



ANAIS

ANÁLISE ECONÔMICA E FINANCEIRA DE INVESTIMENTOS DE UM SUPERMERCADO DO PONTAL DO TRIÂNGULO MINEIRO

LEANDRO DIVINO MIRANDA DE OLIVEIRA

leandro-miranda92@hotmail.com

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"

MARCELO GIROTTO REBELATO

mgiroto@fcav.unesp.br

FCAV-UNESP

SÉRGIO MENDES DUTRA

serggiomendes@gmail.com

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MINAS GERAIS

JOYCE COSTA HENRIQUE

joyce.henrique@gmail.com

UNESP - FCAV

JUSSARA GOULART DA SILVA

jussara.goulart@ufu.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

RESUMO: O presente estudo tem como objetivo demonstrar os investimentos e análise econômica e financeira de um supermercado, ora objeto do estudo, no que se refere a ampliação da sua área com a aquisição de terrenos circunvizinhos, ampliação da área do estacionamento convencional, a criação de novas vagas do estacionamento coberto por placas geradoras de energia solar e a abertura de um posto de gasolina. A pesquisa apresentada neste estudo foi de caráter qualitativo e o método foi o estudo de caso único, onde os dados foram coletados em entrevista semiestruturada em profundidade realizada com o gerente do supermercado. A entrevista foi gravada, transcrita e feito uma análise de conteúdo. Em relação aos investimentos realizados na rede de supermercados, podemos concluir que o perfil do investidor é conservador, pois leva em consideração os riscos que se tem no mercado, e que existe um controle e acompanhamento em relação a todos os investimentos, e de acordo com a entrevista realizada com o gerente foi possível entender que foram feitas muitas pesquisas de mercado antes de se iniciar as obras e aquisições e também houve um projeto inicial, levando em conta todos os riscos. Em relação a cobertura das garagens com placas solares de acordo com as análises o investimento será recuperado em oito anos e quatro meses e a respeito do posto de gasolina de acordo com as análises o investimento será recuperado em cinco anos e um mês.

PALAVRAS CHAVE: supermercado, investimento, economia, posto de gasolina, fluxo de caixa

ABSTRACT: The present study aims to demonstrate the investments and economic and financial analysis of a supermarket, now object of the study, regarding the expansion of its area with the acquisition of surrounding land, expansion of the conventional parking area, the creation of new ones parking spaces covered by solar panels and the opening of a gas station. The research presented in this study was qualitative and the method was a single case study, where the data were collected in a semi-structured in-depth interview with the supermarket manager. The interview was recorded, transcribed and a content analysis was done. Regarding the investments made in the supermarket chain, we can conclude that the investor profile is conservative, as it takes into account the risks that are in the market, and that there is control and monitoring in relation to all investments, and in accordance with the interview with the manager made it possible to understand that a lot of market research was done before the works and acquisitions started and there was also an initial project, taking into account all risks. Regarding the coverage of garages with solar panels according to the analyzes, the investment will be recovered in eight years and four months and in relation to the gas station according to the analyzes, the investment will be recovered in five years and one month.

KEY WORDS: supermarket, investment, economy, gas station, cash flow

ANAIS

1. INTRODUÇÃO

Neste estudo, serão abordados as análises econômicas e financeiras, tais temas possuem abrangência cada vez maior nos meios organizacionais e, em particular, na administração financeira. Devido à volatilidade das economias dos países, principalmente dos emergentes, as empresas necessitam de tomar medidas que levam a impactos rápidos e eficientes, neste cenário a gestão financeira requer uma análise esmerada por parte de seus gestores financeiros.

O gestor financeiro toma decisões de finanças em um ambiente sob constantes transformações, aonde o risco e a dúvida predominam no contexto em que a organização está introduzida. Visto como que o ato de decidir constitui em uma função que abrange a maior relação custo-benefício, uma decisão tomada causará implicações no futuro. Portanto, a tomada de decisão deve receber um cuidado por parte dos administradores, porque o resultado pode constituir no fracasso ou no sucesso da empresa (BIEGER E PUDEL, 2010).

É imprescindível conhecer a organização para saber onde investir, o processo de tomada de decisão é de suma importância, mas sem dúvida um dos mais complicados. É indispensável saber possuir consciência e que o investimento tenha consistência nas decisões tomadas no passado e atuais para haver sucesso naquelas que serão investidas no futuro e os seus resultados.

No segmento de supermercados, encontra-se um panorama de mudanças com a entrada de novos atores, concentração e alta competição. Esses fatores levam as empresas supermercadistas a se reestruturarem por meio de fusões, incorporações, profissionalização da gerencia, investimentos nas estruturas físicas, criação de lojas anexas aos supermercados, lançamentos de marca própria, adoção de novas tecnologias, novos formatos de lojas, entre outros.

No ano 2018, os supermercados cresceram 2,07%, conforme o Índice Nacional de Vendas da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS, 2019). Esse foi o melhor resultado desde o ano de 2015. Os supermercados podem contar um melhor desempenho nesse ano. A ABRAS projeta um crescimento de 3% nas vendas, já a Confederação Nacional do Comércio de Bem, Serviços e Turismo (CNC), está mais otimista e aposta num crescimento de até 4%.

