



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB  
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA – DAEC  
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**ELAINE CRISTINA GONÇALVES DE SIQUEIRA**

**UM ESTUDO SOBRE A VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA PARA  
AMPLIAÇÃO DO PORTFÓLIO DA EMPRESA MARIAH PERSONALIZADOS NA  
CIDADE DE CAMPINA GRANDE - PB**

**CAMPINA GRANDE-PB  
2019**

**ELAINE CRISTINA GONÇALVES DE SIQUEIRA**

**UM ESTUDO SOBRE A VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA PARA  
AMPLIAÇÃO DO PORTFÓLIO DA EMPRESA MARIAH PERSONALIZADOS NA  
CIDADE DE CAMPINA GRANDE - PB**

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

**Área de concentração:** Finanças.

**Orientadora:** Prof<sup>a</sup>.Ma. Kaline Di Pace Nunes

**CAMPINA GRANDE-PB  
2019**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S618e Siqueira, Elaine Cristina Gonçalves de.

Um estudo sobre a viabilidade econômica e financeira para a ampliação do portfólio da empresa Mariah personalizados na cidade de Campina Grande -PB [manuscrito] / Elaine Cristina Gonçalves de Siqueira. - 2019.

27 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2019.

"Orientação : Profa. Ma. Kaline Di Pace Nunes ,  
Coordenação do Curso de Administração - CCSA."

1. Investimento. 2. Empreendimento. 3. Orçamento de capital. 4. Gestão financeira. I. Título

21. ed. CDD 658.15

**ELAINE CRISTINA GONÇALVES DE SIQUEIRA**

**UM ESTUDO SOBRE A VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA PARA  
AMPLIAÇÃO DO PORTFÓLIO DA EMPRESA MARIAH PERSONALIZADOS NA  
CIDADE DE CAMPINA GRANDE - PB**

Artigo apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Área de concentração: Finanças.

Conceito Final: 30,0 (Aprovada)

Aprovada em: 29 /05 /2019.

BANCA EXAMINADORA

Kaline Di Pace Nunes

Prof. Ma. Kaline Di Pace Nunes (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Viviane Barreto Motta Nogueira

Prof. Dra. Viviane Barreto Motta Nogueira  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Anne Isabelly Pereira das Neves

Prof. Ma. Anne Isabelly Pereira das Neves  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A minha mãe pelo apoio, dedicação e amor.  
DEDICO.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>8</b>
<b>2 REFERÊNCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1 Análise Financeira e Econômica</b> .....	<b>9</b>
<b>2.2 Fluxos de Caixa para Orçamento de Capital</b> .....	<b>9</b>
<b>2.3 Técnicas para Orçamento de Capital</b> .....	<b>10</b>
<b>2.3.1 Períodos de Payback</b> .....	<b>11</b>
<b>2.3.1.1 Taxa Mínima de Atratividade TMA</b> .....	<b>12</b>
<b>2.3.2 Valor Presente Líquido (VPL)</b> .....	<b>12</b>
<b>2.3.3 Taxa Interna de Retorno (TIR)</b> .....	<b>13</b>
<b>3 ASPECTOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>13</b>
<b>4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS</b> .....	<b>15</b>
<b>4.1 Estudo de Mercado</b> .....	<b>15</b>
<b>4.1.1 Seguimentação de Mercado e Público Alvo</b> .....	<b>15</b>
<b>4.1.2 Concorrentes</b> .....	<b>16</b>
<b>4.1.3 Análise Swot</b> .....	<b>17</b>
<b>4.2 Estudo de Investimento para Expansão</b> .....	<b>18</b>
<b>4.3 Capacidade de Atendimento, Serviços e Valores</b> .....	<b>18</b>
<b>4.4 Caracterização da Empresa</b> .....	<b>19</b>
<b>4.4.1 Ampliação do Portifólio</b> .....	<b>20</b>
<b>4.5 Projeção do Fluxo de Caixa - Mariah Personalizados</b> .....	<b>21</b>
<b>4.6 Aplicação das Técnicas de Orçamento de Capital</b> .....	<b>23</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>24</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>25</b>

# UM ESTUDO SOBRE A VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA PARA AMPLIAÇÃO DO PORTFÓLIO DA EMPRESA MARIAH PERSONALIZADOS NA CIDADE DE CAMPINA GRANDE - PB

Elaine Cristina Gonçalves de Siqueira<sup>1</sup>

Kaline Di Pace Nunes<sup>2</sup>

## RESUMO

O presente artigo trata-se do estudo que tem por objetivo verificar a viabilidade econômica e financeira para ampliação do *portfólio* da empresa Mariah Personalizados na cidade de Campina Grande/PB, para isso foi realizada uma pesquisa a fim de caracterizar a empresa e obter a projeção de seus dados financeiros para aplicação das técnicas de orçamento de capital, a metodologia adotada considera-se como descritiva exploratória com caráter quantitativo, realizada através de pesquisa documental e estudo de caso, a partir da aplicação das técnicas de orçamento de capital: *payback*, valor presente líquido e taxa interna de retorno, com base no referencial teórico apresentado foi possível verificar que o investimento é viável devido ao *payback* obtido ter sido de menos de 3 meses de atividade, seu valor presente líquido (VPL) considerando uma taxa de 10% a.m ter sido positivo, levando em consideração o valor do dinheiro no tempo, e sua taxa interna de retorno (TIR) ser de 35% a.m, sendo superior à taxa mínima de atratividade projetada. Conclui-se, portanto, através dos resultados alcançados, a viabilidade econômica e financeira do projeto.

**Palavras-Chave:** Investimento; empreendimento; orçamento de capital; gestão financeira

## ABSTRACT

This article is about the study that aims to verify the economic and financial viability to expand the portfolio of Mariah Personalized company in the city of Campina Grande / PB, characterize the company and obtain the projection of its financial data for the application of the capital budgeting techniques, the adopted methodology is considered as descriptive exploratory with quantitative character, accomplished through documentary research and case study, from the application of the techniques of capital budget: *payback*, net present value and internal rate of return, based on the theoretical reference presented it was possible to verify that the investment is viable due to the *payback* obtained was less than 3 months of activity, its net present value (NPV) considering a rate of 10% per month to be positive, taking into account the value of money over time, and its internal rate of return (IRR) to be 35% per month, which is higher than the projected minimum rate of attractiveness. Therefore, the economic and financial viability of the project is achieved through the results achieved.

**Keywords:** Investment; venture; capital budget; financial management

---

<sup>1</sup> Graduanda do curso de Administração da UEPB. E-mail: elainecristina\_gs@hotmail.com.br

<sup>2</sup> Professora Orientadora Mestra em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. E-mail: kalinedipace@hotmail.com

## 1 INTRODUÇÃO

Com foco nas reais necessidades dos clientes e nas variáveis de um ambiente comercial arrojado, as empresas precisam manter a atenção nas expectativas do seu potencial cliente e oferecer soluções que atendam suas necessidades de forma assertiva. Ampliar a visão, realizar uma análise holística do ambiente interno e externo é imprescindível para tomar decisões e adaptar-se as mudanças que impactam as organizações de forma positiva ou negativa, de modo a aproveitar as oportunidades oferecidas pelo dinamismo do mercado consumidor, considerando suas alterações de comportamento, de valores, crenças e limitações econômica, política e social.

