

**INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO**

**ESCOLA SUPERIOR DE ESTUDOS INDUSTRIAIS E DE GESTÃO**

Mestrado Em Finanças Empresariais

Pedro Miguel Araújo Lindo

A importância da análise económico-financeira na performance empresarial  
– Relatório de Estágio na empresa Prime Century, Lda

2015



Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão do  
Instituto Politécnico do Porto

## **A Importância da análise económico-financeira na performance empresarial**

Orientação Científica: Professor Doutor Armando Silva

**Autor: Pedro Miguel Araújo Lindo**

Relatório de Estágio efetuado na empresa Prime Century, Lda

Vila do Conde

Novembro de 2015

## **Resumo**

Com o acentuar da crise financeira (que se traduziu numa situação de recessão económica a nível mundial com efeitos consideráveis na economia portuguesa), cada empresa tem ainda mais em atenção a sua performance, como maximizar o seu valor, e talvez ainda mais importante nos dias que correm, como minimizar o risco de falência. Para tal, os gestores têm de ter em consideração todos os aspetos relevantes e que possam interferir com o sucesso do seu negócio. Nesse sentido, devem ter em seu poder o mais alargado leque de informação possível, para tomarem as decisões corretas tanto a curto como a médio longo prazo. A informação disponibilizada pela análise económico-financeira torna-se então um importante instrumento para a tomada de decisão embora não poderá ser apenas o único instrumento utilizado pelos decisores.

Com o presente relatório de estágio pretende-se aferir da importância da análise económico-financeira na performance das empresas, tendo em consideração o estágio realizado na empresa Prime Century, Lda.

Para além da já referida análise económico-financeira, iremos abordar, na sequência do trabalho desenvolvido durante o estágio, a criação de planos de negócios e a avaliação de empresas.

**Palavras-chave:** Análise Económico-Financeira, Planos de Negócios. Avaliação de Empresas, Tomadas de Decisão.

## **Abstract**

With the aggravation of the financial crisis that resulted in a worldwide economic recession with severe effects in the portuguese economy and that made every company to pay attention to his performance and how to increase his value but, most important nowadays is to decrease the risk of bankruptcy. To avoid that, managers must have in consideration any relevant aspect that can interfere with the success of his business. For that to happen, the managers must have the most information possible to make the right call not only in the short term but also in the long term. The information available from the economic and financial analysis turns out to be an important instrument to decision making but it shouldn't be the only one to be utilized by those who have the power to decide.

With the present report we try to evaluate how important is the economic and financial analysis to a company's performance and we do it using the work developed in Prime Century, which is the theme for this report.

Alongside the economic and financial analysis, we will study the business plans and company's value.

**Keywords:** Economic and Financial Analysis, Business Plan, Company Evaluation, Decision Making.

## Índice

Índice de Quadros.....	8
Abreviaturas, siglas, acrónimos e sinais normalizados.....	9
Parte Um - Estudo Teórico .....	12
Cap. I) A Análise Económico-Financeira .....	12
1.1. A Informação Financeira .....	13
1.2. Análise Económica e Financeira .....	14
1.2.1. Análise Económica .....	14
1.2.2. Análise Financeira .....	15
1.3. Rácios como técnica de Análise Financeira .....	15
1.4. Tipos de Rácios.....	16
1.4.1. Rácios de Alavanca Financeira e de Risco.....	17
1.4.2. Rácios de Liquidez.....	18
1.4.3. Rácios de Rendibilidade .....	18
1.4.5. Rácios Baseados no Mercado .....	19
Cap. II) Avaliação de empresas.....	20
2.1. Porquê avaliar uma empresa? .....	20
2.2. Avaliação Patrimonial ou <i>Asset-Based Approach</i> .....	20
2.3. <i>Avaliação Comparativa com o Mercado ou Market Approach</i> .....	21
2.4. Método dos Fluxos de Caixa Atualizados ou <i>Discounted Cash Flows</i> ...22	
2.5. Ótica dos Acionistas .....	23
2.5.1. Free Cash Flow to Equity.....	24
2.6. Ótica da Entidade.....	24
2.6.1. Método do Custo Médio.....	25
Cap. III) Criação de Empresas.....	27
3.1. Viabilidade Económico-Financeira do projeto .....	27
3.2. Análise do meio envolvente.....	28
3.3. Análise Interna .....	29

