



RELISE

ANÁLISE DE UMA IDÉIA NEGÓCIO: PESQUISA DE MERCADO E SIMULAÇÃO FINANCEIRA DE UM APLICATIVO PARA CONSULTORIA¹

*ANALYSIS OF A BUSINESS IDEA: MARKET RESEARCH AND FINANCIAL
SIMULATION OF A CONSULTING APPLICATION*

Ramonn Henrique de Oliveira Pinto²

Carlos Alexandre Camargo de Abreu³

RESUMO

Avaliação de ideias de negócios é uma parte fundamental para quem busca realizar investimentos. O processo de tomada de decisão deve estar em consonância com planejamentos, e para seguir tal premissa, é importante coletar o máximo de informações possíveis. O objetivo deste trabalho é fazer uma simulação de análise financeira utilizando um estudo de viabilidade usando o indicador Valor Presente Líquido em uma ideia de projeto inovador de negócios, para que seja possível auxiliar na tomada de decisão de investimento por parte de um empreendedor. Para chegar no resultado, foi preciso fazer pesquisa de mercado, planejamento de receitas e de custos para criar um cenário financeiro. Após as análises a pesquisa mostrou que o crescimento do valor deste modelo de negócios se dará na fase de estabilização da potencial empresa e em um crescimento futuro contínuo, após os primeiros três anos.

Palavras-chave: valoração, pesquisa de mercado, inovação, novos negócios.

ABSTRACT

Evaluating business ideas is a fundamental part for those looking to make investments. The decision-making process must be in line with plans, and to follow this premise, it is important to collect as much information as possible. The objective of this work is to carry out a financial analysis simulation using a feasibility study using the Net Present Value indicator in an innovative business project idea, so that it is possible to assist an entrepreneur in making an investment decision. To achieve the result, it was necessary to carry out market

¹ Recebido em 09/02/2024. Aprovado em 22/04/2024. DOI: doi.org/10.5281/zenodo.14110263

² Universidade Federal do Rio Grande do Norte. ramonnadm@gmail.com

³ Universidade Federal do Rio Grande do Norte. carlos.abreu@ufrn.br



RELISE

197

research, revenue and cost planning to create a financial scenario. After the analysis, the research showed that the growth in the value of this business model will occur in the stabilization phase of the potential company and in continuous future growth, after the first three years.

Keywords: valuation, market research, innovation, new business.

INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, avaliar as melhores alternativas para consolidar as nossas escolhas se torna uma tarefa de suma importância, ainda mais empregada em um cenário econômico e financeiro de incertezas. Um investidor, empreendedor ou mesmo um indivíduo comum precisa ter ciência de todas as variáveis possíveis antes de investir seu tempo, esforço e dinheiro em algum projeto.

Partindo deste pressuposto, a ideia de um mercado, cada vez mais acelerado, apoia a necessidade de uma análise cada vez mais detalhada, para que seja possível tomar uma decisão mais assertiva. Padovani et. al. (2011) destacam a importância da avaliação de empresas, que norteia para esse tipo de tomada de decisão, onde o autor destaca que o valor de uma empresa deve ser claramente compreendido por seus administradores e de extremo interesse por eventuais investidores e sócios.

É fundamental destacar a importância de estudos que possam auxiliar potenciais novos negócios em suas tomadas de decisão de investimentos. Essas avaliações visam garantir que o valor estimado de uma empresa seja devidamente ponderado em relação ao seu posicionamento e potencial de mercado (Cerbasi, 2003). Para ter uma visão geral sobre a avaliação de empresas, é necessário, porém, ter uma ideia sobre os diversos tipos de metodologias de avaliação, uma vez que a premissa da valoração é utilizar outras ferramentas como arcabouços para seus resultados.



RELISE

É válido destacar, também, que muitos dos projetos a serem avaliados não estão no mercado e que a dificuldade de demonstrar com clareza e objetividade o potencial de mercado torna a produção de um relatório ou avaliação ainda mais difícil, tendo em vista a abstração que se encontra o projeto. A importância de uma pesquisa de mercado bem estruturada para sustentar a ideia de negócio também se faz necessária, visto que a aceitação do público em relação a um novo serviço ou produto é de fundamental importância para o desenvolvimento do mesmo. Batista e Perez (2016) definem a pesquisa de mercado como: conjunto de métodos e técnicas científicas, que permite coletar, conhecer, experimentar e avaliar aspectos relacionados aos produtos às empresas, aos serviços e aos indivíduos considerando suas formas, conteúdos, intenções, aspirações e comportamentos. Através de uma pesquisa de mercado é possível coletar informações fundamentais para a análise de valoração.

O objetivo neste artigo é fazer um estudo de mercado para uma ideia de negócio inovadora, com potencial de ser transformada em um modelo de negócios, verificando se existe um potencial de aceitação da ideia por parte de eventuais futuros clientes. Realiza-se também uma simulação do potencial de valoração da ideia de um aplicativo para jovens entrando no mercado de trabalho, que tenham interesse em oferecer serviços de consultoria para pequenos negócios. A valoração é realizada através de metodologia utilizando conceitos de fluxo de caixa descontado e baseada em dados de pesquisa de mercado introdutória sobre o modelo de negócios, realizada com potenciais consumidores do aplicativo, assim como levantamento de custos operacionais investimentos e cenários de penetração no mercado

Nas próximas sessões, exploraremos algumas das metodologias mais amplamente empregadas na valoração de empresas, discute-se o projeto inovador e apresenta-se a pesquisa de mercado básica, onde se analisou a



RELISE

aceitação do novo negócio, para ao final apresentar os resultados da simulação financeira e de valoração.

INDICADORES DE VALORAÇÃO DE PROJETOS

Os indicadores financeiros desempenham um papel fundamental na análise e avaliação do desempenho de uma empresa. Eles constituem medidas quantitativas que fornecem insights valiosos a investidores, acionistas, gestores e demais interessados em compreender a saúde financeira e a eficiência operacional de uma organização, potencial projeto ou novo negócio.

Olortegui e Nogueira (2023) examinam as contribuições de diversos autores para abordar a variedade de métodos de avaliação de investimentos disponíveis na área financeira. Entre esses métodos, destacam-se a Taxa Interna de Retorno (TIR), o Payback Simples e Descontado, e o Valor Presente Líquido (VPL).

A Taxa Interna de Retorno (TIR) trata de uma métrica crucial para avaliar a viabilidade de investimentos e projetos. Ela representa a taxa de retorno que torna o valor presente líquido (VPL) dos fluxos de caixa de um projeto igual a zero. Uma TIR mais alta indica maior atratividade, enquanto que uma mais baixa sugere menor rentabilidade. Silva e Janni (2021) destacam que a Taxa Interna de Retorno desempenha um papel fundamental ao equilibrar os valores presentes dos fluxos de caixa de um projeto de investimento.

Gheiner, Macedo e Siqueira (2020) enfatizam a relevância da Taxa Interna de Retorno na avaliação da viabilidade financeira de projetos de empreendimento, considerando-a uma ferramenta essencial para apoiar a tomada de decisões estratégicas. Eles ainda abordam a relação da TIR em conjunto com outras métricas, como o VPL, para uma avaliação mais completa dos investimentos.



O Payback é uma métrica financeira fundamental na análise de projetos de investimento que avalia o período de tempo necessário para recuperar o investimento inicial. Fiorese, Sulzbach e Silva (2021) destacam o Payback como um indicador de considerável relevância no processo de tomada de decisões de investimento. Este indicador fornece uma estimativa clara do período necessário para recuperar o capital investido em um projeto, o que é crucial para avaliar a eficiência financeira de projetos de investimentos.