Uma das variáveis que mais comprometem as decisões de investimento das organizações e o poder de compra do consumidor é a variável econômica. Tem-se discutido bastante sobre crise econômica no Brasil. De acordo com o artigo publicado no jornal *The Economist* (2016) aponta essa como a mais longa recessão em um século e a considera, como diz os economistas, uma década perdida. Apesar de a economia brasileira mostrar um crescimento de 1,1% no ano de 2018 (IBGE, 2019) a recuperação está longe de ser sentida de fato pela população. Segundo Tinoco e Giambiangi (2018, p. 7) “a recuperação em curso não significa necessariamente o prenúncio de um crescimento sustentável para os próximos anos”, ainda segundo os autores a economia brasileira precisa eliminar uma série de gargalos como o ambiente negativo para negócio, o baixo grau de abertura comercial, a precária qualidade da infraestrutura e o nível insuficiente de educação e capital humano, para conseguir, de fato, escapar de uma estagnação econômica.

Diante desse cenário e em resposta a ele vale destacar um dado relevante quanto ao crescimento do empreendedorismo no Brasil, o Relatório Executivo de 2017 da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), aponta que a taxa de empreendedorismo total (TTE) foi de 36,4%, isso mostra que a cada 100 brasileiros adultos, 36 estavam conduzindo um negócio empreendedor, seja na criação de um novo negócio ou desenvolvendo um já existente. Quanto ao gênero, a pesquisa mostra que o contingente de mulheres empreendedoras chega a marca de 24 bilhões, não muito distante do número de homens que, de acordo com a pesquisa, ultrapassam os 25 milhões.

A GEM utiliza como um dos seus parâmetros, a motivação empreendedora, ou seja, aquilo que impulsiona uma pessoa a desenvolver uma atividade arrojada. Essas razões estão relacionadas em dois grupos: empreender por oportunidade ou por necessidade. No primeiro caso identifica-se um problema e enxerga nele uma possibilidade de negócio, no segundo encara-se como uma alternativa para geração de renda. Em ambos os casos, ou ainda motivado pela realização de um sonho pessoal, empreender requer além de ousadia, criatividade e coragem, exige muita disciplina, conhecimento, constante estudo e, sobretudo planejamento.

Diante do exposto, independente da motivação, o objetivo principal de qualquer empreendimento é obter e manter o sucesso empresarial, de modo a prolongar o ciclo de vida da empresa. Assim, o estudo do mercado, bem como a análise de investimento de viabilidade financeira e econômica de um projeto, garantem ao empreendedor tomar decisões mais coerente com sua realidade e fazer projeções de crescimento de forma mais realista, com o intuito de diminuir os riscos, otimizar o uso dos recursos financeiros e de potencializar as chances de sucesso da organização.

Partindo desse pressuposto, utiliza-se a aplicação das técnicas mais comuns de orçamento de capital: *Payback*, Valor Presente Líquido (VPL), Taxa Mínima de Atratividade (TMA) e Taxa Interna de retorno (TIR) para responder o seguinte questionamento: **Qual a viabilidade econômica e financeira para ampliação do portfólio da empresa Mariah Personalizados na cidade de Campina Grande-PB?** Com isso almeja-se atingir o objetivo desse estudo que compreende verificar a viabilidade econômica e financeira para ampliação do portfólio da empresa Mariah Personalizados na cidade de Campina Grande-PB.

O artigo está estruturado na presente introdução, no próximo momento apresenta o referencial teórico; os aspectos metodológicos; o estudo aplicado que trás dados a cerca do estudo de mercado, do estudo de investimentos e estimativas de atendimento. Posteriormente analisa os resultados alcançados através das técnicas de orçamento de capital e por fim as considerações finais.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Análise Financeira e Econômica

O tema financeiro deveria ser do interesse de todos, pessoas físicas ou jurídicas ganham e gastam recursos financeiros desde os primeiros dias de vida. Gitman (2010. p 28) diz que aqueles que compreenderem a cerca de finanças se beneficiará desse conhecimento, pois lhe permitirá tomar as melhores decisões financeiras. Ainda segundo o autor “Finanças diz respeito ao processo, às instituições, aos mercados e aos instrumentos envolvidos na transferência de dinheiro entre pessoas, empresas e órgãos governamentais.” Fica claro que o conhecimento leva a realizar uma análise financeira mais coerente que trará resultados mais satisfatórios tanto no âmbito pessoal quanto no profissional.

A revista Exame (2018) abordou em sua reportagem um dado relevante quanto o percentual de sobrevivência das empresas no Brasil. A revista baseou-se no relatório divulgado pelo SEBRAE em 2016, ao qual mostra que a cada 4 empresas abertas, 1 fecha antes de completar dois anos de existência no mercado. Alguns dos motivos levantados foram a dificuldade de planejamento e execução, a motivação para abertura do negócio e a capacidade de gestão do empreendimento.

Para diminuir os riscos de um projeto ou aumentar suas chances de sucesso faz-se necessário mais do que uma boa ideia, precisa validar essa ideia através de ferramentas como as técnicas de análises de investimentos financeiros e um bom estudo de mercado considerando as suas variações econômicas e sociais. Para Silva (2007, p 24) “a análise financeira precisa ter um enfoque holístico, abrangendo a estratégia da empresa, suas decisões de investimento e de financiamento e suas operações”. A análise de investimentos deve ser pensada sob o aspecto de liquidez, de retorno e de risco que cada projeto envolve.

No entanto, o estudo de viabilidade econômica e financeira tem a função de prever, medir e analisar se o investimento é viável ou não. Para isso o estudo segue algumas etapas importantes como projetar fluxo de caixa, receitas, custos e despesas, avaliar os indicadores calculados e realizar a tomada de decisão.

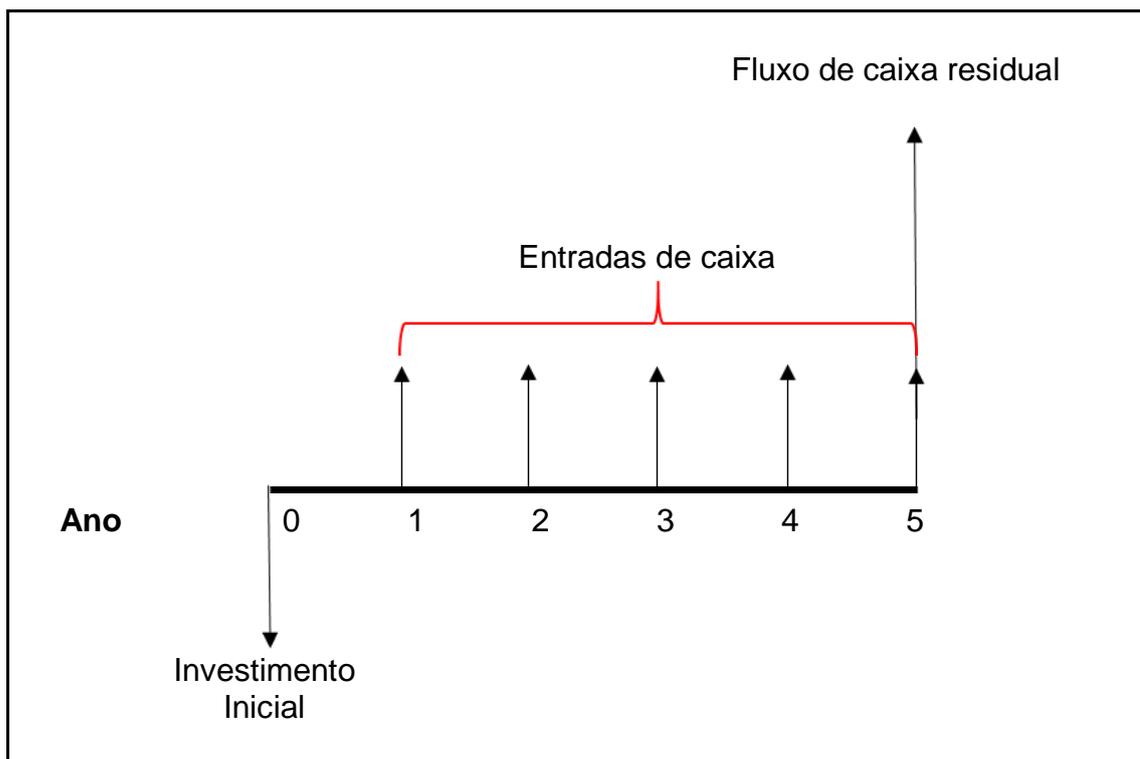
### 2.2 Fluxos de Caixa para Orçamento de Capital