3.4. <i>Franchising</i> – Forma de dar início à atividade.....	30
Parte Dois – Aplicações Práticas – Estágio na empresa Prime Century, Lda ..	31
Cap. IV) A Prime Century .....	31
4.1. Missão, Visão e Valores .....	33
4.2. Cronologia das Atividades Desenvolvidas.....	33
4.2.1. Cronologia das tarefas desenvolvidas .....	34
Cap. V) Plano de Negócios – Criação da empresa “Natas” .....	35
5.1. Enquadramento.....	36
5.2. Objetivos do Projeto .....	37
5.3. Mercado e Segmentação .....	37
5.4. Instalações e equipamento.....	38
5.5. Investimento e Financiamento.....	38
5.6. Demonstração de Resultados .....	39
5.6.1. Volume de Negócios.....	39
5.6.2. Fornecimentos e Serviços Externos .....	41
5.6.3. Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas.....	41
5.6.4. Encargos com o Pessoal .....	42
5.6.5. Resultado Líquido do Período .....	42
Cap. VI) Plano de Negócios “Natas” – Versão 2.....	43
6.1. Investimento e Financiamento.....	43
6.2. Resultado Líquido do Período.....	45
6.3. Conclusões da tarefa .....	46
Cap. VII) Proposta de Investimento – Festival ID .....	48
7.1. A Associação ID.....	48
7.2. O Festival ID.....	49
7.3. Rendimentos .....	49
7.4. Gastos .....	50

7.5. Resultados .....	52
7.6. Conclusões da tarefa .....	53
Cap. VIII) Estudo Económico-Financeiro da empresa Fundação S.A. ....	55
8.1. Apresentação da empresa e do negócio .....	55
8.2. Análise da envolvente interna e externa.....	56
8.2.1. Análise PEST.....	56
8.2.2. Análise SWOT .....	57
8.3. Análise de Indicadores Económico-Financeiros.....	58
8.3.1. Balanço.....	58
8.3.2. Demonstração de Resultados.....	60
8.3.3. Análise do Desempenho .....	62
8.3.3.1 Rácios Económicos .....	62
8.3.3.2. Rácios de Funcionamento .....	63
8.3.4. Análise da Liquidez.....	64
8.3.5. Análise do Risco .....	65
8.4. Avaliação da empresa .....	66
Conclusões .....	70
Referências Bibliográficas .....	72

## Índice de Quadros

Quadro 1: Demonstração de Resultados .....	39
Quadro 2: Fornecimentos e Serviços Externos .....	41
Quadro 3: Resultado Líquido Período.....	45
Quadro 4: Gastos com Logística.....	51
Quadro 5: Gastos com Artistas .....	52
Quadro 6: Outros Custos .....	52
Quadro 7: Resultados .....	53
Quadro 8: Balanço .....	58
Quadro 9: Demonstração Resultados.....	60
Quadro 10: Análise do Desempenho .....	62
Quadro 11: Análise da Liquidez .....	64
Quadro 12: Análise do Risco .....	65
Quadro 13: Valor da Empresa .....	69
Quadro 14: Cálculo Free Cash Flow.....	69

## **Abreviaturas, siglas, acrónimos e sinais normalizados**

CAE – Código de Atividade Económica

CAPEX – *Capital Expenditures*

CAPM – *Capital Asset Pricing Model*

CF – *Cash Flows*

DCF – *Discounted Cash Flows*

DR – Demonstração de Resultados

EBIT – *Earnings Before Interest and Taxes* (Resultado Antes de Juros e Impostos)

EBITDA – *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization* (Resultados Antes de Juros, Impostos, Depreciações e Amortizações)

FCFE – *Free Cash Flow to Equity*

FCFF – *Free Cash Flow to the Firm*

FCL – Fluxos de Caixa Livres

FCO – Fluxos de Caixa Operacionais

FCNO – Fluxos de Caixa Não Operacionais

FSE – Fornecimentos e Serviços Externos

GAF – Grau de Alavanca Financeiros

GAO – Grau de Alavanca Operacional

IAPMEI – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e Investimento

IEFP – Instituto de Emprego e Formação Profissional

IRC – Imposto Sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas

IRS – Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Singulares

IVA – Imposto sobre o Valor Acrescentado

PAECPE – Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação do Próprio Emprego

PCE – *Price to Cash Earnings*

PER – *Price Earnings Ratio*

PEST – Política, Económica, Social e Tecnológica

RLG – Rácio de Liquidez Geral

RLR – Rácio de Liquidez Reduzida

S.A. – Sociedade Anónima

SWOT – *Strenghts, Weaknesses, Opportunities and Threats* (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças)

VALA – Valor Atual Líquido

VRCP – Valor Residual do Capital Próprio

WACC – *Weighted Average Cost of Capital*

% - Percentagem

## **Sumário**

Ao longo deste relatório de estágio, vamos começar por fazer uma apresentação teórica dos principais conceitos e temas utilizados durante o estágio. Como tal, a análise económico-financeira será analisada com mais detalhe mas sem nunca esquecer o que foi alvo de abordagem no local de estágio. Na segunda parte do relatório, dedicado ao estágio na empresa Prime Century, Lda, iremos destacar as tarefas realizadas (ao pormenor possível). No final serão tiradas as devidas conclusões do estudo teórico e do estágio propriamente dito.