Embora seja uma ferramenta de fácil compreensão e cálculo, o Payback Simples possui limitações, como a ausência de consideração do valor do dinheiro no tempo e a falta de análise de fluxos de caixa a longo prazo. O Payback Descontado incorpora a variável do valor do dinheiro no tempo, sendo um indicador de extrema importância na avaliação de investimentos. De acordo com Abreu, Bento e Oliveira (2023), essa métrica envolve a estimativa da recuperação financeira de um investimento, levando em consideração a aplicação de uma taxa mínima de atratividade ao longo do período, a fim de refletir adequadamente o custo de oportunidade do capital.

O retorno sobre o investimento permite mensurar a capacidade da empresa em agregar valor com os recursos próprios. Deste modo a rentabilidade sobre o capital próprio em uma empresa pode ser verificado na relação envolvendo lucro líquido e o patrimônio líquido (ASSAF NETO, 2010). O Retorno sobre o Investimento é uma medida-chave da eficiência financeira e da capacidade de uma empresa de gerar retorno para seus acionistas. No entanto, é importante interpretá-lo juntamente com outras métricas e considerar o contexto da empresa para obter uma imagem completa de sua saúde financeira e seu desempenho.

A mais conhecida metodologia para avaliação de empresas e projetos em diversas etapas de maturação, isto é, desde a sua fase inicial de uma ideia de negócio até fases mais avançadas de operações, é a do Valor Presente



RELISE

Líquido (VPL), na qual se entende que os fluxos de caixas estarão disponíveis aos proprietários de um negócio e potenciais empreendedores. Este método pretende valorar diretamente os benefícios financeiros dos investidores. A força do método está no fato de poder ser aplicado a praticamente qualquer situação, bastando que seja possível prever fluxos de caixa futuros para o investidor. (CERBASI, 2003). O Valor Presente Líquido, diferente de outros indicadores, apresenta um resultado objetivo e direto, em formato de unidades monetárias, ou seja, demonstra uma simulação de valoração o quanto aquele projeto vai agregar aos tomadores de decisão de investimento, em valores financeiros. O Valor Presente Líquido também permite que, minimamente, se insira no processo de valoração de um potencial negócio o nível de risco percebido. Realiza-se tal tarefa através da definição da taxa mínima de atratividade do projeto.

O Valor Presente do Fluxo de Caixa Projetado é uma ferramenta poderosa para tomada de decisões de investimento e avaliação de projetos. No entanto, é importante usar suposições realistas de cenários futuros e considerar fatores qualitativos em conjunto com a análise quantitativa para obter uma imagem completa dos riscos e oportunidades associados a um projeto ou investimento. Silva e Fontes (2005) ilustram a fórmula da equação do VPL a seguir:

$$VPL = \sum_{j=0}^R R_j(1+i)^{-j} - \sum_{j=0}^n C_j(1+i)^{-j}$$

Legenda:

R_j = Valor atual das receitas;

C_j = Valor atual dos custos;

i = Taxa de Atratividade;

j = Período em que as receitas ou os custos ocorrem;

n = Número de períodos ou duração do projeto.

PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa de mercado é uma prática vital no universo dos negócios e do marketing, desempenhando um papel de destaque na coleta, análise e



RELISE

interpretação de informações relevantes para a compreensão de um mercado específico. Seu escopo envolve uma ampla gama de aspectos, incluindo o estudo de consumidores, concorrentes, tendências, e outros fatores, que impactam a demanda por produtos ou serviços.

Existem diversas abordagens e métodos para a realização de pesquisas de mercado, cada um adequado a diferentes contextos e necessidades. Pesquisas qualitativas frequentemente se baseiam em entrevistas em profundidade, grupos focais e observação direta, visando compreender em detalhe as motivações e comportamentos dos consumidores. Por outro lado, as pesquisas quantitativas se fundamentam em dados numéricos, como questionários, sondagens e análises estatísticas, permitindo a medição de tendências, preferências e comportamentos em uma escala mais ampla.

Pesquisa de Mercado está atrelada necessariamente na tomada de decisão, logo, toda pesquisa de mercado tem o propósito de buscar informações sobre o mercado externo e aplicar as estratégias internamente. Batista e Perez (2016) definem a pesquisa de mercado como um conjunto de métodos e técnicas científicas, que permitem coletar, conhecer, experimentar e avaliar aspectos relacionados aos produtos, às empresas, aos serviços e aos indivíduos considerando suas formas, conteúdos, intenções, aspirações e comportamentos. Antônio e Dutra (2008) afirmam que a Pesquisa de Mercado pode ser algo vital para a sobrevivência de uma empresa, no mercado atual.

Em tempos modernos, em um mundo globalizado e economia aquecida, é preciso olhar não só para dentro da empresa, como também para o ambiente externo, para poder sobreviver diante das crises e possíveis recessões ou até mesmo para obter lucros acima do esperado. A concorrência é árdua e as vezes desleal, podendo vir de qualquer lado, com produtos substitutos, similares ou até o mesmo nicho de mercado com outros produtos ou serviços daqueles tidos como não concorrentes, anteriormente. Desse modo, criou-se a necessidade de



RELISE

obter informações sobre o mercado, para auxílio na tomada de decisões, diminuindo as incertezas e conseqüentemente os riscos (ANTONIO; DUTRA, 2008,). Dentro desse esforço, a pesquisa de mercado busca determinar características individuais, sociais e/ou culturais e fornecer orientação e caminhos alternativos para as tomadas de decisão em negócios e políticas de uma forma geral (BATISTA; PEREZ, 2016).

O SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) define Pesquisa de Mercado como sendo uma ferramenta importante para que o empreendedor obtenha informações fundamentais sobre o mercado em que está inserido ou pretende se inserir. Quanto maior o seu conhecimento sobre o mercado e tudo aquilo que o envolve, melhor será o desempenho do seu negócio (SEBRAE MG, 2018).

Barucci, Andreoti e Gouvea (2015) classificam as pesquisas de mercado em três tipos que acabam se complementando:

a) Exploratórias – Pesquisa feita com o intuito de encontrar as principais causas de um problema, como a redução das vendas por exemplo. Neste caso, haveria a necessidade de se consultar os segmentos que se entrelaçam com o setor de vendas como por exemplo, os principais revendedores, os relatórios e a contabilidade, e assim, buscar orientações para solucionar o problema. Caso o problema ainda seja pertinente, faz-se necessário realizar o segundo tipo de pesquisa de mercado.

b) Descritiva – Após a etapa anterior, dependendo do resultado, é necessário sair em campo em busca de informações sobre os principais concorrentes e de como eles atuam no mercado, comparar com a organização em questão e buscar junto a seus vendedores as causas da situação atual.

c) Experimental – Considerando também os resultados da etapa anterior, é válido adotar a decisão que poderá trazer os melhores resultados para a empresa, nessa etapa deve-se anotar os resultados obtidos nas pesquisas,



RELISE

comparar o desempenho atual com o anterior e assim obter o resultado da modificação.

Zamberlan (2008) ilustra bem os passos de como fazer uma pesquisa de mercado, seguindo um mapa para planejar a realização do projeto de pesquisa de mercado. O mapa detalha os procedimentos necessários para a obtenção das informações que a empresa necessita e sua finalidade é proporcionar os métodos mais adequados para a obtenção destas informações para que seja possível tomar as melhores decisões.

De acordo com Zamberlan (2008), a concepção de pesquisa envolve os seguintes passos: definição do tema e formulação do problema de pesquisa; elaboração de uma abordagem do problema; concepção da pesquisa; trabalho de campo e coleta de dados; preparação e análise de dados; e preparação e apresentação do relatório de pesquisa.