Bordeaux-Rêgo (2013. p 17) diz que: “o método mais utilizado para análise de investimentos é o fluxo de caixa descontado. Ele depende da projeção dos fluxos, da

estimativa de valor residual e da determinação da taxa de desconto”. De acordo com Gitman (2010, p. 95) “os fluxos de caixa, tidos como o sangue que corre pelas veias da empresa, são o foco principal do gestor financeiro, seja na gestão das finanças rotineiras, seja no planejamento e tomada de decisões a respeito da criação de valor para o acionista”. Desse modo a projeção do fluxo de caixa da empresa é o ponto de partida para a aplicação das técnicas de orçamento de capital.

Os autores Meglione e Vallin (2009) consideram as variáveis como: investimento inicial, as entradas de caixa e o fluxo residual de caixa, imprescindíveis para a formulação de fluxo de caixa de projeto de investimento como demonstrado na figura 1.

**Figura 1** - Representação gráfica de fluxo de caixa



Fonte: Meglione e Vallin (2009, p. 124)

A elaboração de um fluxo de caixa permite a empresa analisar os fatores que afetam a sua vida financeira em um dado momento, isso implica certificar se as decisões estão ou não prejudicando a saúde financeira da empresa.

### 2.3 Técnicas de Orçamento de Capital

Uma forma mais segura para o processo de tomada de decisão, ou seja, avaliar se deve investir ou não em um projeto, são através das técnicas de orçamento de capital que, uma vez aplicadas, fornecem subsídios concretos que diminuem o nível de incerteza do empreendimento. Ross conclui que:

O processo de alocação ou orçamento de capital, em geral, é mais complicado do que a simples decisão de comprar ou não um determinado ativo imobilizado. Com frequência, enfrentamos questões mais amplas, como a de lançar ou não um produto, ou entrar ou não em um novo mercado. Decisões como essas determinarão a natureza das operações de

uma empresa e dos produtos nos próximos anos, principalmente porque os investimentos em ativo imobilizado, em geral, têm vida útil longa e não podem ser revertidos facilmente depois de serem feitos. (ROSS, 2013, p. 282)

Com o fluxo de caixa elaborado pode-se partir para a realização de análises mais profundas que permitirão diagnosticar a viabilidade do investimento. As três das técnicas de orçamento de capitais mais utilizadas: Período de *payback*, Valor presente líquido (VPL) e a Taxa interna de retorno (TIR).

### 2.3.1 Períodos de *Payback*

O *Payback* refere-se ao prazo de retorno, ou seja, o tempo necessário para se recuperar o custo de capital inicial investido em um projeto, isso implica dizer que quanto menor for o período de *payback* mais atrativo será investimento. Gitman ressalta que:

A duração do período máximo aceitável de *payback* é definida pela direção da empresa. Esse valor é fixado subjetivamente, com base em uma série de fatores, inclusive tipo de projeto (expansão, substituição, renovação ou outros), percepção do risco do projeto e relação percebida entre o período de *payback* e o valor da ação. Trata -se, simplesmente, de um valor que a administração acredita que, em média, resultará em decisões de investimento geradoras de valor. (GITMAN, 2010. p 366)

O autor fala dos critérios de decisão de aceitação ou rejeição do projeto, caso o período de *payback* obtido seja menor que o tempo aceitável pela empresa, aceita-se o projeto. Ao contrário, caso o tempo encontrado seja maior que o aceitável pela organização, rejeita-se o projeto.

O cálculo do *payback* é o mais simples que existe para análise de investimento, podendo ser encontrado pela razão do valor do investimento inicial e das entradas de caixa anual, como observa-se na figura 2. Vale ressaltar que essa fórmula é utilizada para Fluxos de Caixas constantes.

**Figura 2** - Cálculo do Período de *Payback*

$$\text{Período do Payback} = \frac{\text{Investimento Inicial}}{\text{Entradas de Fluxo de Caixa}}$$

**Fonte:** Gitman (2010)

Bordeaux-Rêgo (2013) descreve que o período de *payback* pode ser calculado de forma simples ou descontado, o método simples leva em consideração apenas o tempo aceitável de retorno investido com base no fluxo de caixa com valores nominais. Enquanto o método descontado é semelhante ao simples, porém, ele considera uma taxa de atratividade ou de desconto, ou seja, o cálculo é feito com base no fluxo de caixa com valores trazidos ao valor presente líquido e considerando o valor do dinheiro no tempo.

Apesar da popularidade e simplicidade desse método Gitman (2010) denuncia a desvantagem desse modelo:

A principal fragilidade do período de payback está no fato de que o período adequado de payback nada mais é que um número determinado de forma subjetiva. Não pode ser especificado à luz do objetivo de maximização da riqueza, pois não se baseia no desconto de fluxos de caixa para determinar se agregam ao valor da empresa. (GITMAN, 2010. p 366)

Por essas razões o método não deve ser utilizado isoladamente para a tomada de decisão, ele deve ser complementar as demais técnicas de análise de orçamento de capital, para que juntas forneçam dados seguros para que se possa tomar a decisão de descartar ou aprovar um determinado projeto.

### **2.3.1.1 Taxa Mínima de Atratividade (TMA)**

A Taxa Mínima de Atratividade (TMA) é um padrão de avaliação que a empresa assume como o ideal, ou seja, cabe a cada empresa fixar qual a taxa de retorno mínima adequada para seus negócios. Não existe uma fórmula para auxiliar na decisão da taxa mínima aceitável.

Para Puccini (2011) a taxa de atratividade é encarada como o custo de oportunidade da organização. Em outras palavras é o custo de capital da empresa ou o retorno médio atingido por ela. Cada organização deve além dos estudos sobre custos de oportunidade, atentar-se para o risco do negócio e a liquidez, para definir com clareza e segurança a TMA que melhor se aplica a sua empresa.

Essa taxa é delimitada com base nas taxas de juros exercida pelo mercado, dentre elas tem-se: Taxa Básica Financeira (TMF); Taxa Referencial (TR); Taxa de Juros de Longo Prazo (TJLP); Sistema Especial de Liquidação e Custódia (SELIC).

A TMA está diretamente ligada ao Valor Presente Líquido (VPL), pois é impossível calcular o VPL sem antes ter definido a taxa de atratividade.