Na primeira parte, iremos dar início ao relatório com a descrição teórica dos conceitos postos em prática durante o estágio, começando por aprofundar o tema deste relatório, a análise económico-financeira, procurando distinguir a análise económica e a análise financeira, a informação financeira e as técnicas de análise.

De seguida, iremos abordar a temática da avaliação de empresas, onde irá ser feito um estudo acerca do método de avaliação utilizado no decorrer do estágio, bem como outras questões essenciais, como por exemplo e desde logo, porque é que se avalia uma empresa.

Para concluir o estudo teórico, iremos falar da criação de empresas, onde abordaremos questões como: o que motiva alguém a criar o seu próprio negocio, como dar ao início a um projeto e qual o financiamento do mesmo.

Na segunda parte, no estudo de caso, faremos a apresentação da empresa onde decorreu o estágio bem como a descrição das principais tarefas realizadas (sem esquecer aquelas que ocuparam um menor espaço de tempo, mas que fazem parte do dia-a-dia de uma empresa).

No final serão tiradas as conclusões do estágio e do trabalho realizado na Prime Century.

## **Parte Um - Estudo Teórico**

### **Cap. I) A Análise Económico-Financeira**

Neste capítulo é feita uma revisão de literatura dos temas abordados no âmbito do estágio curricular realizado. O foco deste capítulo será repartido entre a análise económica e a análise financeira e como funcionam ambas em conjunto como instrumentos de auxílio à gestão.

Para começar, é necessário saber onde obter a informação económica e financeira, bem como distinguir a análise financeira da análise económica, que irá merecer mais atenção nos pontos seguintes. Também irão ser abordados os métodos para aferir da situação de uma empresa, no sentido de satisfazer as necessidades das entidades externas (banca, credores, fisco, *stakeholders*,...) e das entidades internas (gestores e funcionários).

A análise económico-financeira é um processo baseado num conjunto de técnicas que tem por fim avaliar e interpretar a situação económico-financeira da empresa. Esta avaliação e interpretação centra-se em questões fundamentais para a sobrevivência e desenvolvimento da empresa, tais como o equilíbrio financeiro, a rendibilidade dos capitais, o crescimento, o risco e o valor criado pela gestão, entre outros. Este processo é fundamental para as diferentes partes interessadas na boa gestão da empresa, nomeadamente gestores, credores, trabalhadores, investidores, Estado e clientes. Os gestores tem a necessidade de acompanhar a evolução da situação e controlar os planos, de forma a tomar decisões sobre o futuro. Os credores precisam de conhecer a situação atual e a evolução provável, com a finalidade de melhor avaliarem as condições para reaverem os seus créditos. Os trabalhadores estarão atentos à segurança dos seus empregos e à possibilidade de verem as suas remunerações aumentadas. Aos investidores interessa conhecer a situação atual e a evolução futura, de forma a determinar o valor da empresa, para investirem nela ou cederem a sua posição. O Estado interessa-se sobretudo pela possibilidade que esta lhe dará para a resolução dos seus problemas, com o défice orçamenta, desemprego e a balança de pagamentos. Os clientes e os fornecedores estão normalmente interessados em conhecer o grau de dependência e

poder da empresa. Cada um deles tem diferentes interesses, pelo que cada um fará a análise que achar adequada aos objetivos que persegue (Neves, 2007).

### **1.1. A Informação Financeira**

A Contabilidade Financeira produz informação ao nível da entidade no seu todo, com o objetivo de dar a conhecer a sua situação económica e financeira perante o exterior. Os aspetos jurídicos e legais influenciam muitas vezes a qualidade da informação, com nítido prejuízo dos aspetos económicos. Por esta razão, os valores apurados pela Contabilidade Financeira, não refletem as características mais adequadas para o controlo de gestão nem para a avaliação da performance financeira. A Contabilidade Financeira procura dar simultaneamente satisfação a dois tipos de necessidades: as necessidades externas de conhecer a situação económico-financeira global da empresa, por parte de investidores, analistas financeiros, banca, credores, fisco e outros *stakeholders* e ainda as necessidades internas (gestores) de conhecer a situação global, para efeitos de planeamento e tomadas de decisão. As exigências requeridas pela necessidade de informação, conforme o tipo de utilizador, podem não ser convergentes (Rodrigues & Simões, 2012).