A cidade de Ituiutaba-MG conta 71 estabelecimentos cadastrados junto ao Sindicato do Comércio Varejista de Ituiutaba, sendo que destes, 52 contemplam a atividade principal de minimercado/mercearia/armazém, 15 contemplam a atividade principal de supermercados, três estabelecimentos compreendem outras atividades não relacionadas com as anteriores e um é atacado.

A cidade de Ituiutaba-MG vai receber no ano de 2019 dois novos supermercados que já estão em construção na cidade, um será atacado e outro com atividade principal de supermercado. Com isso, os supermercados existentes estão investindo em melhorias de suas estruturas físicas e inovações, para não perder dessa forma seus clientes.

O presente estudo tem como objetivo demonstrar os investimentos e análise econômica e financeira de um supermercado, ora objeto do estudo, no que se refere a ampliação da sua área com a aquisição de terrenos circunvizinhos, ampliação da área do estacionamento convencional, a criação de novas vagas do estacionamento coberto por placas geradoras de energia solar e a abertura de um posto de gasolina.

ANAIS

Em sentido amplo o trabalho em questão é de extrema importância, pois o mesmo irá auxiliar diretamente na tomada de decisão do gerente proporcionando resultados na empresa. O gerente irá ter uma base de informações concretas sobre os investimentos realizados, tendo uma ideia mais viável do investimento e também terá dados concretos se o investimento terá êxito na sua organização.

2. REVISÃO TEÓRICA

2.1. Investimento

Investimento, para qualquer organização, é um desembolso realizado objetivando criar um fluxo de caixa de benfeitorias futuras, habitualmente superior a um ano. Hoje em dia, em razão da própria dinâmica do negócio empresarial, as técnicas de análise de investimento estão sendo empregadas, tanto para investimentos de porte, associados a longo horizonte de planejamento, como também para ações de curto prazo. A determinação de fazer investimento de capital é parte de um processo que abrange a geração e avaliação das diversas opções que consistam às especificações técnicas do investimento (SANTOS, 2006).

Barros (2007) ressalta que “um investimento é uma aplicação de fundos escassos que geram rendimento, durante um certo tempo, de forma a maximizar a riqueza da empresa.” Com isso, os investimentos são apontados como algo que resulta comprometer recursos no presente, na expectativa de obter benefícios no futuros.

Contudo, Harris e Raviv (1996), confirmam expondo que “as decisões de investimentos são as decisões mais importantes feitas pelas organizações”. A escolha de projetos e o nível de investimentos não são críticas só para os acionistas da organização, mas também para o satisfação econômica das pessoas como um todo.

Conforme Thommen (2008), a definição de investimento para uma organização pode ser caracterizada por: Investimentos no sentido alargado, isto é, os investimentos podem ser efetuados em qualquer atividade da organização. Como por exemplo, Ativo Circulante (stocks), Ativos Fixos Tangíveis (máquinas e terrenos), Ativos Financeiros, Recursos Humanos; e Investimentos no sentido mais reservado, quando a organização se dedica aos investimentos num setor mais reservado ou então a um certo bem, sendo este excepcionalmente para os ativos fixos tangíveis.

Num contexto de competição acirrada das organizações no mercado, procurando sempre satisfazer seus consumidores e vender seu produtos, a área mais importante dentro da organização sem dúvida alguma é o setor financeiro, pois é através dele que se busca recursos para manter a organização ativa (ROSS, WESTERFIELD e JAFFE, 2007).

De acordo com Ross, Westerfield e Jaffe (2007) a função do gestor financeiro é sempre estar criando valor nas atividades de investimento, financiamento e na gestão de liquidez da empresa. Com isso, o mesmo irá apontar saídas e estratégias para levantar recursos e assim maximizar o capital investido da empresa. O investimento na empresa visa buscar benefícios futuros que envolvem muitas áreas, mas que vai voltar no caixa da empresa de forma a restituir aquele sacrifício, buscando assim beneficiar a todos positivamente (ROSS, WESTERFIELD E JAFFE, 2007).

ANAIS

Contudo, para que um investimento seja executado com êxito, é indispensável elaborar um projeto. Conforme Barros (2007, p.20) “Um projeto é uma proposta de aplicação de recursos escassos que possuem aplicações alternativas a um negócio, que se espera, gerará rendimentos futuros durante um certo tempo, capazes de remunerar a aplicação.” Um projeto de investimento é de suma importância para qualquer decisão de investimento, pois: antecipa situações prejudiciais, diminui as decisões tomadas sobre pressões, disponibiliza orçamentos e antecipa surpresas que poderiam vir durante a execução do projeto.