### **2.3.2 Valor Presente Líquido (VPL)**

O Valor Presente Líquido nada mais é do que o valor presente das entradas de caixa subtraído do valor presente das saídas de caixa. Baseia-se em uma técnica refinada de orçamento de capital que considera o valor do dinheiro no tempo, para seu cálculo é utilizada uma taxa que representa o retorno mínimo que a empresa precisa ter para não perder seu valor diante do mercado, ou seja, a taxa mínima de atratividade (TMA) também conhecida como taxa de desconto, retorno requerido, custo de capital ou custo de oportunidade. Ross (2013) complementa que:

Em outras palavras, o valor presente líquido é uma medida do valor que é criado ou agregado hoje por um investimento que será feito. Dado nosso objetivo de criar valor para os acionistas, o processo de orçamento do capital pode ser visto como uma pesquisa de investimentos com valores presentes líquidos positivos. (ROSS. 2013, p 283)

Para realizar o cálculo do VPL deve-se trazer os fluxos financeiros para a data zero, ou seja, para o presente, aplicando a taxa de atratividade da empresa. A fórmula do cálculo é a seguinte:

$$VPL = -I.I + \frac{FC1}{(1+K^1)} + \frac{FC2}{(1+K^2)} + \frac{FC3}{(1+K^3)} + \dots + \frac{FCn}{(1+K)}$$

Adota-se como critério de avaliação segundo a explicação resumida de Bordeaux-Rêgo (2013), as seguintes condições:

- VPL > 0, o projeto é aceito;
- VPL = 0, é indiferente aceitar ou não;
- VPL < 0, o projeto é rejeitado.

Toda empresa busca um projeto de VPL positivo, pois garante que o capital investido é recuperado, que o rendimento do investimento é superior a taxa de atratividade da empresa e principalmente porque o projeto gera riqueza.

### 2.3.3 Taxa Interna de Retorno (TIR)

A TIR é mais uma ferramenta que avalia a capacidade de retorno de um investimento, essa taxa mede o percentual de retorno sendo esta a taxa de desconto para que o VPL de um projeto seja igual a zero.

Assaf Neto e Lima (2014, p 399) complementam que “pelo método da IRR, um projeto de investimento é recomendado se a Taxa Interna de Retorno calculada for maior que o retorno exigido. Nesse caso o projeto cria valor econômico”. Sendo assim, o critério de avaliação para rejeição ou aceitação de um projeto é a seguinte:

- Se a TIR > Custo de Capital – Aceita-se o projeto;
- Se a TIR < Custo de Capital – Rejeita-se o projeto.

O cálculo para encontrar a TIR é complexo e se faz necessário a utilização de uma calculadora financeira para obter resultados mais precisos. O cálculo da TIR é efetuado pela fórmula:

$$\sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{1+(TIR)^t} = FC_0$$

Essa taxa é importante para comparar duas opções e principalmente por analisar os riscos, os cenários e chegar a uma decisão com alta probabilidade de sucesso.

## 3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Antes de traçar as características metodológicas do presente artigo vale salientar os aspectos conceituais sobre metodologia científica:

A Metodologia é compreendida como uma disciplina que consiste em estudar, compreender e avaliar os vários métodos disponíveis para a realização de uma pesquisa acadêmica. A Metodologia, em um nível aplicado, examina, descreve e avalia métodos e técnicas de pesquisa que possibilitam a coleta e o processamento de informações, visando ao encaminhamento e à resolução de problemas e/ou questões de investigação. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p 14)

Com o objetivo de verificar a viabilidade econômica e financeira para ampliação do *portfólio* da empresa Mariah Personalizados na cidade de Campina Grande/PB, foi realizada uma pesquisa descritiva de caráter exploratório, que conforme Gil:

As pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados. (GIL, 2008. p 28)

O autor reforça ainda que as pesquisas descritivas juntamente com as exploratórias são as mais solicitadas por organizações como instituições educacionais, comerciais e partidos políticos. A pesquisa assume também a característica bibliográfica para fundamentar o referencial teórico e documental que segundo os autores Lakatos e Marconi:

A característica da pesquisa documental é a fonte de coleta de dados, está restrita á documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias. Estas podem ser feitas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois. (LAKATOS; MARCONI, 2003, p 174)

Através da pesquisa documental que foi possível levantar dados para a caracterização da empresa, de mercado e seus aspectos financeiros. A pesquisa documental é equivalente à pesquisa bibliográfica, a única distinção entre elas está na fonte utilizada, enquanto a bibliográfica se utiliza das contribuições de diversos autores para sua fundamentação, a documental usa materiais ao qual ainda não sofreram um tratamento de análise crítica como relata Gil (2008).

Quanto a abordagem apresenta-se como pesquisa quantitativa onde Prodanov e Freitas define que:

Na abordagem qualitativa, a pesquisa tem o ambiente como fonte direta dos dados. O pesquisador mantém contato direto com o ambiente e o objeto de estudo em questão, necessitando de um trabalho mais intensivo de campo. Nesse caso, as questões são estudadas no ambiente em que elas se apresentam sem qualquer manipulação intencional do pesquisador. (PRODANOV; FREITAS, 2013. p 70)

Quanto ao procedimento adotado apresenta-se um estudo de caso aplicado à empresa Mariah Personalizados que em conformidade com Fonseca (2002) explica que:

Um estudo de caso pode ser caracterizado como um estudo de uma entidade bem definida como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa, ou uma unidade social. Visa conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação que se supõe ser única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico. (FONSECA 2002 *apud* GERHARD; SILVEIRA, 2009)

As etapas que compõem a análise de resultados, no que diz respeito ao estudo de mercado, correspondem a uma das etapas para elaboração de um plano de negócio elaborado pelo SEBRAE, ao qual argumenta que:

O plano de negócio é o instrumento ideal para traçar um retrato fiel do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor, o que propicia segurança para quem quer iniciar uma empresa com maiores condições de

êxito ou mesmo ampliar ou promover inovações em seu negócio. (SEBRAE, 2013)

Ainda de acordo com o documento do SEBRAE a etapa que aborda a análise de mercado é um conjunto de informações que envolvem o estudo dos clientes, dos concorrentes e dos fornecedores. O plano de negócio ainda envolve o estudo da capacidade produtiva, do plano financeiro com a estimativa de investimentos, de faturamento, de custo fixo operacional, entre outros aspectos.

De posse das informações levantadas partiu-se para a aplicação das técnicas de orçamento de capital que de acordo com Gitman (2010) existem diversas técnicas para determinar se um projeto é aceitável, ele considera que:

As abordagens mais comuns envolvem a integração de procedimentos de valor do dinheiro no tempo, considerações quanto a risco e retorno e conceitos de avaliação para selecionar investimentos de capital condizentes com o objetivo da empresa de maximizar a riqueza dos proprietários. (GITMAN, 2010. p 364).

Para o autor as técnicas de análise de orçamento de capital mais comum são o *Payback*, o VPL e a TIR, além delas existe mais duas técnicas para avaliação de orçamento de capital: a taxa de retorno média (TRM) e o índice de lucratividade (IL) ambos não serão considerados como parâmetro de avaliação nesse projeto de pesquisa. O primeiro por não considerar os fluxos de caixa e o valor do dinheiro no tempo e o segundo porque, dependendo da complexidade do projeto, pode levar a decisões conflitantes.

## 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

### 4.1 Estudo de Mercado

#### 4.1.1 Segmentação de Mercado e Público Alvo

A segmentação de mercado da Mariah Personalizados está direcionada para um nicho específico que são as “Mini Party”, trata-se de festas modestas, intimista, realizadas em casa ou em pequenos salões de eventos infantis. A divisão com relação aos tipos mais comuns de segmentação de mercado e definição do público alvo está descrita na tabela 1, ao qual determina a segmentação geográfica, demográfica, comportamental e psicográfica.