A Pesquisa de Mercado acaba se tornando um dos pontos a serem anexados em um Plano de Negócio, documento criado no desenvolvimento de um novo empreendimento. Dolabela (2008) define plano de negócios como

Uma linguagem completa utilizada para descrever o que é ou a pretensão do que deve ser uma empresa, sendo que sua utilização reduz a taxa de risco do negócio e sustenta a tomada de decisões, que também pode sinalizar que não se deve abrir a empresa ou lançar o produto (DOLABELA, 2008, p. 31.)

Contudo, a Pesquisa de Mercado, devido a sua importância e pela volatilidade do mercado, acaba se tornando algo de corriqueira utilização pelas empresas, quando estas buscam novas formas de entregar seu produto, bem como nas novas estratégias de vencer a concorrência.

A IDEIA DE NEGÓCIO E ASPECTOS METODOLÓGICOS

A ideia desempenha um papel fundamental na conexão de consultores com pequenos empresários. Os consultores, que possuem amplos conhecimentos em gestão empresarial, incluindo administradores, contadores e



RELISE

gestores financeiros, desempenham o papel crucial de facilitar o sucesso dos pequenos empreendimentos. Eles são profissionais formados em cursos relacionados à gestão de negócios.

Quando muitos empreendedores iniciam seus negócios, muitas vezes negligenciam informações vitais sobre o mercado, como dados sobre clientes, concorrentes e fornecedores. Surpreendentemente, mais da metade deles não desenvolvem planos estratégicos antes de iniciar suas operações, o que pode ser prejudicial para seus negócios. A importância de um planejamento adequado é que ele ajuda a antecipar e lidar com quaisquer desafios inesperados que possam surgir no caminho (SEBRAE, 2017).

Do outro lado da "ponte" encontramos os consultores, muitos dos quais são jovens recém-formados em cursos relacionados à gestão, como administração. No entanto, muitos deles lutam para encontrar empregos em suas áreas de estudo. Este é um desafio significativo que atinge até mesmo aqueles que conseguem emprego, muitas vezes, ocupando posições que poderiam ser preenchidas por profissionais com educação de nível médio. Isso resulta na desvalorização do esforço investido na obtenção de seus diplomas e, por extensão, na desvalorização de suas profissões. Isso representa o segundo aspecto crítico desse cenário.

A ideia é criar uma plataforma de fácil acesso e utilização que conectará consultores e empreendedores de maneira eficiente. Para os empreendedores, o acesso ao aplicativo será gratuito, enquanto os consultores serão responsáveis por uma taxa de uso, refletindo seu investimento na plataforma. Essas taxas representarão a principal fonte de receita do aplicativo.

Foi realizada uma pesquisa de mercado junto aos potenciais clientes da ideia de negócio. Durante esse processo foram investigadas as experiências e vivências dos indivíduos, bem como a maneira como a ferramenta poderia ser aplicada em suas vidas. O segundo passo envolveu uma minuciosa análise



RELISE

financeira, na qual emprega-se as principais ferramentas de avaliação, incluindo o cálculo do Investimento Inicial necessário para colocar em prática as principais funcionalidades do aplicativo e das funcionalidades que estão por trás do sistema, de toda parte administrativa e financeira, dos custos operacionais e dos custos fixos, os custos necessários que envolve a plataforma e os processos organizacionais. Após essas primeiras avaliações financeiras realiza-se a simulação de valoração financeira da ideia de negócios utilizando os indicadores Valor Presente Líquido (VPL) em conjunto com o indicador Perpetuidade de Gordon. A simulação de valoração terá como base os cenários estimados de custos, receitas e estratégia de crescimento da empresa em seus primeiros 36 meses e, posteriormente, uma expectativa de crescimento perpétuo.

PESQUISA DE MERCADO DO PROJETO

O aplicativo detém dois tipos de cliente, com objetivos e necessidades diferentes. Sendo assim, foram feitas duas pesquisas, uma para os Consultores e outra para os Empreendedores.

Pesquisas de mercado dos consultores

A pesquisa buscou identificar as principais dores do público. As perguntas eram curtas e simples, mas com respostas valiosas sobre mercado de trabalho, formação, a prestação dos serviços de consultoria, e acima de tudo a aceitação de um aplicativo com os moldes do projeto empreendedor, que era o principal objetivo da pesquisa

1ª pergunta: Qual é o seu curso de graduação ou pós-graduação? - A primeira pergunta do questionário tem como objetivo compreender a formação acadêmica dos entrevistados, uma vez que o aplicativo visa atender principalmente ao público da área de gestão. Esta pergunta visa garantir se o público-alvo está correto.



2ª pergunta: Você está atualmente empregado? – A segunda pergunta tem o propósito de identificar se os entrevistados estão atualmente empregados.

3ª pergunta: Você consideraria oferecer serviços de consultoria para empresas como uma fonte de renda adicional? - A terceira pergunta explora a disposição dos entrevistados em fornecer serviços de consultoria. Ao seguir a pergunta sobre o emprego, incentiva os entrevistados a considerarem essa opção como uma maneira de ganhar renda adicional.

4ª pergunta: Se você estivesse interessado em prestar serviços de consultoria, saberia onde encontrar empresas que precisam desses serviços? - A quarta pergunta visa determinar se os entrevistados conhecem alguma plataforma ou recurso que ofereça serviços semelhantes aos propostos nesta ideia de negócio.

5ª pergunta: Se a resposta anterior for afirmativa, você poderia nos informar onde? – Neste ponto, pedimos aos entrevistados que compartilhem informações sobre plataformas concorrentes que ofereçam serviços semelhantes ao proposto.

6ª pergunta: Mesmo considerando que seja um investimento modesto, você estaria disposto a pagar por um aplicativo que facilite a conexão com empresas que precisam de consultoria? – Aqui, se questiona se os entrevistados estariam dispostos a pagar pelo acesso a um aplicativo que os ajude a encontrar empresas que necessitam de serviços de consultoria, que proporcione uma oportunidade de renda extra. Essa pergunta é crucial para avaliar se há demanda pelo aplicativo.

Pesquisa com empreendedores

Para a pesquisa com empreendedores foram empregadas perguntas simples visando obter respostas consistentes que contribuíssem para o estudo.



RELISE

208

1ª pergunta: Qual a situação do seu negócio? - Inicialmente, questionamos em que estágio se encontra o negócio. As opções incluem: Ideação, Desenvolvimento e Já em operação. Essa pergunta tem como objetivo identificar possíveis disparidades entre os empreendedores que poderiam procurar o serviço.

2ª pergunta: Qual a sua formação? - Neste momento buscamos compreender a formação dos empreendedores e determinar quais áreas estão mais representadas no empreendedorismo.

3ª pergunta: É difícil abrir uma empresa? - Avaliar as dificuldades enfrentadas ao iniciar um negócio é relevante considerando a demanda por profissionais na área de gestão que possam auxiliar os empreendedores nesse processo.

4ª pergunta: Recebeu alguma ajuda profissional? - Questionamos se os empreendedores procuraram assistência profissional para a gestão de seus negócios.

5ª pergunta Se sua resposta, na pergunta anterior foi "SIM". Onde encontrou o profissional? - Investiga se os empreendedores sabem onde encontrar profissionais qualificados, ao mesmo tempo que se avalia a existência de plataformas semelhantes ao nosso sistema.

6ª pergunta: Se a resposta da "4ª pergunta" foi NÃO. Por que tomou essa decisão? - Esta pergunta tem o propósito de identificar as dores dos potenciais futuros clientes e onde o aplicativo poderá atuar.