3

2.2. Tipologias de Investimento e Projeto

Esperança e Matias (2010, p.79) avaliam dois tipos de investimentos: os investimentos financeiros e o investimento reais. Em Relação aos investimentos financeiros, estes estão relacionados às aplicações financeiras (fluxos) realizadas quer por indivíduo quer por organização, onde a responsabilidade pela administração não está presente. Pode-se dar os seguintes exemplos: compra de obrigações, depósito bancário ou aquisição de lote de ações). Já em relação aos investimento reais (ativos fixo tangíveis e intangíveis), há uma dimensão de controle ou de capacidade de administração, que tem influência decisiva na rentabilidade futura.

Marques (2014) nos dá uma proposta de especificação de investimento que têm como objetivo a especificação, o grau de importância, e a estrutura que deve estar em sua avaliação. Ele cita os seguintes investimentos: de reposição, substituição ou renovação; expansão; inovação e modernização, estratégicos, economicamente independentes, investimentos complementares, investimentos concorrentes, diretamente produtivos e não diretamente produtivos.

De acordo com Vargas (2009), um projeto de investimento é elaborado a partir de uma ideia, estabelecendo, dessa forma, um plano, que, no que lhe concerne, é executado e conseqüentemente concluído. O autor diz que o projeto passa pelas seguintes fases (quadro 1): O evento com conta com oito áreas do conhecimento: estratégia, planejamento e governança; economia e finanças; empreendedorismo, inovação e tecnologia; desenvolvimento e gestão; marketing e mercados; gestão de pessoas e estudos organizacionais; logística e operações; e sustentabilidade e responsabilidade socioambiental.

QUADRO 1. Fases do Projeto de Investimento

Fase de Iniciação	Objetivo do projeto e identificação das melhores estratégias para resolver necessidades identificadas.
Fase de Gestão	Desenvolvimento e verificação detalhada das fases do projeto, planos auxiliares de comunicação, riscos, suprimentos, qualidade e outros.
Fase de Execução	Concretização das etapas que foram planejadas anteriormente.
Fase de Controle	Onde se compara o projeto atual com o previsto pelo estudo de projeto, aplicando correções quando necessário.
Fase de Finalização	Fase final onde uma auditoria, interna ou externa, analisa e discute os erros/falhas, para que nos projetos futuros não ocorram novamente.

Fonte: Vargas (2009).

ANAIS

Para se entender o que é um projeto de investimento e como ele deve ser preparado, deve-se levar em consideração as distintas fases do seu ciclo de vida. Cada uma dessas fases é indispensável para o correto estudo do projeto de investimento. É por meio desse estudo que a instituição financeira faz a análise de investimento para averiguar a sua viabilidade de retorno (SOARES *et al.*, 2015).

2.3. Setor supermercadista

Conforme Lewinson e DeLozier (apud ROJO, 1998, p. 5) o ramo empresarial denominado como supermercados são lojas com uma enfoque de autosserviço para o varejo de alimentos e têm uma extensa gama de produtos e marcas, dispostas em categorias de sortimento. Para Machado (2006) as primeiras averiguações das atividades do varejo foram feitas nos EUA nos anos de 1930 (LEVITT, 1990, p. 150). No Brasil, aconteceram a partir dos anos de 1953 (ABRAS, 2002, p. 17). A partir de então, pode-se observar um aumento dessa atividade, conforme ressaltado por Parente (2000, p. 20), em termos de faturamento e participação na economia nacional e regional.

Segundo Parente (2000, p. 32) a classificação pode ser apresentada em sete modelos de varejo supermercadistas: lojas de conveniência, supermercados compactos, minimercados, supermercados convencionais, superlojas, hipermercados e clubes atacadistas. Estes modelos de varejo de supermercado são distintos entre si com as variáveis: número de check-outs, variedade de produtos, área de vendas e venda de produtos não alimentícios (LEVY; WEITZ, 2000, p. 59).

Com uma ampla região geográfica, o Estado de MG, tem uma população total estimada em 21.119.536 habitantes e um IDH de 0,731 em 2010. Minas Gerais possui o maior número de municípios no Brasil, com 853 e é o terceiro maior em termos de PIB (IBGE, 2016). A partir dessa descrição, têm-se destacado a relevância do setor supermercadista no estado, que coopera para a composição do setor terciário. No ano de 2013, obteve o setor terciário um total de 63.7% da formação do PIB de MG. Perfazendo um mercado dinâmico, consistente e competitivo (MINASGUIDE, 2017).

O mercado mineiro supermercadista está em crescimento se comparado o primeiro semestre do ano de 2017 com o primeiro semestre do ano de 2016. Conforme dados da AMIS - Associação Mineira de Supermercados (2017) as projeções para suas regionais são de aumento das operações, devido a aspectos sazonais de inverno e festas comemorativas.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa apresentada neste estudo foi de caráter qualitativo e o método foi o estudo de caso único. De acordo com Yin (2010, p.39) o estudo de caso “consiste em uma investigação empírica que pesquisa um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, principalmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes”. Os dados foram coletados em entrevista semiestruturada em profundidade realizada com o gerente do supermercado em estudo. A entrevista foi gravada, transcrita e feito uma análise de conteúdo.

ANAIS

A entrevista foi realizada no dia 25 de julho de 2019 no Supermercado em estudo, uma com gerente geral da empresa, onde foram feitas perguntas referentes ao investimento que está sendo realizado na organização e também sobre a história da empresa. Segue abaixo o roteiro de entrevista usado na ocasião.