No que diz respeito à informação financeira propriamente dita, ela pode ser dividida em duas componentes: informação base e informação complementar. A primeira é dada pelos sistemas de informação financeira da empresa, como é o caso do Balanço, da Demonstração de Resultados e da Demonstração de Fluxos de Caixa. A informação complementar é produzida pela empresa, como é o caso do Anexo ao balanço e à Demonstração de Resultados, mas também por entidades nacionais e internacionais nos seus relatórios sobre a conjuntura (Martins, 2004).

Segundo Atkinson, Banker, Kaplan e Young (1997), a informação gerada pela contabilidade é usada para fins de tomada de decisão, aprendizagem, planeamento e controlo. As informações que os sistemas de contabilidade produzem atendem às necessidades estratégicas e

operacionais das empresas. Indicadores da situação económica da empresa, como os custos e as margens dos produtos, fornecimentos e serviços externos e saldos de clientes são gerados pela contabilidade para fornecer informação estruturada não só a quem decide mas também a entidades externas.

Para Neves (2012), independentemente do sistema contabilístico utilizado, para efeitos de análise financeira, as demonstrações financeiras devem proporcionar informação acerca da posição financeira, das alterações desta e dos resultados das operações, para que sejam uteis a investidores, credores e outros utilizadores.

## **1.2. Análise Económica e Financeira**

### **1.2.1. Análise Económica**

Na análise económica, devem ser analisados os indicadores que comparem o desenvolvimento da atividade da empresa e que avaliem a eficácia dos recursos aplicados pela empresa.

A análise económica baseia-se, sobretudo, na informação retirada da Demonstração de Resultados (DR) e surge numa perspetiva de cadeia de valor, a sua avaliação assenta principalmente no rácio *Return on Equity*<sup>1</sup>, na decomposição dos principais itens da DR e na avaliação dos resultados e sua distribuição.

Os principais itens que compõem a DR e que são utilizados na análise económica são o volume de negócios, a margem bruta, o resultado operacional e o resultado líquido. Estes indicadores encontram-se interligados e representam o valor que a empresa acrescenta aos seus *Shareholders*. Quando maior for o volume de negócios e a margem bruta, maior poderá ser o resultado operacional, o que influencia positivamente o resultado líquido.

---

<sup>1</sup> O *Return On Equity* é um indicador que permite avaliar a forma como a empresa está a devolver o lucro aos seus acionistas

### **1.2.2. Análise Financeira**

A análise financeira de uma empresa consiste em avaliar o equilíbrio financeiro, as necessidades de financiamento da atividade e a situação de tesouraria. Por outras palavras, avaliar a estrutura financeira da empresa em análise. A informação é retirada, sobretudo, do Balanço e como se trata de uma análise baseada nos dados numa determinada data, diz-se que é sobretudo uma análise estática. O processo de análise financeira baseia-se nos rácios de liquidez, de alavanca financeira ou solvabilidade e na avaliação do equilíbrio financeiro. Os rácios de liquidez medem o equilíbrio da empresa numa ótica de financiamento a curto prazo. Os rácios de alavanca financeira destinam-se também a avaliar as consequências que as dívidas da empresa possam ter na sua atividade.

A avaliação do equilíbrio financeiro pode ser efetuada em três níveis: Fundo de Maneio, Necessidades de Fundo de Maneio e Tesouraria Líquida. O Fundo de Maneio representa a parte dos fundos estáveis que financia o ciclo de exploração. As Necessidades de Fundo de Maneio são calculadas através da diferença entre as necessidades cíclicas e os recursos cíclicos e quando esta diferença é positiva, há necessidades de exploração e quando é negativo, existem excedentes de exploração. A Tesouraria Líquida corresponde ao valor das aplicações correntes de carácter não cíclico líquido do valor das origens de curto prazo de carácter não cíclico.