7ª pergunta: Usariam o aplicativo que facilita o encontro de profissionais da área de gestão? - Finalmente, mede-se a receptividade do público em relação ao aplicativo, observando se estariam dispostos a utilizá-lo.



RELISE

Resultado da pesquisa de mercado

A pesquisa com os consultores buscou identificar as principais características deste público. Em termos gerais, a pesquisa foi direcionada para alunos recém graduados em cursos de gestão, mais precisamente em Administração, porém, é válido informar que alunos com outras formações também responderam à pesquisa. Foram 41 respostas de profissionais recém-formados de universidades no Estado do Rio Grande do Norte. Os resultados podem ser observados na tabela 1.

Tabela 1: Pesquisa de Mercado com Consultores

PESQUISA COM CONSULTORES	
PERGUNTA	RESULTADO
1ª Pergunta: qual é o seu curso de graduação ou pós-graduação?	<ul style="list-style-type: none">• 78% Administração• 9,8% Engenharia de Produção• 12,2% Outros
2ª Pergunta: você está atualmente empregado?	<ul style="list-style-type: none">• 51,2%. Sim• 48,8%. Não
3ª Pergunta: você consideraria oferecer serviços de consultoria para empresas como uma fonte de renda adicional?	<ul style="list-style-type: none">• 95% Sim• 5% Não
4ª Pergunta: se você estivesse interessado em prestar serviços de consultoria, saberia onde encontrar empresas que precisam desses serviços?	<ul style="list-style-type: none">• 82,9% Não• 17,1% Sim
5ª Pergunta: se a resposta anterior for afirmativa, você poderia nos informar onde?	<ul style="list-style-type: none">• CDL• SEBRAE
6ª Pergunta: mesmo considerando que seja um investimento modesto, você estaria disposto a pagar por um aplicativo que facilite a conexão com empresas que precisam de consultoria?	<ul style="list-style-type: none">• 73,2% Sim• 26,8% Não

Fonte: Autoria Própria.

A pesquisa revelou que 78% dos participantes têm formação em Administração, sendo seguido por Engenharia de Produção, com 9,8%. Notavelmente, 51,2% estão atualmente empregados, enquanto 48,8% não estão. Uma descoberta interessante foi que 95% dos entrevistados estariam dispostos a oferecer serviços de consultoria empresarial, mesmo que fosse apenas para ganhar uma renda extra.



RELISE

Outro ponto relevante é que 82,9% não têm conhecimento sobre onde encontrar empresas que necessitem de consultoria. Essa informação destaca uma lacuna observada na introdução da seção anterior, indicando a falta de uma ferramenta que facilite a conexão entre esses dois públicos-alvo. É digno de nota que, ao serem questionados, os entrevistados mencionaram apenas órgãos institucionais sem mencionar nenhum aplicativo específico.

Por fim, a pesquisa indicou que 73,2% dos participantes estariam dispostos a pagar um valor modesto por acesso a uma plataforma que os conectasse a empresas que precisam de ajuda. Essa atitude positiva destaca que mesmo aqueles já empregados estariam dispostos a utilizar um aplicativo, mesmo que seja para obter uma renda extra.

Para a pesquisa de mercado com os empreendedores o objetivo era identificar se existe uma necessidade por parte deste público, tendo em vista a importância deste grupo para o funcionamento do aplicativo em si. Sem a presença dos empreendedores no aplicativo não haveria necessidade de os consultores pagarem pelo acesso, em outras palavras, a presença daqueles que vão solicitar os serviços de consultoria (Empreendedores) atrai aqueles que estão dispostos pagarem pelo acesso (Consultores).

A pesquisa com os Empreendedores foi feita entre comerciantes da cidade de Umarizal/RN, a ideia era usar a pequena cidade como uma amostra do cenário de empresas de pequeno porte. Obtiveram-se 36 respostas do questionário de pesquisa, onde o objetivo foi entender como os empreendedores locais percebiam sobre sua realidade mercadológica e sobre a ideia de ter os serviços de consultoria. As repostas da pesquisa encontram-se na Tabela 2.

A pesquisa iniciou questionando em que fase os negócios se encontram, e 42% dos participantes indicaram estar em operação. Na segunda pergunta, exploramos a formação dos empreendedores, revelando que 50% deles possuem pelo menos um diploma de curso superior. Este dado sugere uma



tendência crescente de pessoas com formação acadêmica buscar empreender. Notavelmente, 22,2% não compartilharam suas formações, indicando uma diversidade de experiências.

Tabela 2: Pesquisa de Mercado com Empreendedores

PESQUISA COM empreendedores	
PERGUNTA	RESULTADO
1ª Pergunta: qual a situação do seu negócio?	<ul style="list-style-type: none">• Ideação – 31,4%• Em Desenvolvimento – 25,7%• Em Operação – 42,9%
2ª Pergunta: qual a sua formação?	<ul style="list-style-type: none">• Graduação – 50%• Não informaram – 22,2%• Ensino técnico – 8,3%• Ensino médio – 11,1%• Mestrado – 5,6%• Doutorado – 2,8%
3ª Pergunta: é difícil abrir uma empresa?	<ul style="list-style-type: none">• Sim – 40%• Não – 60%
4ª Pergunta: recebeu alguma ajuda profissional?	<ul style="list-style-type: none">• Sim – 34,3%• Não – 65,7%
5ª Pergunta: Se sua resposta anterior foi “SIM”. Onde encontrou ajuda profissional?	“SEBRAE” “Amizade de Trabalho” “Um amigo pessoal, administrador” “Outros comerciantes locais, familiares que já atuam no ramo de comércio” “Escritório de Contabilidade” “Contabilidade” “Na família” “Sebrae, mas já faz um tempinho”
6ª Pergunta: usariam o aplicativo que facilita o encontro de profissionais da área de gestão?	<ul style="list-style-type: none">• Sim – 93,9%• Não – 6,1%

Fonte: Autoria Própria.

Ao abordar a percepção dos empreendedores sobre a facilidade de abrir um negócio na região, 60% consideraram o processo desafiador, enquanto 40% acreditam na facilidade. Essa visão se reflete na terceira pergunta sobre a obtenção de ajuda para iniciar um negócio. Revelou-se que 65,7% afirmaram não ter recebido ou não recebem assistência de um profissional em gestão. Este dado sugere que, apesar das dificuldades, o espírito empreendedor motiva muitos a gerenciar seus próprios negócios.

Uma resposta notável foi o fato de alguns empreendedores buscarem ajuda não apenas em organizações tradicionais, como o SEBRAE, mas também



RELISE

entre outros comerciantes. A quarta resposta, onde um entrevistado mencionou ter buscado ajuda de outros comerciantes surpreendeu, pois geralmente não se espera que concorrentes colaborem nesse sentido. No entanto, essa resposta valida a diversidade de fontes de suporte, incluindo a valiosa experiência de mercado.

O destaque crucial da pesquisa é a informação revelando que 93,9% dos entrevistados estariam dispostos a utilizar um aplicativo para encontrar profissionais. Essa expressiva adesão indica uma forte receptividade do público empresarial ao conceito do aplicativo sinalizando sua utilidade percebida.

Algumas respostas eram esperadas, como o SEBRAE, mas o que mais chamou atenção foi a quarta resposta, onde o entrevistado afirma que pediu ajuda de outros comerciantes para abrir o seu negócio. De fato, é surpreendente esse tipo de resposta, pois, não se esperava que comerciantes pudessem ajudar outros comerciantes a gerir o seu negócio, uma vez que eles podem se tornar concorrentes. Porém, ainda assim, foi uma resposta válida, tendo em vista o objetivo da pergunta, sobre onde encontrar ajuda profissional para ajudar no seu negócio, e nada melhor do que a experiência do mercado “nua e crua” de alguém que já vive isso.