QUADRO 2. Roteiro de entrevista

Faça um breve relato da empresa.
Vocês hoje possuem 5 lojas na cidade de Ituiutaba (Ipiranga, Platina, Junqueira, Natal e Canaã). Houve algum estudo de região e população para a abertura dessas empresas nesses locais? O que foi levado em consideração?
Em relação a expansão da loja aqui no Bairro Ipiranga, vocês possuem um estudo financeiro e econômico? Como se deu esse estudo?
Fale um pouco sobre os investimentos que estão sendo realizados na empresa.
O que levou vocês a diversificarem o ramo de atividade dentro da própria área do supermercado?
Vocês consideram esse investimento real ou financeiro. Porquê?
Antes de iniciar o investimento você teve um projeto?
Você possui um plano com as expectativas de retorno do investimento? Qual seria e, em quanto tempo, e qual segmento vocês esperam ter um retorno mais imediato?
Com a instalação do atacadista A em Ituiutaba, vocês detectaram uma queda na receita e perda de clientes em potencial?
Comenta-se muito que a rede de supermercados B, vai trazer um Mini Shopping. Que tipo de impacto você acha que pode causar nas receitas do supermercado?
Você acha que o mercado de Ituiutaba comporta mais um atacadista?
Qual a visão do supermercado com a vinda desses novos varejo e atacadista B e C?
Existe alguma estratégia? Se sim, quais?
Na visão do supermercado, quais os pontos fortes do seu segmento? E os fracos?
E em relação as oportunidades e ameaças?
Na sua opinião quais as carências que o mercado de Ituiutaba e região possui?
Nessa consolidação da rede pontual e a vinda de novos atacados e varejos, como você analisa a sobrevivência dos minimercados?
Você poderia revelar o valor dos investimentos que estão sendo realizados na empresa?

Fonte: Autores (2019).

O supermercado em estudo iniciou no ano de 1965 suas atividades na cidade de Ituiutaba-MG. Na década de 80 os empresários proprietários do supermercado tinham a participação no mercado com três estabelecimentos comerciais no setor supermercadista. Em 1989 passa a ser gerenciado por apenas um dos proprietários. Situada no bairro Platina com duzentos e quarenta metros quadrados com 8 colaboradores inicia-se a vida da empresa.

No ano de 2000 houve mais uma ampliação passando a obter mil e quatrocentos metros quadrados, oferecendo para a população novidades como hortifrúti, padaria, açougue e estacionamento. Nesse período a empresa passou a ter 45 empregados.

No ano de 2001 os empresários da rede adquiriram a segunda loja situada no bairro Ipiranga com oitenta metros quadrados e cinco colaboradores. Em 2002 iniciaram a ampliação e foi inaugurada em 2005 com dois mil e trezentos metros quadrados e com 115 empregados, oferecendo serviços de restaurante, padaria, lanchonete, açougue, hortifrúti e estacionamento amplo. Também no ano de 2005, a empresa inaugura sua terceira loja no bairro Junqueira com seiscentos metros quadrados e trinta e cinco empregados.



ANAIS

No ano de 2008 a loja da avenida Napoleão Faissol obteve mais uma ampliação passando a ter quatro mil e oitenta metros quadrados com cento e trinta e cinco empregados. No ano de 2010 foi inaugurada a quarta loja localizada no bairro Natal com duzentos e oitenta e oito metros quadrados e com vinte e quatro empregados. A organização teve muitas conquistas recebendo mérito empresarial em 2001, em 2002 foi homenageada em Belo Horizonte, também foi premiada pelo TOP OF MIND por 7 vezes, e em 2006 o gerente foi homenageado pelo SINCOVI como empreendedor do ano e ganhou o título de honra ao mérito pela câmara municipal da cidade de Ituiutaba-MG.

No decorrer dos anos a organização fez várias campanhas para os clientes externos e os clientes internos. Sua missão é oferecer serviços e produtos com a máxima qualidade dentro de um ambiente harmonioso, onde, clientes e colaboradores se sintam realizados; sua visão é ser referência pela qualidade do serviço prestado e ser reconhecida como a empresa de preferência no setor supermercadista cultivando relacionamentos duradouros e de confiança com os clientes e colaboradores, seus princípios e valores são a ética, comprometimento, compromisso com o cliente, humanização e responsabilidade social.

4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E DISCUSSÕES

Em relação as cinco lojas que a rede possui foi perguntado ao gerente se houve algum estudo de região, da população para a abertura dessas empresas nesses locais, e ele disse que sim, que fizeram pesquisas em todos os bairros, um estudo dos concorrentes próximos, pesquisa de renda por família e total de habitantes por bairro, e colocou isso análises para ver se determinado bairro comportava uma outra loja. O gerente ressalta que o Pontual foi o primeiro supermercado a utilizar a compra informatizada e o primeiro a possuir um açougue e restaurante dentro do supermercado. E ressalta que hoje é o primeiro supermercado a ter um posto de combustível e que nos próximos anos haverá a possibilidade de ter também uma galeria.