### **1.3. Rácios como técnica de Análise Financeira**

Brealey, Myers e Allen (2010) dizem-nos que os bons gestores financeiros planeiam o futuro. Verificam se existe dinheiro suficiente para pagar a próxima conta ou quanto dinheiro existe para realizar o próximo investimento que suporte a atividade da empresa nos anos seguintes e como vão financiar esse investimento. Mas não se pode pensar no futuro, sem saber em que posição a empresa se encontra no presente. Aqui entram em ação as demonstrações financeiras. Elas ajudam os gestores a interpretar a performance geral da empresa e como alguns rácios podem alertar para algum problema sério. São uma boa forma de resumir

informação financeira e compará-la com a performance da empresa e de outras no mercado. Os rácios ajudam o gestor a colocar as perguntas certas mas raramente fornecem as respostas.

A técnica mais utilizada pela análise económica e financeira consiste em estabelecer relações entre contas e agrupamentos de contas do Balanço, da Demonstração de Resultados e da Demonstração dos Fluxos de Caixa e ainda entre outras grandezas económico-financeiras. Estas relações têm varias designações, como por exemplo rácios, índices, coeficientes, entre outros. Os rácios, o termo que vamos aqui utilizar, não são uma bola de cristal, mas apenas um instrumento de apoio para sintetizar uma enorme quantidade de dados e comparar o desempenho económico-financeiro das empresas e a sua evolução no tempo (Neves, 2007).

Os rácios económico-financeiros têm ainda sido utilizados por analistas, para realizar previsões sobre os resultados futuros, como por exemplo multiplicar a previsão de vendas pela margem de lucro e ainda mais recentemente, por investigadores, que utilizando modelos estatísticos, procuram definir o risco da empresa, o *rating* do crédito e a viabilidade da empresa. Os rácios podem ainda ser utilizados para diversos tipos de finalidade, como por exemplo, aferir da capacidade da empresa em solver os seus compromissos, a evolução do negócio e a sua performance (Barnes, 1987).

#### **1.4. Tipos de Rácios**

Segundo Neves (2007), podem-se construir inúmeros rácios, mas a sua utilização vai depender sobretudo dos objetivos da análise: qual a natureza dos fenómenos que pretende medir, que fontes de informação se vão utilizar, entre outros. Os fenómenos a estudar podem ser de natureza financeira, económica, económico-financeira ou técnica. Assim temos, entre outros:

- Rácios de Alavanca Financeira e de Risco;
- Rácios de Liquidez;
- Rácios De Rendibilidade;

- Rácios de Mercado

#### 1.4.1. Rácios de Alavanca Financeira e de Risco

São rácios muito utilizados para análise de crédito, identificando as dívidas que a empresa contraiu e a implicação que as mesmas têm na exploração. O rácio de Endividamento<sup>2</sup> apura a extensão com que a empresa utiliza Capital Alheio no financiamento das suas atividades. Não interessa apenas conhecer o grau de endividamento mas também o modo como este está estruturado. Se o endividamento é, em determinada empresa, sobretudo a curto prazo, trará uma maior pressão à tesouraria do que se esse endividamento fosse sobretudo a longo prazo. Para essa análise, utiliza-se o Rácio de estrutura do Endividamento. O Rácio do Período de recuperação da Dívida<sup>3</sup> é utilizado quando o analista de crédito prefere analisar a capacidade de cobertura de dívida em termos mais prospetivos do que históricos e calcula a estimativa do número de anos em que a empresa é capaz de pagar as suas dívidas, ou seja, calcula-se o tempo necessário para que as receitas geradas e acumuladas recuperem as despesas em investimento realizadas e acumuladas durante o período de vida do projeto.

A análise do risco financeiro não pode ficar apenas pela análise do Balanço. Uma empresa pode ter uma estrutura financeira aparentemente equilibrada, mas com uma rentabilidade tal que não lhe permita pagar os encargos financeiros resultantes da dívida. O Grau de Alavanca Financeiro (GAF)<sup>4</sup> permite analisar o risco associado à utilização da dívida. Este indicador permite ainda concluir se o endividamento está a ser favorável ou prejudicial à rentabilidade dos capitais próprios. Enquanto o Grau de Alavanca Operacional (GAO) indica a variação percentual dos resultados operacionais face à variação percentual das vendas, o GAF indica a mudança percentual no resultado líquido face à alteração percentual nos resultados operacionais.

