento do mix de mercadorias pois é um produto de alto valor agregado e que teria que ter um bom estoque para melhores negociações. Gropelli (2006, p. 160) afirma que “certamente, o custo de capital é um dos principais fatores usados na determinação do valor da empresa. Em finanças, o custo de capital é o mesmo da taxa de desconto. Alto risco significa alto custo de capital, enquanto baixo risco significa baixo custo de capital”.

Também foi perguntado sobre qual investimento traria um maior retorno financeiro, e também qual retorno seria mais rápido: ele afirmou que o atacado traria melhores lucros para a empresa e que o mesmo teria o retorno de lucro mais rápido, pois tem um ótimo mercado para se trabalhar. Para Gropelli, A. A. (2006) Retornos são receitas esperadas ou fluxos de caixa previstos de qualquer investimento.

E por ultimo foi questionado qual seria a melhor escolha, ou o que ele optaria para sua empresa: a ampliação de um novo mix de mercadorias ou a mudança de sua empresa para uma organização que venda em atacado (distribuidora)? Ele afirma que uma mudança para o atacado teria sua preferencia! De acordo com Santos (2001) que diz que, a projeção dos investimentos abrange as estimativas de gastos com compra de direitos de utilização de marca, terrenos, construção civil, montagem de instalações comerciais ou industriais, além da aquisição de maquinas e equipamentos.

PARTE II

Em entrevistas com vários clientes da empresa, de uma média de 540 clientes

mensais foi colhida uma amostra de 10 que afirmaram que são clientes constantes da empresa, perguntas relacionadas ao mix de mercadorias foram feitas, assim como sua opinião sobre o investimento. E os resultados dessas entrevistas trouxeram a posição desses clientes, que tem o papel fundamental na empresa. Mairins (2011) afirma que: o cliente leva em conta a necessidade ou o desejo de possuir, a qualidade do bem ou serviço a ser adquirido e a facilidade de comprar.

As entrevistas com os clientes trouxeram para a pesquisa um ótimo posicionamento dos clientes sobre a empresa, eles se divergiram ao serem perguntados sobre o mix de mercadoria, se era suficiente o que tinha na loja, a metade deles disseram que sim estão satisfeitos com o mix existente para as atividades que eles precisam, já a outra metade falou que poderia ser melhor, que o mix não tem a variedade que se busca em uma loja de construção.

Na busca por respostas de quem é fundamental para a empresa, os clientes, a maioria dos que responderam, disseram que fazia diferença comprar em uma empresa e ter que comprar o que faltou em outra, pois causa incomodo ter que ir a vários lugares, para comprar o que poderia ser comprado em um único lugar, também pelas formas de pagamento que podem diferenciar-se, mas para a minoria não faz diferença, não causa nenhum desconforto. Já quando foram perguntados sobre produtos que faltavam na empresa todos falaram algo que faltava na empresa como uma maior quantidade de materiais mais refinados, outros falaram que necessitava de produtos de construção civil, como: madeira, cimento, e cerâmica. Todos os entrevistados disseram que os clientes buscam serviços completos, e que se todos os produtos estivessem disponíveis na loja Decy construções não optariam por comprar em outro lugar, devido ao pelo preço que é bastante atrativo, “seria bem melhor se estivesse tudo em um só lugar mais nem sempre é assim” disse um dos entrevistados. Mesmo não tendo toda a mercadoria os clientes afirmaram que compraria o que estivesse disponível na loja, pelo preço e já alguns entrevistados disseram que o preço não influenciava, preferiria comprar em um único lugar.

Como o resultado dessa pesquisa busca saber qual o melhor investimento a ser feito, foi decidido perguntar ao cliente, qual seria o melhor investimento para ele, como cliente, 90 % dos entrevistados disseram que o aumento e a ampliação no mix de mercadoria traria melhorias para o cliente, segundo Kotler e Keller (2006) apud Ribeiro (2013), o produto é muito mais que uma oferta tangível é algo que pode ser oferecido a um mercado para satisfazer um desejo ou necessidade, podendo ser desde algo físico, passando por um serviço,