Em relação a diversificação o gerente ressalta que olhando do ponto de vista comercial de atendimento é um benefício a mais e o Posto de gasolina vai se tornando um agregado do supermercado e vice-versa. Haverá o aproveitamento dos clientes do posto no supermercado e os da loja no posto. O intuito principal segundo o gerente é o atendimento ao cliente, para que ele possa encontrar tudo em um mesmo espaço físico, como açougue, restaurante, e agora posto de gasolina.

Ele ressalta também que o supermercado sempre está saindo nas frente em relação às diversificações, para que continue sempre no topo. Foi perguntado se foi realizado alguma análise de mercado sobre o investimento do posto de Gasolina, e o gerente afirma que existem etapas, que a primeira é a ideia e a segunda é o sonho, e que esse sonho vem se realizando no decorrer dos anos.

Segundo o entrevistado, houve pesquisas de campo, viagens para conhecer mais sobre esse empreendimento, feiras de ramo de combustíveis, conversas com pessoas que estão na área, consultoria, e pesquisa de fluxo na avenida, medindo o fluxo de carros e horário. Após isso foram feitas reuniões e decidiram seguir em frente com a ideia.

ANAIS

O entrevistado destaca que foi realizado projeto de investimento onde foi definido o projeto e estratégias, identificação de riscos, e sempre realizando correções e adaptações no decorrer do processo. Outro ponto importante foi quando o gerente afirma que o posto de combustíveis será de marca própria e não bandeirado, para que possam dessa forma ser mais competitivos. Sobre o valor do investimento do posto, ele ressalta que foi de um milhão e meio de reais e que o período de recuperação desse investimento se dará em cinco anos, porém ressalta que tudo depende do faturamento.

Em relação a aquisição de terrenos para a ampliação do estacionamento, o valor do investimento foi de dois milhões de reais e o retorno desse valor segundo o entrevistado se dará em quatro anos. Já em relação às coberturas se investiu quinhentos mil reais, com um retorno de 3 anos. O gerente ressalta que o investimento que está sendo realizado é alto, e que também estão investindo em placas solares, gerando dessa forma 40% da energia nesses geradores. O valor do investimento nessas placas solares foi de dois milhões de reais. Ressalta também que houve muito estudo em três anos antes da decisão e foram feitos oito orçamentos.

O entrevistado diz que o valor que eles pagam de energia na loja é de trinta mil reais por mês, e que haverá uma economia com esse investimento. Segundo ele, o período de recuperação do investimento dessas placas solares é de sete anos, porém não deixa de lado os riscos, como por exemplo se o governo resolver cobrar impostos sobre isso. Ainda falando de riscos, o gerente também diz estar ciente dos riscos em abrir um posto de combustíveis, como por exemplo carros elétricos.

Foi questionado ao gerente do supermercado sobre a captação de recursos, se está sendo próprio ou de terceiros, e o mesmo respondeu que parte é própria e parte externa. Segundo o gerente, não compensa ficar somente nos recursos próprios, devido a questão dos juros. Em relação a vinda dos dois novos supermercados que já estão em construção na cidade de Ituiutaba, o gerente acredita que haverá impacto na receita nos três primeiros meses de funcionamento desses novos supermercados e que ressalta também que o mercado já está bastante saturado e que não há espaço para esses novos supermercados.

Segundo o gerente a ideia desses investimentos já existia, porém com a vinda desses novos supermercados, o processo teve que ser acelerado. Segundo ele, o investimento é para preservar seus clientes e manter sempre a inovação. Sobre o questionamento em relação ao minimercados, o gerente ressalta que na opinião dele, são os que menos vão ser atingidos.

Atualmente a rede de supermercados possui 5 supermercados na cidade de Ituiutaba-MG e o maior investimento está sendo realizado na loja 2, que é a maior das cinco. Segundo o gerente para a expansão da rede, houve pesquisa em todos os bairros, levando em consideração o faturamento dos concorrentes próximos e renda estipulada por família observando a quantidade de habitantes por bairro.

Nesse estudo será exposto o investimento que está sendo realizado na loja 2. O supermercado comprou terrenos para aumentar o estacionamento, está fazendo coberturas convencionais nas garagens, coberturas com geradores de energia solar, e construindo um posto de gasolina de bandeira própria. O gerente ainda ressalta que existe a pretensão de criar uma galeria, mais em outro momento.

ANAIS



8

FIGURA 1. Compra de terrenos para ampliação do estacionamento. Fonte: Imagem fotografada pelos autores (2019).

Foram adquiridos pelo supermercado, 1500 m² de terrenos para a ampliação de seu estacionamento. Foi realizado também a cobertura convencional das garagens.



FIGURA 2. Cobertura das garagens com placas geradoras de energia solar. Fonte: Imagem fotografada pelos autores (2019).

Em uma parte do estacionamento, será feito uma cobertura diferenciada onde serão colocadas placas geradoras de energia solar, com estimativa de gerar 40% de energia para o supermercado.