ANÁLISE FINANCEIRA

Para que a empresa comece a operar de uma maneira completa é necessário entender o investimento inicial a ser utilizado. Foi necessário dividir os custos deste investimento em três itens, que foram pensados para atender as necessidades de uma empresa além do aplicativo. Os itens da tabela 3 foram descritos como: Desenvolvimento da Plataforma, Escritório e Suporte Tecnológico e Capital de Giro:

Desenvolvimento da Plataforma – Para desenvolver a plataforma o sistema utilizado foi o Google Workspace, uma plataforma gratuita onde é



RELISE

possível desenvolver sites e plataformas digitais. Dentro desta plataforma é possível utilizar uma ferramenta chamada Google Sites.

Quanto aos custos, o uso básico do Google Sites é gratuito. No entanto, é importante notar que o Google também oferece uma versão premium chamada Google Workspace, que inclui recursos adicionais e opções de personalização. Os planos do Google Workspace têm custos associados e os preços podem variar dependendo da região e dos recursos específicos necessários. Para o desenvolvimento da plataforma os recursos utilizados serão gratuitos, não gerando custos de investimento deste tipo.

Escritório – No item escritório, as informações podem ser melhor entendidas através da tabela 3. Os valores foram encontrados em páginas de lojas de varejo. Os itens que foram colocados na tabela foram pensados para ajudar nas atividades de um escritório para, inicialmente, duas pessoas.

Suporte Tecnológico e Capital de Giro – Serão todos os equipamentos que darão apoio nos processos do aplicativo. Nesse sentido, foram pensados nos itens: Computador, Impressora e Servidor, inicialmente. Diferente dos itens de escritório, nessa parte, os itens que compõe o Suporte Tecnológico, tiveram que ter uma atenção a mais na pesquisa de preços. Como detalha a tabela 4, o capital de giro é um recurso financeiro necessário para realizar as operações iniciais do potencial negócio.

O resultado do montante financeiro total inicial será de R\$ 10.978,35, composto pela soma dos itens de escritório e suporte tecnológico. Depois de entender o valor do investimento inicial, o próximo item a ser analisado são os custos operacionais, que serão aqueles que ocorrerão para manter o funcionamento da empresa ao longo do tempo.



RELISE

214

Tabela 3: Custos 'Escritório'.

ESCRITÓRIO				
ITEM	QUANTIDADE	FONTE DA INFORMAÇÃO	VALOR	VALOR TOTAL
MESAS	2	amazon.com (2023)	R\$ 399,00	R\$ 798,00
CADEIRAS	2	americanas.com (2023)	R\$ 239,90	R\$ 479,80
LIXEIRA	2	casasbahia.com (2023)	R\$ 31,78	R\$ 63,56
RESMAS DE PAPEL	4	americanas.com (2023)	R\$ 17,99	R\$ 71,96
PAC. CANETAS	1	amazon.com (2023)	R\$ 42,88	R\$ 42,88
AGENDAS	2	americanas.com (2023)	R\$ 11,35	R\$ 22,70
CONJUNTOS DE CLIPES	1	americanas.com (2023)	R\$ 30,63	R\$ 30,63
PORTA CANETAS	2	americanas.com (2023)	R\$ 15,30	R\$ 30,60
BLOCO DE NOTAS ADESIVAS	10	amazon.com (2023)	R\$ 7,99	R\$ 79,90
TOTAL				R\$ 1.620,03

Fonte: Aatoria Própria.

Tabela 4: Custos de Suporte Tecnológico e Capital de Giro.

ITEM	QTDE	VALOR (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)
Notebook	2	2.593,00	5.186,00
Impressora Multifuncional Wi-Fi	1	1.746,82	1.746,82
Servidor	1	2.425,50	2.425,50
Capital de Giro		10.000,00	10.000,00
Total			19.358,32

Fonte: Aatoria Própria

Os custos operacionais são aqueles que dão suporte para que as atividades principais da empresa sejam realizadas. É válido destacar que estes custos operacionais foram pensados para uma empresa recém iniciada no negócio, logo, não há tantos itens, apenas aqueles essenciais para o funcionamento. Para isso, foram pensados nos seguintes: Energia, Internet e Marketing Digital. A simulação considera o negócio em fase inicial, onde os



RELISE

sócios o desenvolverão. Dessa forma, adiciona-se aos custos um valor de pró-labore aos eventuais donos de uma empresa no setor. Estes custos poderão estar apresentados na tabela 5.

Tabela 5: Custos Operacionais.

CUSTO OPERACIONAL			
Nº	ITEM	SITE	VALOR
1	Marketing Digital	Profissional da Área	R\$ 3.500,00
2	Internet 500 MEGA	Brisanet (brisanet.com)	R\$ 100,00
3	Energia		R\$ 500,00
4	Pró - Labore		R\$ 4000,00
TOTAL MENSAL			R\$ 8.100,00
TOTAL ANUAL			R\$97.200,00

Fonte: Autoria Própria.

Por se tratar de uma empresa de tecnologia, o Marketing Digital faz parte da principal atividade da ideia como empresa, logo, acaba se tornando um custo necessário. E de acordo com uma pesquisa feita com uma profissional da área, o custo médio por campanha publicitária é em torno de R\$ 3.500,00 por mês. Os custos com internet também se fazem necessários, pois buscará dar suporte aos clientes de maneira mais rápida possível. O custo da energia elétrica indica que uma pequena empresa deste porte gasta em média R\$ 500,00. (FIRJAN, 2017). Além dos custos operacionais, outra saída de caixa do potencial negócio seriam o pagamento de impostos de uma empresa que se enquadra no regime tributário Simples, com uma alíquota de 6% sobre a receita.

Preço de acesso

A estimativa de faturamento busca entender quanto a empresa poderá gerar de caixa em determinado período de tempo. O cliente Consultor será aquele que irá pagar pelo acesso, no modelo de negócio proposto. É preciso entender que o aplicativo surgiu com o intuito de ajudar principalmente este público que sofre com o desemprego ou em início de carreira, logo o valor de



RELISE

acesso deve ser, minimamente, compatível com o poder de compra deste público em específico.

É preciso deixar a precificação alcançável para que o público possa acessar. A formação do preço de venda é considerada o item mais importante de um planejamento, pois um preço equivocado pode não haver aceitação do cliente impactando no resultado desejado pela empresa (Almeida et al, 2016).

A definição do preço do serviço foi baseada na necessidade da cobertura dos custos operacionais mensais do potencial negócio, dentro de um contexto, onde seria fundamental evitar um preço excessivo. Os custos operacionais são de R\$ 8.100,00 mensais gerando os “Custos Diários” de, aproximadamente, R\$ 270,00, considerando 30 dias de cada mês. A ideia de precificação é de que a receita inicial cubra os custos diários, além de adicionar uma margem de lucro diária de 30%. A expectativa de início do negócio é de que no primeiro mês a empresa inicie com 10 clientes. Sendo assim, a receita diária necessária para superar o custo operacional diário e uma margem de lucros somados seria de R\$ 351. O preço unitário a ser pago por cada cliente no início das operações é de R\$ 35,10, preço que não é extremamente elevado para o perfil do cliente, assim como cobre os custos iniciais do negócio.

O cenário de Estimativa de Faturamento mensal utilizou como premissa mercadológica básica o preço de acesso ao produto estimado. A simulação do nível das receitas considerou um cenário de estimativa de tamanho do mercado, onde a meta da empresa é a de adicionar 10 assinaturas por mês no primeiro ano, 20 assinaturas por mês no segundo ano e 30 assinaturas por mês no terceiro ano, onde cada cliente consultor paga o valor mensal estipulado, sendo a receita gerada pelas assinaturas a base do modelo de negócios. A tabela 6 mostra a simulação do cenário de estimativa de receitas do modelo de negócios.