**Tabela 1** - Segmentação de Mercado

<b>SEGMENTAÇÃO DE MERCADO</b>	
<b>Segmentação Geográfica</b>	Clientes localizados na cidade de Campina Grande e região num raio de 20Km;
<b>Segmentação Demográfica</b>	Mulheres, com filhos de até 12 anos, das classes A, B e C;
<b>Segmentação Comportamental</b>	Mulheres com poder de decisão de compra na família; que fazem festas anualmente. Pessoas que acompanham tendências; que tendem a comprar mais quando são oferecidos combos com preços diferenciados;

<b>SEGMENTAÇÃO DE MERCADO</b>	
<b>Segmentação Psicológica</b>	Pessoas que valorizam a exclusividade, a personalidade; que são sociáveis.

Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Segundo Las Casas (2011, p 250) “nichos são grupos menores de consumidores que possuem características tão específicas que, antes de serem identificados, não tinham as suas necessidades satisfeitas”. Delimitar bem a atividade da empresa para atender uma necessidade específica de mercado, é um diferencial que a torna especialista na área e trás resultados reais. Traçar o perfil correto do cliente ideal, ou seja, onde ele mora, quantos anos ele tem, qual seu poder aquisitivo, suas preferencias, crenças, valores, medos, entre outros, auxilia na criação de uma estratégia de marketing e de uma comunicação eficaz que direcionam os esforços para alcançar o sucesso organizacional.

#### 4.1.2 Concorrentes

A Mariah Personalizados possui concorrentes diretos, aqueles que oferecem o mesmo produto para o mesmo público e indiretos que são as empresas que oferecem outro tipo de serviço, mas que funciona como produto substituto, como por exemplo, os Bufês infantis. Na tabela 2 estão relacionados os principais concorrentes diretos e indiretos da empresa.

**Tabela 2 - Análise de Concorrentes**

<b>Tipo</b>	<b>Concorrentes</b>	<b>Local</b>	<b>Valor Médio por Decoração</b>	<b>Formas de Pagamento</b>
Direto	Valéria Beatriz Decorações	Campina Grande	400,00 a 1.000	50% - contrato 50% - dia do evento
Direto	Kativa Festas	Campina Grande	350,00 a 900,00	50% - contrato 50% - dia do evento
Direto	Márcia Rodrigues	Campina Grande	350,00 a 800,00	50% - contrato 50% - dia do evento
Direto	Bellas Festas	Campina Grande	350,00 a 900,00	50% - contrato 50% - dia do evento
Indireto	Esther Festas	Campina Grande	400,00 a 800,00	50% - contrato 50% - dia do evento
Indireto	Elaine Recepções	Campina Grande	380,00 a 900,00	50% - contrato 50% - dia do evento
Direto	Encanto de Festa	Campina Grande	400,00 a 950,00	50% - contrato 50% - dia do evento
Direto	Ateliê Alane Ferreira	Campina Grande	500,00 a 1300,00	50% - contrato 50% - dia do evento
Direto	Mix Festas	Campina Grande	150,00 a 500,00	50% - contrato 50% - dia do evento
Indireto	Celebrar Festas	Campina Grande	450,00 a 950,00	50% - contrato 50% - dia do evento

Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Verificou-se que nenhum desses concorrentes possui um serviço exclusivo que atende a um nicho de mercado mais específico, todos realizam decoração de festas, não apenas infantis como também festa para adultos como aniversários, noivados, casamento, entre outros. Portanto, dentre os competidores relacionados na pesquisa, nenhum deles é especializado em mini festa infantil.

#### 4.1.3 Análise Swot

De acordo com Kotler e Keller (2012, p 49) “a avaliação global das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de uma empresa é denominada Análise SWOT (dos termos em inglês *strengths, weaknesses, opportunities, threats*)”. Essa análise traça um panorama geral de análise interna e externa, explorando os aspectos positivos que fortalecem a organização bem como os negativos que a enfraquece e leva a perda de competitividade. A tabela 3 representa a Análise Swot da Mariah Personalizados:

**Tabela 3** - Análise Swot

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Especialista em um nicho de mercado;</li> <li>• Experiência em desenvolver produtos personalizados;</li> <li>• Flexibilidade na forma de pagamento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca nova no mercado;</li> <li>• Acervo limitado;</li> <li>• Terceirização de serviço;</li> <li>• Recurso financeiro limitado.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crise econômica do país;</li> <li>• Crescimento da demanda por serviços de festa personalizada que atendem a atual necessidade do cliente;</li> <li>• Tendência de Mini Party.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leilões de decoração – preços abaixo do mercado;</li> <li>• Concorrência consolidada no mercado;</li> <li>• Escassez de fornecedores.</li> </ul>

**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

Uma vez diagnosticada as vantagens competitivas e os aspectos ao qual a empresa precisa evoluir é possível estabelecer metas voltadas para potencializar os pontos fortes, ou seja, tornar-se excelente naquilo que já é bom e criar mecanismos para transformar suas fraquezas em força e as ameaças em oportunidades.

Vale ressaltar os motivos que levam a crise econômica ser considerada como oportunidade de negócio da empresa, onde na maioria das vezes ela é encarada como ameaça. O modelo de serviço proposto pela Mariah satisfaz o desejo das mães de comemorar os momentos especiais dos seus filhos, sem que isso afete o equilíbrio financeiro da família, por se tratar de um evento pequeno, intimista, com flexibilidade de pagamento e que se enquadra perfeitamente na atual realidade financeira da maioria das famílias brasileiras.

## 4.2 Estudo de Investimento para Expansão

Para expansão de uma empresa faz-se necessário o levantamento minucioso de investimentos que envolvem instalação, equipamentos, transporte, móveis, pessoal, entre outros. Na tabela 4 estão elencados os itens, com seus respectivos valores, necessários para expansão da Mariah Personalizados que pretende ampliar seu *portfólio* ao oferecer o serviço de decoração de festa infantil.

**Tabela 4** - Investimento de Expansão

<b>INVESTIMENTO DE EXPANSÃO – MARIAH PERSONALIZADOS</b>			
<b>ITENS</b>	<b>QUANT</b>	<b>V. UNITÁRIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
KIT DE MESA CILINDROS	2	550,00	1.100,00
KIT DE MESA CUBO	1	490,00	490,00
KIT DE MÓVEIS RÚSTICO	1	1.500,00	1.500,00
CÔMODA BRANCA ÉPICA	1	450,00	450,00
CRIADO MUDO ÉPICO	2	210,00	420,00
KIT DE BANDEJAS - CERÂMICAS	3	120,00	360,00
JARROS GRANDES – CERÂMICAS	6	90,00	540,00
JARROS PEQUENOS	6	45,00	270,00
ARRANJOS FLORES GRANDES	6	115,00	690,00
ARRANJOS FLORES PEQUENOS	6	85,00	510,00
PAINEL MDF	1	120,00	120,00
TAPETES	3	90,00	270,00
REFORMA DO GALPÃO	1	1.500,00	1.500,00
MÃO DE OBRA PEDREIRO	1	600,00	600,00
KIT DE CORTINAS	4	120,00	480,00
<b>TOTAL</b>			<b>9.300,00</b>

**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

A empresa precisa, inicialmente, investir R\$ 2.100,00 na reforma do espaço que será armazenado todos os itens de decoração. Para a montagem do acervo, será investido o valor de R\$ 7.200,00 que engloba a compra de móveis, painel, bandejas para doces, arranjos florais, cortinas e tapetes, de modo a priorizar pela compra de peças neutras, que são perfeitamente encaixadas em qualquer tema.