Na entrevista realizada com o gerente da rede de supermercados, foi informado que a proposta do investimento da cobertura das garagens com placas geradoras de energia solar é investir R\$2.000.000,00, para receber por ano R\$ 285.700,00 nos próximos 7 anos, conforme

ANAIS

diagrama de fluxo de caixa abaixo. A taxa mínima de atratividade é de 33,3 %, segundo o gerente entrevistado.

Abaixo será apresentado uma projeção de fluxo de caixa, a taxa média de retorno, o método de prazo de retorno e o Valor Presente Líquido. Com isso será possível analisar a viabilidade econômica do empreendimento. A tabela 1 apresenta detalhadamente o fluxo de caixa da cobertura das garagens com placas geradoras de energia solar.

9

TABELA 1. Projeção de Fluxo de Caixa da Cobertura das garagens com placas geradoras de energia solar

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7
(=) SALDO INICIAL	R\$ -	R\$ 239.045,19	R\$ 478.090,38	R\$ 717.135,57	R\$ 956.180,76	R\$ 1.195.225,95	R\$ 1.434.271,14
(=) ATIVIDADES OPERACIONAIS	R\$ 239.045,19	R\$ 239.045,19	R\$ 239.045,19				
(+) RECEITA S/ INVESTIMENTO	R\$ 285.700,00	R\$ 285.700,00	R\$ 285.700,00				
(-) SAÍDAS	R\$ 46.654,81	R\$ 46.654,81	R\$ 46.654,81				
DEDUÇÕES	R\$ 32.369,81	R\$ 32.369,81	R\$ 32.369,81				
DESPESAS OPERACIONAIS	R\$ 14.285,00	R\$ 14.285,00	R\$ 14.285,00				
(=) ATIVIDADES DE INVESTIMENTOS	R\$ -	R\$ -	R\$ -				
(-) INVESTIMENTOS	R\$ -	R\$ -	R\$ -				
(=) ATIVIDADES DE FINANCIAMENTOS	R\$ -	R\$ -	R\$ -				
(-) FINANCIAMENTOS	R\$ -	R\$ -	R\$ -				
(=) GERAÇÃO DE CAIXA	R\$ 239.045,19	R\$ 478.090,38	R\$ 717.135,57	R\$ 956.180,76	R\$ 1.195.225,95	R\$ 1.434.271,14	R\$ 1.673.316,33

Fonte: Autores (2019).

TABELA 2. Taxa Média de Retorno - TMR

TAXA MÉDIA DE RETORNO - TMR			
TAXA MÉDIA DE RETORNO ANUAL=	<u>LUCRO LÍQUIDO MÉDIO</u>	R\$ 239.045,19	11,95%
	INVESTIMENTO	R\$ 2.000.000,00	

Fonte: Autores (2019)

Com o cálculo da TMR foi possível encontrar taxa de retorno de 11.95%. Na entrevista o gerente informou a expectativa de retorno do investimento está previsto para ser obtida em sete anos. Porém, pelo dados informados, podemos mensurar que a taxa média de retorno de 11,952% o que levaria a um tempo maior para obter o retorno, isto é, um retorno em oito anos e quatro meses.

No presente investimento, faz-se necessário ressaltar que além do custo/benefício direto deve ser evidenciado o legado ecológico da geração de energia renovável. Nos tempos atuais, a imagem da empresa perante seus consumidores também pode apresentar um ganho em relação aos seus concorrentes diretos, pois, o sistema de energia é uma novidade no segmento em supermercados da cidade e região. Ainda que o tempo estimado pela empresa não correspondeu as análises realizadas, podemos dizer que com a taxa de retorno mensurada pode-se dizer que o investimento agregará valor real tangível e intangível para empresa.

ANAIS

TABELA 3. Método Prazo de retorno – Pay Back

MÉTODO PRAZO DE RETORNO - PAY BACK				
ANOS	FLUXO DE CAIXA		SALDO	
0	-R\$	2.000.000,00	-R\$	2.000.000,00
1	R\$	239.045,19	-R\$	1.760.954,81
2	R\$	239.045,19	-R\$	1.521.909,62
3	R\$	239.045,19	-R\$	1.282.864,43
4	R\$	239.045,19	-R\$	1.043.819,24
5	R\$	239.045,19	-R\$	804.774,05
6	R\$	239.045,19	-R\$	565.728,86
7	R\$	239.045,19	-R\$	326.683,67
8	R\$	239.045,19	-R\$	87.638,48
9	R\$	239.045,19	R\$	151.406,71
10	R\$	239.045,19	R\$	390.451,90
RETORNO MENSAL DO 9º ANO			R\$	19.920,43
TEMPO DE RECUPERAÇÃO DO ÚLTIMO SALDO				4,40
TEMPO DE RECUPERAÇÃO DO INVESTIMENTO INICIAL = 8 anos e 4 meses				

Fonte: Autores (2019)

O tempo de recuperação do investimento inicial de acordo com as análises será de 8 anos e 4 meses, assim sendo acima do tempo previsto pela empresa.