até mesmo um simples evento. assim com a minoria de 10% afirmando que para os serviços que eles trabalhavam a mudança para distribuição traria melhores recursos para a empresa e para ele.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o fim da pesquisa, foi observado que a empresa encontra-se em bastante crescimento e que o desejo do aumento da mesma é nítido, a pesquisa em si detectou que o proprietário da empresa tem bastante interesse no investimento de distribuição. O investimento escolhido pelo proprietário se mostrou um bom investimento, mas que a empresa não está preparada para tal, de acordo com a pesquisa feita, a empresa precisa obter um maior valor para poder colocar em prática esse investimento, diferente do que o proprietário informou que disse que a empresa não tinha ainda potencial de capital tal como para negociação para tal investimento. A observação que aconteceu no interior da empresa serviu para conhecer as diversidades de pensamento do proprietário, que ao mesmo tempo que diz que a melhor decisão de certeza seria partir para a distribuição, ele afirma que a empresa não tem potencial de capital de giro e de negociação, para uma possível realização de desejo do investimento escolhido, esse investimento só seria possível se com a escolha viesse também financiamentos que ajudassem a empresa no investimento, sem contar com um planejamento e um orçamento de capital para que os melhores resultados aconteçam.

A segunda oportunidade de investimento era a ampliação do mix de mercadorias da empresa, como foi visto os clientes muitas vezes não estiveram satisfeitos com a variedade do mix de mercadorias disponibilizados pela empresa, isso quer dizer que a empresa precisa investir mais no mix de mercadorias para um melhor resultado com os clientes.

Esse investimento proposto de ampliação do mix traz novas formas de trabalho como o investimento em novas mercadorias como: cimento, tijolo, brita, madeira e alguns outros citados pelos clientes na pesquisa e já observado que para trabalhar de igual para igual com seus concorrentes, esses produtos fundamentais em uma loja de construção teriam que ser incluído na mesma, pois não possui.

Foi observado que no resultado da pesquisa feita na empresa que o empresário opta por uma opinião diferente dos clientes assim, sendo o melhor resultado aquele que foi dado pelo cliente já que é quem faz com que o comercio fature pelas suas escolhas.

Portanto essa pesquisa serviu para responder ao problema de pesquisa feito no começo do estudo onde se referia e perguntava Como a análise financeira pode contribuir para uma decisão de investimento? O melhor investimento no entanto para a empresa, foi considerado, o aumento do mix de mercadorias a melhor decisão a ser tomada pela empresa, tanto pelo custo de investimento que é menor, como para a escolha dos clientes, mas mesmo sendo um investimento que tenha menores custos para ser colocado em pratica a ampliação do mix pode ser inserido também com a ajuda de financiamentos para um melhor resultado pois quanto melhor e mais bem feito o investimento é colocado em prática, mais os clientes estarão satisfeitos com a empresa.

REFERENCIAS

BENTO E FERREIRA (1982), Apud, Dias, D. S. **Como escrever uma monografia**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração financeira: uma abordagem introdutória**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CORREIA, N. **Planejamento e controle orçamentário**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

FREITAS, H. & LESCA, H. **Competitividade empresarial na era da informação**. Revista de Administração da USP, v.27, p.92-102,jul./set.1992.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas S. A, 2010.

GROPELLI, A. A. **Administração financeira**. 2 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2006.

HOJI, M. **Administração financeira e orçamentária**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2009

MAIRINS, SIMAO. **Dos 4 os do marketing aos 4 cs dos clientes**. Administradores.com.br, v.11, nov., 2011.

NASCIMENTO, A. J. J. **Fontes de financiamento de capital de giro de longo prazo.** Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/producao-academica/fontes-de-financiamento-de-capital-de-giro-de-longo-prazo/4347>>. Acesso em: 01 de junho de 2014.

KOTLER, Philip. Apud, Ribeiro, J. A. L. **Administração de marketing: Análise, planejamento e controle.** Tradução Ailton Bonfim Brandão -5. Ed.-7. Reimpr. –São Paulo: ATLAS, 2008.

MARQUES, W. L. **Orçamento empresarial: utilizada nas micro e pequenas empresas.** Paraná, 2011.

PEREIRA, S. J. **Análise financeira das empresas.** 8 ed. São Paulo: Editora Atlas S. A, 2006.

REZENDE, A. L.; ARAÚJO, G. M. F. **Administração financeira e orçamentária.** Curso de Graduação em Administração a distancia.V.5. 2008.

ROSS, W. J. **Administração financeira corporate finance.** São Paulo: Editora Atlas S.A, 2008.

SANTOS, E. O. **Administração financeira da pequena e média empresa.** São Paulo: Editora Atlas S.A, 2001.

SCHIER, C. U. C. **Controladoria como instrumento de gestão.** 1ª ed. Curitiba: Juruá, 2007.

SILVA, J. P. **Análise financeira das empresas.** 8 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 9 ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2007.