## 4.3 Capacidade de Atendimento, Serviços e Valores

A ideia central da empresa é de oferecer além de lembrancinhas e convites personalizados, agregar também o serviço de decoração de festa infantil, voltada para uma tendência de mercado: “Mini Party”. A execução desse tipo de serviço ocorre geralmente aos finais de semana, sexta, sábado e domingo, raramente ocorre durante a semana. A capacidade mínima de atendimento é de um evento por dia e a máxima de até dois por dia, considerando que são eventos de pequeno porte e primando pela qualidade e pontualidade na entrega. Cada montagem de cenário dura em média duas horas, pois é elaborado um pré-projeto de cada evento, com *Check-List* de todos os elementos que compõem a festa, essa organização aperfeiçoa todo o processo desde a separação do material até a montagem do evento. Considerando a venda de combos: personalizados mais decoração, o valor

médio de cada combo corresponde a R\$ 600,00, variando para mais ou para menos de acordo com o número de convidados. Baseando-se no valor médio da cada combo, observa-se na tabela 5 a projeção de atendimento mínimo e máximo da empresa.

**Tabela 5 - Projeção de Capacidade de Atendimento**

MESES	PROJEÇÃO DE ENTRADAS MÍNIMA	PROJEÇÃO DE ENTRADAS MÁXIMA
Agosto 2019	R\$ 7.200,00	R\$ 14.400,00
Setembro 2019	R\$ 7.200,00	R\$ 14.400,00
Outubro 2019	R\$ 7.200,00	R\$ 14.400,00
Novembro 2019	R\$ 7.200,00	R\$ 14.400,00
Dezembro 2019	R\$ 7.200,00	R\$ 14.400,00
Janeiro 2020	R\$ 7.200,00	R\$ 14.400,00
Fevereiro 2020	R\$ 7.200,00	R\$ 14.400,00
Março 2020	R\$ 7.200,00	R\$ 14.400,00
Abril 2020	R\$ 7.200,00	R\$ 14.400,00
Mai 2020	R\$ 7.200,00	R\$ 14.400,00
Junho 2020	R\$ 7.200,00	R\$ 14.400,00
Julho 2020	R\$ 7.200,00	R\$ 14.400,00

Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

O mercado de festas infantis praticamente não sofre com períodos de sazonalidade já que aniversários são comemorados durante todo o ano. O que vai influenciar nas vendas é o cenário econômico, a concorrência forte e os leilões de preços abaixo do mercado. Nesse caso, nota-se que a demanda no ramo de festas infantis se mantém constante ao longo do ano e que a empresa precisa de uma boa estratégia de marketing para atrair essa demanda para o seu negócio.

#### 4.4 Caracterização da Empresa

Para atingir o objetivo de verificar a viabilidade econômica e financeira para ampliação do *portfólio* da empresa Mariah Personalizados na cidade de Campina Grande-PB, adota-se esta como modelo para realização desse estudo de caso. Fundada em outubro de 2017, a Mariah Personalizados surgiu inicialmente fortalecida pelo sonho empreendedor de sua idealizadora, aliado à necessidade de complementar a renda familiar, bem como de desenvolver uma atividade que além de prazerosa lhe possibilitasse cuidar da filha e da família.

Atualmente a empresa funciona no endereço residencial da empreendedora, situado no Portal Sudoeste, um novo bairro da cidade de Campina Grande, com grande potencial de crescimento.

A empreendedora atua sozinha e se enquadra no regime Micro Empreendedor Individual (MEI), atende em média 12 clientes por mês, o que garante um faturamento médio de R\$ 1.200,00 mensal. A empresa confecciona lembrancinhas personalizadas em scrapfesta (papel) e em um tipo de madeira, conhecida como *Medium Density Fiberboard* (MDF), seu foco principal são os

eventos infantis: maternidade, chá de bebê, batizado, primeira eucaristia, aniversário, formatura do ABC, etc.

A empresa também utiliza períodos sazonais para criar produtos personalizados que atendam a demanda do momento e gerar um maior faturamento nesses períodos: dia internacional da mulher, páscoa, dia das mães, dia dos namorados, dia do professor, natal, volta às aulas, entre outros.

A Mariah Personalizados apresenta uma missão sólida, pautada em valores e princípios que orientam quanto ao melhor caminho para atingir os objetivos definidos em sua visão organizacional como demonstrado na tabela 6.

**Tabela 6 - Missão, Visão e Valores.**

MISSÃO	Criar produtos personalizados capazes de encantar e entregar um valor maior aos nossos clientes, eternizando cada momento.
VISÃO	Em cinco anos tornar-se referência em festas personalizadas da região.
VALORES	Deus acima de tudo, respeito, ética e responsabilidade socioambiental.

Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Chiavenato (2010, p. 69) afirma que “A missão e a visão proporcionam os elementos básicos para a definição dos objetivos globais e a formulação de estratégia organizacional.” Ambos fortalecidos pelos valores organizacionais definem o papel social da empresa e facilita o alcance dos objetivos alinhados.

#### **4.4.1 Ampliação do Portfólio**

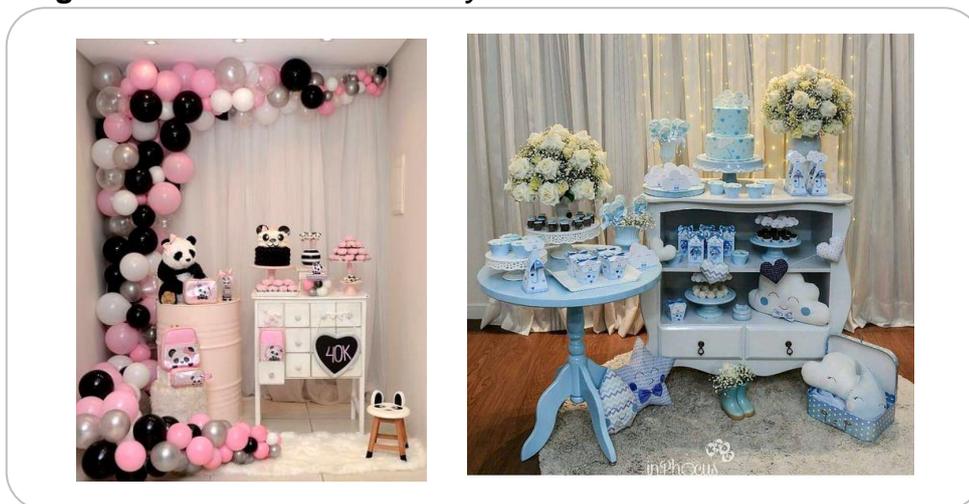
Como alternativa para destacar-se em um mercado disputado, com uma concorrência muitas vezes desleal, as empresas precisam sempre buscar oferecer algo a mais, algo diferente e inovador. Os estudos que precedem a implementação de um projeto funcionam como banco de dados sólido e poderoso para direcionar o empreendedor a tomar as melhores decisões. Esses estudos coincidem com as etapas primordiais da Gestão de Projetos que, de acordo com Gido, Clements e Baker (2018, p 12) “Gestão de projetos significa planejar, organizar, coordenar, liderar e controlar recursos para concretizar o objetivo do projeto.” Essas etapas são fundamentais para o sucesso do projeto, independente do tamanho. O projeto da empresa Mariah Personalizados é de ampliar seu *portfólio*, oferecendo além de convites e lembrancinhas personalizadas o serviço de decoração de festa infantil, pensando em atender um nicho específico nesse mercado.