TABELA 4. Valor Presente Líquido - VPL

VALOR PRESENTE LÍQUIDO - VPL				
	ANOS	FLUXO DE CAIXA		FLUXO DE CAIXA PRESENTE
TAXA DE RETORNO = 11,95%	0	-R\$	2.000.000,00	-R\$ 2.000.000,00
TEMPO PREVISTO PARA RECUPERAÇÃO = 7 ANOS	1	R\$	239.045,19	R\$ 213.528,53
	2	R\$	239.045,19	R\$ 190.735,62
	3	R\$	239.045,19	R\$ 170.375,72
	4	R\$	239.045,19	R\$ 152.189,12
	5	R\$	239.045,19	R\$ 135.943,84
	6	R\$	239.045,19	R\$ 121.432,64
	7	R\$	239.045,19	R\$ 108.470,42
VPL				-R\$ 907.324,11

Fonte: Autores (2019).

No cálculo do VPL foi encontrado um valor negativo, e com isso podemos destacar que o investimento na proporção e expectativas da empresa não é viável e irá gerar um retorno menor que o previsto pelo gerente. Porém, em se tratando de uma redução de despesa, no caso em tela, a empresa passara de consumidora de energia para uma capacidade própria de geração e até mesmo podendo ter crédito junto a Cia de energia do Estado.

Conforme demonstrado no fluxo, a empresa foi otimista em prever a recuperação do investimento, podemos reanalisar o tempo de expectativa do retorno, pois, além de ser uma tendência, a empresa não fez um planejamento de ganhos indiretos com a instalação dos painéis solares. Considerando o capital investido com a taxa de retorno de 11,952%, podemos dizer que o investimento necessita de uma melhor análise por parte da empresa no tempo previsto para obtenção do retorno.

ANAIS



FIGURA 3. Posto de Gasolina de bandeira própria do Supermercado. Fonte: Imagem fotografada pelos autores (2019).

Onde antes era uma parte do antigo estacionamento, está sendo construindo um posto de gasolina de bandeira própria do supermercado. A tomada de decisão para não associar o posto a uma marca ou bandeira já tradicional no mercado, se deu pela própria consolidação e abrangência que a rede de supermercados já se encontra com sua própria marca consolidada no mercado tijucano. Assim, o gerente afirma que sendo de bandeira própria poderá ser mais competitivo em relação ao preço e qualidade no serviço prestado.

A proposta do investimento do Posto de Gasolina é investir R\$1.500.000,00, para receber R\$300.000,00 por ano nos próximos 5 anos, conforme o diagrama de fluxo de caixa abaixo. Vale ressaltar que a taxa mínima de atratividade segundo o gerente é de 20%.

TABELA 5. Posto de gasolina

	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
- 1.500.000					

Fonte: Dados da empresa em estudo (2019).

A seguir será apresentado uma projeção de fluxo de caixa, a taxa média de retorno, o método de prazo de retorno e o Valor Presente Líquido. Com isso será possível analisar a viabilidade econômica do Posto de Gasolina. A tabela 5 detalha o fluxo de caixa do investimento do Posto de Gasolina.

ANAIS

TABELA 6. Projeção do Fluxo de Caixa do Posto de Gasolina

	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
(=) SALDO INICIAL	R\$ -	R\$ 294.695,00	R\$ 589.390,00	R\$ 884.085,00	R\$ 1.178.780,00
(=) ATIVIDADES OPERACIONAIS	R\$ 294.695,00	R\$ 294.695,00	R\$ 294.695,00	R\$ 294.695,00	R\$ 294.695,00
(+) RECEITA DE VENDAS	R\$ 850.000,00	R\$ 850.000,00	R\$ 850.000,00	R\$ 850.000,00	R\$ 850.000,00
(-) SAÍDAS	R\$ 555.305,00	R\$ 555.305,00	R\$ 555.305,00	R\$ 555.305,00	R\$ 555.305,00
DEDUÇÕES	R\$ 130.305,00	R\$ 130.305,00	R\$ 130.305,00	R\$ 130.305,00	R\$ 130.305,00
FORNECEDORES	R\$ 255.000,00	R\$ 255.000,00	R\$ 255.000,00	R\$ 255.000,00	R\$ 255.000,00
DESPESAS OPERACIONAIS	R\$ 170.000,00	R\$ 170.000,00	R\$ 170.000,00	R\$ 170.000,00	R\$ 170.000,00
(=) ATIVIDADES DE INVESTIMENTOS	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) INVESTIMENTOS	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(=) ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(-) FINANCIAMENTO	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(=) GERAÇÃO DE CAIXA	R\$ 294.695,00	R\$ 589.390,00	R\$ 884.085,00	R\$ 1.178.780,00	R\$ 1.473.475,00

Fonte: Autores (2019).

TABELA 7. Taxa Média de Retorno

TAXA MÉDIA DE RETORNO - TMR			
TAXA MÉDIA DE RETORNO ANUAL=	LUCRO LÍQUIDO MÉDIO	R\$ 294.695,00	19,65%
	INVESTIMENTO	R\$ 1.500.000,00	

Fonte: Autores (2019).