A estimativa de geração de caixa, em seu valor nominal, ao longo de 36 meses, de acordo com as expectativas do modelo de negócios fica acima de R\$



RELISE

52.000,00. O negócio em seus primeiros 18 meses, enquanto encontra-se na fase inicial de escala não apresentará resultados mensais positivos. A potencial empresa apresenta características básicas de novos negócios inovadores em suas finanças, onde as receitas começam a suplantar os custos operacionais mensais e gerar resultados alguns períodos após o início da atuação no mercado, no caso a partir do mês 19. Portanto, a geração de valor financeiro inicia na segunda metade do período inicial da simulação financeira do negócio, quando são previstos o início dos ganhos de escala.

Simulação de Valoração da Ideia de Negócio

A valoração do modelo de negócio utilizará o indicador valor Presente Líquido (VPL) que parte do conceito da construção de cenários de fluxos de caixa simulados dos períodos futuros de operações de um negócio. A partir da construção de cenário futuro para os resultados periódicos da potencial empresa (Receitas – Custos Operacionais – Impostos), no caso desta simulação os resultados financeiros mensais durante 36 meses, descontam-se os mesmos a uma taxa mínima de atratividade do empreendimento obtendo os valores presentes desses possíveis resultados futuros no momento da tomada de decisão de investimento, ou seja, na data zero. Abatem-se os gastos de investimentos realizados para o início das operações da totalidade dos resultados em valores presentes. O resultado obtido líquido é o valor, em unidades monetárias, da expectativa de geração de valor financeiro do empreendimento em seu cenário projetado.



RELISE

218

Tabela 6: Estimativa de Receitas dos Meses de Análise
ESTIMATIVA DE FATURAMENTO (Anual)

Mês	Estimativa de Clientes	Receita (R\$)
1	10	-7.770,06
2	20	-7.440,12
3	30	-7.110,18
4	40	-6.780,24
5	50	-6.450,30
6	60	-6.120,36
7	70	-5.790,42
8	80	-5.460,48
9	90	-5.130,54
10	100	-4.800,60
11	110	-4.470,66
12	120	-4.140,72
13	140	-3.480,84
14	160	-2.820,96
15	180	-2.161,08
16	200	-1.501,20
17	220	-841,32
18	240	-181,44
19	260	478,44
20	280	1.138,32
21	300	1.798,20
22	320	2.458,08
23	340	3.117,96
24	360	3.777,84
25	390	4.767,66
26	420	5.757,48
27	450	6.747,30
28	480	7.737,12
29	510	8.726,94
30	540	9.716,76
31	570	10.706,58
32	600	11.696,40
33	630	12.686,22
34	660	13.676,04
35	690	14.665,86
36	720	15.655,68

Fonte: Autoria Própria.



RELISE

Junior, Lengowski, Machado e Dickwo (2020) informaram que o sistema de análise de retorno do investimento VPL se torna mais eficiente, pois apresenta dados mais rápidos. Souza e Penha (2020), para verificar a viabilidade econômica de um projeto de Investimento, utilizam o VPL, pois assim é possível definir a viabilidade do projeto e mostram possíveis riscos e os prováveis retornos. A equação 1 mostra a definição da estimativa do Valor Presente Líquido.

$$VPL = \sum_{t=1}^n \frac{FCt}{(1+i)^t} \quad \text{Equação 1}$$

Onde,

FC = Fluxo de Caixa

i = taxa mínima de atratividade

t = Período do resultado de fluxo de caixa

A Taxa Mínima de Atratividade é determinada com base no custo do capital do empreendimento em análise. A taxa desempenha um papel crucial na tomada de decisões quanto à alocação de recursos em projetos de investimento, mas isso pode ser observado nas políticas de gestão de cada empresa ou tomador de decisão (Schroeder, Schroeder, Costa e Shinoda, 2005).

A definição da taxa mínima de atratividade de um projeto, empresa ou modelo de negócio pode levar em conta uma série de variáveis financeiras e operacionais particulares de cada tomada de decisão de investimentos, onde podemos ter alguns modelos diferentes para a realização da estimativa da mesma. Na presente simulação de valoração têm-se uma potencial empresa inovadora em estágio primário, onde o objetivo é a realização de uma análise de valor financeiro do modelo de negócios na perspectiva de um empreendedor, baseado na construção de um cenário financeiro e de funcionamento do negócio feito pelo mesmo. Neste contexto definiu-se a taxa de forma simples, isto é, apenas baseada no custo de oportunidade do empreendedor, onde este é baseado apenas nas alternativas de investimentos que o dono do negócio possui.



RELISE

O pequeno empreendedor desta simulação tem a escolha entre utilizar seu próprio recurso financeiro para realizar os gastos de investimento na sua ideia ou aplicá-lo no mercado financeiro, onde obteria um retorno próximo a 10% ao ano ou 0,8% ao mês, taxa de retorno próxima ao que títulos da dívida pública federal do Brasil pagam atualmente, alternativa de investimento facilmente acessível e com nível de risco muito baixo. Portanto, todos os potenciais resultados de fluxo de caixa entre os meses 1 e 36 foram descontados a esta taxa. O cenário de modelo de negócios simulado apresentou um valor presente líquido de R\$ 6.924,61, um valor positivo indicando que a ideia de negócio possui algum valor financeiro neste horizonte de tempo inicial, nesta estratégia de expansão no mercado estabelecida.

O valor presente líquido para os primeiros 36 meses não possui um valor elevado por dois motivos principais. O primeiro diz respeito a questão de ser uma potencial empresa em seus estágios iniciais, onde esta ainda está evoluindo em sua conquista de mercado, o que não permite resultados mensais expressivos de geração de receitas. O segundo motivo está relacionado aos momentos no tempo quando os melhores resultados irão ocorrer. Por exemplo, os resultados financeiros mensais só atingirão um patamar acima de R\$ 10.000,00 a partir do mês 31, isto é, na fase final desta análise financeira. Dessa forma, a taxa mínima de atratividade incidirá sobre os principais resultados durante mais períodos do que ao resultados mais modestos de períodos anteriores gerando valores presentes mais reduzidos. Tal fato, neste cenário de fluxo de caixa, impacta negativamente na valoração da ideia de negócio nestes primeiros anos de operações, caracterizando a ideia de negócio como sendo de pouco valor.

A ideia de valoração deste modelo de negócio não é de olhar somente os primeiros três anos da potencial empresa. Os primeiros três anos mostram os resultados de valoração dentro de um período de crescimento de escalabilidade do negócio no mercado caracterizado por uma estratégia de crescimento no



RELISE

221

número de clientes, mas ainda com os momentos iniciais da empresa com altos custos e poucas receitas sendo um período preponderante. Ao final dos 36 meses estima-se que a empresa continuaria em operação. Portanto, o mês 36 não é o fim da análise de simulação de valoração do negócio, pois este ainda permanecerá gerando resultados e valores financeiros.

A segunda parte da valoração parte do conceito de perpetuidade de Gordon, onde é possível valorar um ativo sem um tempo máximo de vida útil definido, como no presente caso de valoração de um negócio sem data estipulada para o fim. Supõe-se que a primeira parte da valoração foi considerado um futuro “previsível”, com estudo de mercado e levantamento de dados dos primeiros passos do negócio. A segunda etapa considera a estimativa de um futuro financeiro mais distante, de uma fase estável da companhia, sem dados detalhados das finanças, baseando a expectativa de evolução em uma taxa de crescimento mensal fixo da empresa. A equação 2 mostra o método de estimativa de valor considerando que, após o mês 36, a empresa continuará operando em uma fase de estabilidade no seu crescimento perpétuo.

$$V = \frac{FC36}{i-g} \quad \text{Equação 2.}$$

Onde;

FC36 = Fluxo de Caixa no último período mensurado. (Mês 36)

i = Taxa Mínima de atratividade

g = Taxa de Crescimento Perpétuo para os períodos após o mês 36.