Diante do atual cenário econômico discutido anteriormente, o mercado de festas também foi impactado pela recessão e precisou se reinventar. Pensando nisso a Mariah Personalizados vem com a proposta de oferecer ao seu público alvo um serviço de qualidade e que se encaixe na atual realidade financeira da família: A *Mini Party!* A empresa pretende atender principalmente o desejo daquelas mães que não quer abrir mão de comemorar momentos únicos do seu filho, mas que isso não cause uma frustração familiar e um desequilíbrio financeiro.

A *Mini Party* ou *Mini Table* é uma tendência americana que chegou no Brasil em 2017 e trás um novo conceito de festas, menores, acessível, porém, mais

charmosas e personalizadas. Como diz a professora Garda (2018) “a decoração infantil com mini *table* veio para ajudar as Mamães que procuram uma opção linda, econômica e diferente de decorar a festa. Tendo todo o glamour que sua pequena ou seu pequeno merecem.” As mini festas são geralmente realizadas em casa ou em pequenos espaços, e carrega um conceito de festa minimalista, com poucos convidados, apenas familiares e amigos mais próximos, mas que transbordam estilo, personalidade e emoção. Para melhor compressão do cenário demonstra-se na figura 3, imagens que representam uma festa que adota o modelo “Mini Party”

**Figura 3 - Modelo de Mini Party**



Fonte: Pinterest (2019)

A definição clara do conceito de expansão da empresa Mariah Personalizados é seriamente importante, pois funciona como base que orienta o caminho mais apropriado para atingir o objetivo principal desse artigo que é verificar a viabilidade econômica e financeira para ampliação do portfólio de uma empresa de personalizados na cidade de Campina Grande-PB.

A relevância desse estudo está na possibilidade de aplicar o conhecimento acadêmico a uma realidade organizacional, de modo a gerar resultados que contribuam com eficácia no processo decisório da empresa e que, de fato, os resultados aqui alcançados promovam a expansão, o sucesso organizacional e que auxilie outras empresas do mesmo seguimento e porte a investirem na expansão ou não do seu negócio.

#### **4.5 Projeção do Fluxo de Caixa – Mariah Personalizados**

O fluxo de caixa demonstra todas as entradas e saídas do capital financeiro da empresa em um determinado período de tempo, para representar o fluxo faz-se necessário realizar a capacidade de atendimento que está indicada na tabela 5, bem como totalizar os custos fixos que representaram as saídas de dinheiro da empresa como exposto na tabela 7.

**Tabela 7 - Custos Fixos – Mariah Personalizados**

<b>CUSTOS FIXOS</b>	
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>VALORES</b>
Água	R\$ 30,00
Energia	R\$ 70,00
Telefone/Internet	R\$ 100,00
Transporte (frete)	R\$ 1.200,00
Transporte (próprio)	R\$ 300,00
Imposto Simples Nacional (6%)	R\$ 432,00
Pro-Labore	R\$ 1.623,00
Despesas diversas	R\$ 100,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 3.855,00</b>

Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

Para a execução do fluxo adota-se os valores de entrada correspondente a capacidade mínima de atendimento R\$ 7.200,00 mensal e considerando o valor do investimento no mês zero, no total de R\$ 9.300,00 (tabela 4) representa-se a fluxo de caixa da empresa Mariah Personalizados na tabela 8.

**Tabela 8 – Projeção dos Fluxos de Caixa**

<b>MESES</b>	<b>TOTAL DE ENTRADAS</b>	<b>TOTAL DE SAIDAS</b>	<b>SALDO DO MÊS</b>
<b>Agosto 2019</b>	R\$ 7.200,00	R\$ 3.855,00	R\$ 3.345,00
<b>Setembro 2019</b>	R\$ 7.200,00	R\$ 3.855,00	R\$ 3.345,00
<b>Outubro 2019</b>	R\$ 7.200,00	R\$ 3.855,00	R\$ 3.345,00
<b>Novembro 2019</b>	R\$ 7.200,00	R\$ 3.855,00	R\$ 3.345,00
<b>Dezembro 2019</b>	R\$ 7.200,00	R\$ 3.855,00	R\$ 3.345,00
<b>Janeiro 2020</b>	R\$ 7.200,00	R\$ 3.855,00	R\$ 3.345,00
<b>Fevereiro 2020</b>	R\$ 7.200,00	R\$ 3.855,00	R\$ 3.345,00
<b>Março 2020</b>	R\$ 7.200,00	R\$ 3.855,00	R\$ 3.345,00
<b>Abril 2020</b>	R\$ 7.200,00	R\$ 3.855,00	R\$ 3.345,00
<b>Mai 2020</b>	R\$ 7.200,00	R\$ 3.855,00	R\$ 3.345,00
<b>Junho 2020</b>	R\$ 7.200,00	R\$ 3.855,00	R\$ 3.345,00
<b>Julho 2020</b>	R\$ 7.200,00	R\$ 3.855,00	R\$ 3.345,00

Fonte: Elaborada pelo autor, 2019.

De acordo com a pesquisa foi visto que as entradas e as saídas não variam no decorrer dos meses, pois a empresa considerou para este cálculo o mínimo da sua capacidade de vendas, percebe-se, portanto que o saldo de caixa se mantém positivo durante todo o período analisado, o que torna o investimento atraente sob a óptica do mercado e do investidor.

## 4.6 Aplicação de Técnicas de Orçamento de Capital

Baseado nos dados coletados foi aplicada as técnicas mais habituais de orçamento de capital para análise de investimento de projetos: inicialmente com os cálculos do *payback*, observando que a empresa assume um período de *payback* de 12 meses como aceitável para sua atividade, em seguida do valor presente líquido (VPL) e por fim a taxa interna de retorno (TIR).

- **Cálculo do período de *payback*:**

**Tabela 9 – *Payback* Simples**

PERÍODO	SALDO DE CAIXA	<i>PAYBACK</i>
<b>MÊS 0</b>	-R\$ 9.300,00	-R\$ 9.300,00
<b>MÊS 1</b>	R\$ 3.345,00	-R\$ 5.955,00
<b>MÊS 2</b>	R\$ 3.345,00	-R\$ 2.610,00
<b>MÊS 3</b>	R\$3.345,00	R\$ 735,00

**Fonte:** Elaborada pelo autor, 2019.

Considera para esse cálculo o valor inicial do investimento de R\$ 9.300,00 descontando os valores de saldo de caixa mês a mês até obter o retorno do valor investido inicialmente. Percebe que, de acordo com o cálculo efetuado o retorno do investimento da empresa se dá em 02 meses e 24 dias de atividade, esses resultados são satisfatórios, primeiro por observar que a empresa estudada aceita um período de 12 meses e segundo porque esse resultado implica dizer que no primeiro trimestre de funcionamento a empresa terá recuperado todo o seu investimento.

- **Cálculo do VPL**

Para o cálculo do valor presente líquido foi usado os valores mensais dos fluxos de caixas de R\$ 3.345,00, durante 12 meses, considerando uma taxa mínima de atratividade de 10% a.m obteve-se o seguinte resultado:

$$VPL = -9.300 + \frac{3.345,00}{(1+0,10^1)} + \frac{3.345,00}{(1+0,10^2)} \dots + \frac{3.345,00}{(1+0,10^{12})} = R\$ 13.491,80$$

Com base no cálculo e nos critérios de avaliação com referencia no VPL, o projeto mostra-se viável, pois o valor presente líquido encontrado foi > 0, no entanto o projeto pode ser aceito.