De acordo com o cálculo da TMR, foi possível encontrar taxa de retorno de 19,65%.

TABELA 8. Método Prazo de Retorno

MÉTODO PRAZO DE RETORNO - PAY BACK			
ANOS	FLUXO DE CAIXA	SALDO	
0	-R\$ 1.500.000,00	-R\$	1.500.000,00
1	R\$ 294.695,00	-R\$	1.205.305,00
2	R\$ 294.695,00	-R\$	910.610,00
3	R\$ 294.695,00	-R\$	615.915,00
4	R\$ 294.695,00	-R\$	321.220,00
5	R\$ 294.695,00	-R\$	26.525,00
6	R\$ 294.695,00	R\$	268.170,00
RETORNO MENSAL DO 6º ANO		R\$	24.557,92
TEMPO DE RECUPERAÇÃO DO ÚLTIMO SALDO			1,08
TEMPO DE RECUPERAÇÃO DO INVESTIMENTO INICIAL = 5 anos e 1 mês.			

Fonte: Autores (2019).

É de suma importância analisar o Pay Back do investimento, para saber se o empreendimento de fato será lucrativo. Observa-se no cálculo acima que o investimento realizado será recuperado em 5 anos e 1 mês, aproximado ao tempo previsto pelo gerente da empresa que espera recuperar em 5 anos.

ANAIS

TABELA 9. Valor Presente Líquido

VALOR PRESENTE LÍQUIDO - VPL					
	ANOS	FLUXO DE CAIXA		FLUXO DE CAIXA PRESENTE	
TAXA RETORNO = 19,65%	0	-R\$	1.500.000,00	-R\$	1.500.000,00
TEMPO PREVISTO RETORNO = 5 ANOS	1	R\$	294.695,00	R\$	246.297,53
	2	R\$	294.695,00	R\$	205.848,34
	3	R\$	294.695,00	R\$	172.042,07
	4	R\$	294.695,00	R\$	143.787,77
	5	R\$	294.695,00	R\$	120.173,65
VPL				-R\$	611.850,64

Fonte: Autores (2019).

Observa-se na tabela acima que o a VPL (Valor Presente Líquido) foi negativo, e isso significa que o investimento não é viável.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo demonstrar os investimentos e análise econômica e financeira da rede de supermercados, ora objeto do estudo, no que se refere a ampliação da sua área com a aquisição de terrenos circunvizinhos, ampliação da área do estacionamento convencional, a criação de novas vagas do estacionamento coberto por placas geradoras de energia solar e a abertura de um posto de gasolina.

Em relação aos investimentos realizados na rede de supermercados, podemos concluir que o perfil do investidor é conservador, pois leva em consideração os riscos que se tem no mercado, e que existe um controle e acompanhamento em relação a todos os investimentos. De acordo com a entrevista realizada com o gerente foi possível entender que foram feitas muitas pesquisas de mercado antes de se iniciar as obras e aquisições e também houve um projeto inicial, levando em conta todos os riscos.

Em relação a cobertura das garagens com placas solares de acordo com as análises o investimento será recuperado em 8 ano e 4 meses, acima do tempo previsto pela empresa que espera em 7 anos e com uma taxa de retorno de 11,95%. Com VPL negativo o investimento irá gerar um retorno menor que o previsto.

Já a respeito do Posto de Gasolina de acordo com as análises o investimento será recuperado em 5 anos e 1 mês, aproximado ao tempo previsto pela empresa que espera em 5 anos e com uma taxa de retorno de 19,65%. Com VPL negativo o investimento irá gerar um retorno menor que o previsto.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAS. Cinquenta anos de supermercados no Brasil. São Paulo. **Informe Comunicação**, 2002.

BIEGER, M.; PUDEL, V. **Análise de decisão de investimentos**: Um estudo de caso em indústrias do setor metal mecânico de médio porte da região da grande Santa Rosa do Rio Grande do Sul. Convibra, Congresso Virtual Brasileiro de Administração, 2010. Disponível em: <http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_1271.pdf> Acesso em: 08 jul. 2019.



ANAIS

LEVITT, T. A **imaginação em marketing**. 2a ed. São Paulo: Atlas, 1990.

LEVY, M.; WEITZ, B. A. **Administração de varejo**. São Paulo: Atlas, 2000.

LUKIANOCENKO, M. Perspectivas. **Revista SuperHiper**. ABRAS. São Paulo, 2019.

MACHADO, E. B. Estratégias de varejo supermercadista na cidade de Divinópolis - MG: estudo de caso de uma central de negócio. **Dissertação** - Centro de Gestão Empresarial – FEAD: Belo Horizonte, 2006.

MINASGUIDE. **A economia de Minas Gerais por setores da economia**. Disponível em <http://www.minasguide.com/pt/conheca-economia-de-minas-gerais/>. Acesso em 29 de julho de 2019.

PARENTE, J. **Varejo no Brasil: gestão e estratégia**. São Paulo: Atlas, 2000.

ROJO, F. J. G. **Supermercados no Brasil**. São Paulo: Atlas, 1998.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.