A partir do resultado do mês 36 de R\$ 15.565,68 o modelo de negócio continuaria apresentando crescimento, porém a uma taxa fixa de 0,26% ao mês e com a mesma taxa de desconto para valores presentes da primeira parte da valoração, no caso 0,8% ao mês. A taxa de crescimento perpétuo é baseada na expectativa de crescimento de pequenas empresas, em bases anuais, de 3,2% ao ano, de acordo com e-commerce Brasil (2023). Com os dados foi possível obter a estimativa de valoração da perpetuidade desta ideia de negócio, que foi no valor de R\$2.899.200,00.



Iara (2013) destaca que esse modelo se fundamenta na aplicação de fluxos de caixa descontados trazendo os valores futuros dos resultados esperados para o valor presente considerando um crescimento estável. Essa abordagem busca antever os benefícios futuros dos dividendos e expressá-los de forma ponderada em termos de valor presente, reconhecendo a importância do crescimento constante como um componente crucial nesse processo de avaliação.

Observa-se então que nesta valoração do modelo de negócio estudado, quase que a totalidade do valor de uma eventual empresa se concentra na perpetuidade estimada, pois o modelo de negócio, em suas fases iniciais, ainda não teria conquistado boa parte do mercado, sendo tais momentos concentrados na aderência ao novo mercado e crescimento das receitas. O crescimento do valor deste modelo de negócios se dará na fase de estabilização da empresa e em um crescimento futuro contínuo, após os primeiros três anos, de acordo com o cenário analisado. Portanto, é fundamental que, em casos como este, a tomada de decisão de investimento leve em consideração a possibilidade de, nos primeiros períodos, a empresa não apresentar altos valores, sendo a principal parte da geração de valor do negócio concentrada nas etapas mais adiantadas de valoração da empresa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em síntese, a proposta de criação de uma plataforma inovadora para conectar consultores e pequenos empresários emerge como uma resposta perspicaz aos desafios enfrentados por ambos os lados da "ponte". A identificação do papel crucial desempenhado pelos consultores na facilitação do sucesso dos pequenos empreendimentos ressalta a necessidade de uma abordagem estruturada e colaborativa. A análise crítica da negligência de



RELISE

informações vitais por parte de muitos empreendedores e a ausência de planos estratégicos evidenciam a lacuna que a plataforma busca preencher.

O emprego de indicadores financeiros como Valor Presente Líquido (VPL) para a valoração do modelo de negócio oferece uma base sólida para a tomada de decisões de investimento em um cenário provável de custos e evolução da penetração de mercado projetadas pelo empreendedor. A Taxa Mínima de Atratividade é um componente crucial na tomada de decisões. A proposta de estabelecer a taxa mínima de atratividade com base no custo de oportunidade do empreendedor revela uma abordagem prática e centrada no contexto do projeto. A simulação de valoração, embora mostre um Valor Presente Líquido inicial modesto, destaca a importância de considerar o potencial de crescimento contínuo após os primeiros três anos.

A proposta da plataforma de consultoria simulada neste trabalho pode ser vista como um modelo de negócios com chances de sucesso. Ancorada em uma valoração financeira e a uma perspectiva de “serviço necessário”, observada nas pesquisas com os potenciais clientes do serviço, a proposta apresenta potencial de aceitação do mercado, ao mesmo tempo, que pode gerar valor financeiro em um eventual negócio. No caso simulado, limitado a um cenário estipulado por um potencial empreendedor, cenário este sem grandes exageros de crescimento de mercado rápido neste modelo de pequena empresa, o empreendimento pode ter valor quando consideramos um prazo maior de desenvolvimento do negócio, não cabendo visões de retorno sobre o mesmo em prazos curtos.

REFERÊNCIAS

AMBROS, Mateus Gundlach; SCHNORREBERGER, Darci. Avaliação de Empresas: Estudo com Base nos Métodos do Balanço Patrimonial e do Fluxo de Caixa Descontado. 5º Congresso de UFSC de Controladoria e Finanças & Iniciação Científica em Contabilidade. 2014. Disponível em:



RELISE

224

<https://daankrug.github.io/ccn-ufsc-cdn/5CCF/index.htm?> Acesso em: 23 jan. 2021.

AMAZON. Caneta Bic Azul Cristal Dura Mais – Ponta Esferográfica Média de 1.0mm. Escrita Macia e Cor Intensa. Disponível em: https://www.amazon.com.br/Caneta-Esferografica-Cristal-Azul-Bic/dp/B000I5VY8Y/ref=sr_1_3_sspa?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crd=X5GEZGKZTEEP&keywords=pacote%2Bde%2Bcanetas&qid=1707478765&sprefix=pacote%2Bde%2Bcanetas%2Caps%2C231&sr=8-3-spons&sp_csd=d2lkZ2V0TmFtZT1zcF9hdGY&th=1. Acesso em: 23/07/2023.

AMAZON. Mesa de Escritório em L 2 Gavetas 3 Nichos Office NT 2060 Notável Móveis. Disponível em: https://www.amazon.com.br/Escrit%C3%B3rio-Gavetas-Nichos-Office-Not%C3%A1vel/dp/B0C7RFPHKT/ref=sr_1_13?crd=10VL4XLKD0D03&keywords=mesa+escritorio&qid=1707478280&sprefix=mesa+%2Caps%2C194&sr=8-13&ufe=app_do%3Aamzn1.fos.4bb5663b-6f7d-4772-84fa-7c7f565ec65b. Acesso em: 23/07/2023.

AMAZON. Notebook Dell Inspiron I15-I120K-A10P 15.6" Full HD 12ª Geração Intel Core i3 8GB 256GB SSD Windows 11 Preto. Disponível em: https://www.amazon.com.br/Notebook-Dell-Inspiron-I15-I120K-A10P-Gera%C3%A7%C3%A3o/dp/B0CJ9PRBJT/ref=sr_1_10?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crd=1ULN89NT6KJCW&keywords=Notebook&qid=1707480060&sprefix=notebook%2Caps%2C299&sr=8-10&ufe=app_do%3Aamzn1.fos.25548f35-0de7-44b3-b28e-0f56f3f96147. Acesso em 24/07/2023.

AMERICANAS. Agenda permanente Playstation, 135x175mm, 114 folhas 2491734, Spiral Ps - pt 1 um. Disponível em: https://www.amERICANAS.com.br/produto/7408755141/agenda-permanente-playstation-135x175mm-114-folhas-2491734-spiral-ps-pt-1-un?pfm_carac=agendas&pfm_index=24&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=64808b5c579fbc8d91459c42. Acesso em: 22/07/2023.

AMERICANAS. Cadeira de Escritório Diretor Costaneira Soft Marron. Acesso em: 23/07/2023. Disponível em <https://www.amERICANAS.com.br/>.

AMERICANAS. Lixeira Metal Aramado Cesto Lixo Escritório 12 Litros Preto. Acesso em. Disponível em: <https://www.casasbahia.com.br/lixeira-metal>



RELISE

225

aramado-cesto-lixo-escritorio-12-litros-preto/p/1563916568?utm_source=gp_branding&utm_medium=cpc&utm_campaign=gn=gg_brd_inst_cb_exata. Acesso em: 23/07/2023.