- **Cálculo da TIR**

A taxa interna de retorno baseada no fluxo de caixa mensal e do investimento inicial é calculada da seguinte forma:

$$0 = -9.300 + \frac{3.345,00}{(1+TIR^1)} + \frac{3.345,00}{(1+TIR^2)} \dots + \frac{3.345,00}{(1+TIR^{12})} = 34,98\%$$

Pode constatar que a taxa encontrada é superior a taxa mínima de atratividade adotada pela empresa, além disso, a TIR é maior que o custo de capital, logo, aceita-se o projeto.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema empreendedorismo está em alta, muitas pessoas nutrem o desejo de montar seu próprio negócio, seja motivado pelas oportunidades identificadas no ambiente, seja por necessidade de sobrevivência, porém, poucas pessoas estão dispostas a conhecerem de fato o mercado ao qual ela deseja inserir-se, principalmente porque adquirir esse conhecimento demanda tempo, horas exaustivas de estudo, analisar cenários, prever riscos, projetar resultados, estipular objetivos, metas e tudo isso representam apenas a ponta do *iceberg* de todo o caminho que o empreendedor precisará percorrer.

Submeter o modelo de negócio que inicialmente ocupa a mente, o papel e o coração do idealizador a uma avaliação de viabilidade financeira e econômica, significa levá-lo para outro nível, é traduzir todo sentimento e emoção em números e perspectivas reais. É saber com clareza se aquele projeto apresenta condições mínimas de transformar positivamente as pessoas e o ambiente envolvido por ele.

O objetivo inicial desse artigo de verificar a viabilidade econômica e financeira para ampliação do *portfólio* da empresa Mariah Personalizados na cidade de Campina Grande-PB foi devidamente alcançado. Por meio da utilização das principais técnicas para análise de orçamento de capital: *Payback*, VPL e TIR, chegou-se a conclusão de que, de acordo com os resultados apurados, o investimento para ampliação do portfólio da empresa Mariah Personalizados possui grandes chances de atingir o sucesso esperado.

Portanto, do ponto de vista financeiro e econômico o projeto de expansão é viável, visto que, em todos os parâmetros utilizados nesse artigo para auxiliar a tomada de decisão, o projeto se mostrou favorável. Inicialmente foi elaborado o fluxo de caixa ao qual estão registradas todas as entradas e retiradas de dinheiro do caixa da empresa, o saldo resultante se manteve positivo durante todo o ano. A partir dessas informações foi possível determinar o período de *payback* que resultou em 2 meses e 24 dias de funcionamento para que a empresa obtivesse o retorno do investimento inicial, número animador, já que o tempo de *payback* aceitável pela empresa corresponde de 12 meses.

Adotando uma taxa mínima de atratividade (TMA) de 10% a.m. foi aplicada a técnica de valor presente líquido ao qual chaga ao VPL de R\$ 13.492,00, trazendo os valores de fluxo de caixa a valor presente. Por último foi calculado a taxa interna de retorno e verificado que ela é superior a TMA estabelecida previamente, ou seja, a TIR para o investimento, caso sejam obtidas as entradas previstas, é de 35% a.m certificando mais uma vez a viabilidade do negócio de forma positiva.

O estudo de mercado bem como de viabilidade de investimento preparam o empreendedor para atuar de forma mais segura, esse conhecimento não garante o sucesso da empresa, precisa de outros fatores como gestão e inteligência emocional, entretanto, garante ao investidor uma visão holística, com foco no futuro e, sobretudo o torna resiliente para transformar dificuldades em soluções que o move para o sucesso organizacional.

## REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, Alexandre; LIMA, Fabiano Guasti. **Curso de Administração Financeira**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: Um novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3. Ed. Rio de Janeiro. Elsevier. 2010.

EXAME. **1 a cada 4 empresas fecha antes de completa 2 anos no mercado, segundo SEBRAE**. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/1-a-cada-4-empresas-fecha-antes-de-completar-2-anos-no-mercado-sebrae/>>. Acesso em: 27 de abril de 2019.

GASDA, Aline. **Decoração mini table saiba tudo sobre essa tendência**. Blog Fazendo Nossa Festa. Disponível em <<https://fazendoanossafesta.com.br/2018/05/decoracao-mini-table.html/>>. Acesso em: 06 de março de 2019.

GEM. **Global Entrepreneurship Monitor**. Relatório executivo. Empreendedorismo no Brasil. p. 8 a 10, 2017. Disponível em <[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL\\_web.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf)> . Acesso em: 05 de março de 2019.

GERHARDT, T. E; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. 1.Ed. Porto Alegre: Editora

GIAMBIAGI, F.; TINOCO, G. Perspectiva DEPEC 2018. **O crescimento da economia brasileira 2018-2023**. Banco BNDS, 2018.

GIDO, J.; CLEMENTS, J.; BAKER, R. **Gestão de Projetos**. 7. Ed. São Paulo: Cengage, 2018. Tradução de Solange A. Visconte.

GIL, Antônio C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. Ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2008.

GITMAN, L. J. **Princípios de administração Financeira**. 12. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

IBGE. **PIB cresce 1,1% pelo segundo ano seguido e fecha 2018 em R\$ 6,8 trilhões**. 2019. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/23885-pib-cresce-1-1-pelo-segundo-ano-seguido-e-fecha-2018-em-r-6-8-trilhoes>>. Acesso em: 05 de março de 2019.

KOTLER, P.; KELLER, K. **Administração de Marketing**. 14. Ed. Tradução Sônia Midori Yamamoto; revisão técnica Edson Crescitelli. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2012.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira**. 1. Ed, 5ª reimpressão. São Paulo: Atlas, 2011.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MEGLIORINI, E; VALLIM, M. A. **Administração Financeira: uma abordagem brasileira**. 8. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília. 2013. Disponível em <[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO\\_baixa.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO_baixa.pdf)>. Acesso em: 05 de março de 2019.

SILVA, José Pereira da. **Análise Financeira das Empresas**. 8. Ed. 2 reimpressão. São Paulo: Atlas, 2007.

THE ECONOMIST. **Irredimível? Uma antiga estrela do mundo emergente enfrenta uma década perdida**. 2016. Rio de Janeiro. Disponível em <<https://www.economist.com/briefing/2016/01/02/irredeemable>>. Acesso em: 05 de março de 2019.

ROSS, Westerfield Jordan. **Fundamentos da Administração Financeira**. 9. Ed. Tradução Leonardo Zilio, Rafaela Guimarães Barbosa. Porto Alegre: AMGH, 2013.

PUCCINI, Ernesto Coutinho. **Matemática financeira e análise de investimento**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração. UFSC. CAPES: UAB, 2011.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernane Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. Ed. Novo Hamburgo: Freevale, 2013.

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus primeiramente que é fortaleza que me sustenta e me nutre com tudo aquilo que necessito para alcançar todos os meus objetivos.

Aos meus pais, em especial minha mãe, pelo apoio, amor e paciência em todos os momentos dessa jornada.

Ao meu esposo, que me proporcionou dias de tranquilidade, assumindo toda e qualquer responsabilidade para que minha dedicação fosse plena a esse projeto.

A minha filha, Maria Cecília, meu maior presente durante a graduação e que transformou completamente meu propósito de vida.

Aos amigos adquiridos ao longo da graduação que me apoiaram em fases difíceis e, mesmo quando distantes de ensinaram a crescer.

Aos meus mestres, que tenho profundo respeito e admiração em especial a minha orientadora professora Kaline pelo profissionalismo, amor e pela dedicação que cuida de cada um dos seus alunos.