AMERICANAS. Papel Chamex A4 75g Pacote 300 folhas. Disponível em: https://www.americanas.com.br/produto/2138209456/papel-chamex-a4-75g-pacote-300-folhas?pfm_carac=resmas-de-papel&pfm_index=2&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=5fc2b6a2762ff367195414f3. Acesso em: 23/07/2023.

AMERICANAS. Pacote C/10 Caixas de Clipes 3/0 50 Un. Cada Galvanizado. Disponível em: https://www.americanas.com.br/produto/5502194731/pacote-c-10-caixas-de-clipes-3-0-50-un-cada-galvanizado?pfm_carac=pacote-de-clipes-para-documentos&pfm_index=1&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=62e1bfeadbc5f39b9df971e. Acesso em: 23/07/2023.

AMERICANAS. Porta Caneta/Clips Cristal 939.3 Acrimet. Disponível em: https://www.americanas.com.br/produto/6869436804/porta-caneta-clipes-cristal-939-3-acrimet?pfm_carac=porta-canetas&pfm_index=23&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=63a0c121401db3b86b2edfac. Acesso em: 23/07/2023.

AMAZON. Note fix, 3M, Bloco Adesivo Colorido, 38x50mm, 100 Folhas. Disponível em: https://www.amazon.com.br/Adesivo-Colorido-Note-Fix-HB004649636/dp/B092RJB8R4/ref=sr_1_7?__mk_pt_BR=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crd=3Q35XTC84VR7U&keywords=bloco+de+notas+adesivas&qid=1707479415&srefix=bloco+de+notas+adesiva%2Caps%2C202&sr=8-7. Acesso em: 23/07/2023.

ANTÔNIO, Paulo; DUTRA, Karen Estefan. Pesquisa de mercado: ferramenta norteadora no processo decisório que antecede a tomada de decisão. Revista Eletrônica da Faculdade Metodista Granbery. 2008. Disponível em: <http://re.granbery.edu.br/artigos/MTlw.pdf>. Acesso em: 22 jan. 2021.

BATISTA, Leandro Leonardo; PEREZ, Clotilde. Novos meios e novos métodos de pesquisa: desafios, soluções e avanços. Organicon. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2016.139340>. Acesso em: 25 dez. 2020.

BRISANET. INTERNET FIBRA 500 MEGA. Disponível em: https://brisanetfibra.com.br/?utm_source=google&utm_content=cid|1960501939



RELISE

226

0|gid|150693154292|kwid|kwd-394417871222&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAt5euBhB9EiwAdkXWO-ojKrpKzeotXR7kfuCcBZfiUi3l6S8UkJOWgtpmM-0p5yywikd4zxoCrycQAvD_BwE. Acesso em: 23/07/2024.

CASAS BAHIA. Lixeira Metal Aramado Cesto Lixo Escritório 12 Litros Preto. Acesso em. Disponível em: https://www.casasbahia.com.br/lixreira-metal-aramado-cesto-lixo-escritorio-12-litros-preto/p/1563916568?utm_source=gp_branding&utm_medium=cpc&utm_campaign=gg_brd_inst_cb_exata. Acesso em: 23/07/2023.

CASAS BAHIA. Multifuncional Tanque de Tinta Epson EcoTank L5590 Wireless - Impressora, Copiadora, Scanner. Disponível em: https://www.casasbahia.com.br/multifuncional-tanque-de-tinta-epson-ecotank-l5590-wireless-impressora-copiadora-scanner/p/55064361?utm_campaign=gg_pmax_core_info_monitor&utm_medium=cpc&utm_source=gp_pla. Acesso em: 24/07/2024.

CERBASI, Gustavo Petrasunas. Metodologias para determinação do valor das empresas: uma aplicação no setor de geração de energia hidrelétrica. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Universidade de São Paulo. São Paulo/SP. 2003. Disponível em: <https://www.semanticscholar.org/paper/Metodologias-para-determina%C3%A7%C3%A3o-do-valor-das-uma-no-Cerbasi/43260f794c41f948afd067cfeb20252a5d3fa008>. Acesso em: 07 set. 2020.

FIRJAN. Quanto custa a energia elétrica para a Indústria no Brasil? Publicações Sistema FIRJAN – Pesquisas e Estudos Socioeconômicos. 2016. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/firjan/empresas/competitividade-empresarial/temas-em-destaque/energiaeletrica/custo/#:~:text=O%20custo%20da%20energia%20el%C3%A9trica,487%2C14%20R%24%2FMWh>. Acesso em: 05/02/2024.

GONÇALVES, Giuliano. Pequenos e médios negócios registram crescimento de 3,1% no 2º trimestre de 2023. E-commerce Brasil. 2023. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/pequenos-e-medios-negocios-registram-crescimento-de-31-no-2o-trimestre-de-2023#:~:text=PMEs%20devem%20manter%20ritmo%20de%20crescimento%20no%20curto%20prazo&text=Por%20conta%20do%20resultado%20acima,mesmo%20per%C3%ADodo%20do%20ano%20anterior>. Acesso em: 05/02/2024.



RELISE

227

INFORBELL. Servidor Dell PowerEdge T310 – Seminovo. Disponível em: https://www.infobell.com.br/servidor-dell-poweredge-t310-seminovo?utm_source=Site&utm_medium=GoogleMerchant&utm_campaign=GoogleMerchant. Acesso em: 24/07/2023.

JÚNIOR, Eraldo Antonio Bonfatti. LENGOWSKI, Elaine Cristina. MACHADO, Pablo & DICKOW, Kauana Melissa Cunha. Avaliação econômica por projeção financeira de um adensamento de erva-mate. *Agropecuária Catarinense*, Florianópolis, v.33, n.1, p.44-49, jan./abr. 2020. Disponível: <https://publicacoes.epagri.sc.gov.br/rac/article/view/492/705>. Acesso em: 05/02/2024.

PADOVANI, Ileana Raymundo; MAZIERO, Jéssica Ariádne; VIEIRA, Lorena Barbosa; MEDEIROS, Maria Cristiana de. Valuation – Avaliação de Empresas. UNISALESIANO - Centro Universitário Católico Salesiano Curso de Ciências Contábeis. Lins, SP. 2011. Disponível em: <https://www.yumpu.com/pt/document/view/38851887/avaliacao-de-empresas-valuation-unisalesiano>. Acesso em: 16/04/2023.

SCHROEDER, Jocimari Tres; SCHROEDER, Ivanir; COSTA, Reinaldo Pacheco da; SHINODA, Carlos. O custo de capital como taxa mínima de atratividade na avaliação de projetos de investimento. *Revista Gestão Industrial* v. 01, n. 02 : pp. 033-042, 2005. Disponível em: DOI 10.3895/S1808-04482005000200003. Acesso em: 31/10/2023.

SILVA, Márcio Lopes da; FONTES, Alessandro Albino. Discussão sobre os critérios de avaliação econômica: Valor Presente Líquido (VPL), Valor Anual Equivalente (VAE) e Valor Esperado da Terra (VET)1. *R. Árvore*. Viçosa/MG. 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rarv/a/7jJ8FVfdNrBwBq9kSdP4sBg/?lang=pt>. Acesso em: 23 jan. 2021.

SOUZA, Gabriela Romana. PENHA, Roberto Silva da. Viabilidade Econômica de um Projeto de Investimento de Energia Fotovoltaica. *RAGC*, v.8, n.35, p.113-128/2020. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/ragc/article/view/2076>. Acesso em: 05/02/2024.

TEIXEIRA, Hélvio de Avellar. Pesquisa de Mercado. *Perspect. cienc. inf.*, Belo Horizonte. 1997. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/23240>. Acesso em: 22 jan. 2022.