---


$$^2 \text{ Rácio Endividamento} = \frac{\text{Capitais Alheios}}{\text{Capitais Totais}}$$

$$^3 \text{ Período Recuperação Dívida} = \frac{\text{Empréstimo em Dívida}}{\text{Autofinanciamento}}$$

$$^4 \text{ GAF} = \frac{\text{Resultados Operacionais}}{\text{Resultados Correntes}}$$

### 1.4.2. Rácios de Liquidez

Quando os bancos estão a conceder empréstimos a curto prazo, preocupam-se mais com a capacidade de reembolso dessa dívida do que com a forma de cobertura global do ativo, utilizando assim muitas vezes, indicadores de Liquidez. O Rácio de Liquidez Geral (RLG)<sup>5</sup> é um rácio bastante utilizado pelos analistas de crédito e mede a capacidade de uma empresa fazer face às suas responsabilidades de curto prazo. Se tudo o resto se mantiver igual, quanto maior for este rácio, maior a solvabilidade de curto prazo da empresa. O Rácio de Liquidez Reduzida (RLR)<sup>6</sup> é utilizado com a mesma finalidade do anterior mas admite-se que as existências não poderão ser transformadas de imediato em dinheiro, ou, pelo menos, que essa conversão será sempre abaixo do custo de inventário. Há ainda quem utilize o Prazo de Segurança de Liquidez como medida de liquidez<sup>7</sup> para medir quanto tempo a empresa pode pagar as suas despesas operacionais sem encaixar qualquer fluxo proveniente de novos proveitos.

### 1.4.3. Rácios de Rendibilidade

Chama-se rácio de rendibilidade ao indicador da relação entre o resultado e as vendas ou uma grandeza de capital. A Rendibilidade das Vendas<sup>8</sup> é o rácio que analisa a relação entre os resultados e as vendas. Consoante o tipo de numerador, podemos ter uma diferente noção de rendibilidade das vendas, como por exemplo, a Margem de Contribuição das Vendas, da Rendibilidade Operacional das vendas e a Rendibilidade Líquida das Vendas. Para além da rendibilidade das vendas, interessa que os resultados obtidos sejam comparados com o capital investido que lhes deu origem. Temos assim diversos tipos de rendibilidade consoante a noção de capital utilizada. A Rendibilidade do Capital Próprio<sup>9</sup> permite aos acionistas e aos gestores concluir se a rendibilidade do capital próprio está a um nível aceitável comparativamente às taxas de rendibilidade do mercado de

---

$${}^5 RLG = \frac{\text{Ativo Corrente}}{\text{Passivo Corrente}}$$

$${}^6 RLR = \frac{\text{Ativo Corrente} - \text{Existências}}{\text{Passivo Corrente}}$$

$${}^7 \text{Prazo Segurança Liquidez} = \frac{\text{Ativo Corrente} - \text{Existências}}{\text{Despesas Correntes}}$$

$${}^8 \text{Rendibilidade das vendas} = \frac{\text{Resultado Líquido}}{\text{Volume de negócios}}$$

$${}^9 \text{Rendibilidade do Capital Próprio} = \frac{\text{Resultado Líquido}}{\text{Capital Próprio}}$$

capitais e ao custo de financiamento. Caso se pretenda analisar a rentabilidade, separadamente das decisões financeiras, tem de se recorrer ao Rácio da Rentabilidade do Ativo<sup>10</sup>, que é um rácio de avaliação do desempenho dos capitais totais investidos na empresa, independentemente da sua origem (próprios ou alheios).

#### 1.4.5. Rácios Baseados no Mercado

É muito útil ao diretor de marketing e ao diretor de produção, a fim de decidirem as suas estratégias e linhas de atuação, conhecerem os preços e os custos unitários dos produtos dos concorrentes. O mesmo acontece com o diretor financeiro relativamente aos indicadores de mercado que são de grande importância para os investidores e credores de uma empresa.

Entre outros rácios desta natureza, destaca-se o *Price Earning Ratio*<sup>11</sup> (PER), representa a relação entre a cotação e os resultados por ação. Se os resultados se mantiverem constantes, o rácio apresenta o período de recuperação do capital do investidor que comprasse uma ação àquele preço com uma política de distribuição de dividendos a 100%. O *Price to Cash Earnings* (PCE)<sup>12</sup> é muito idêntico ao PER, exceto que em vez de se utilizar o resultado líquido por ação, utiliza o autofinanciamento por ação, eliminado assim a questão problemática da política contabilística em relação às amortizações e provisões, tornando-o mais comparável com as restantes empresas do mesmo setor.

---

$$^{10} \text{ Rentabilidade do Ativo} = \frac{\text{Resultado Operacional}}{\text{Ativo}}$$

$$^{11} \text{ PER} = \frac{\text{Preço de Cotação}}{\text{Resultado por Ação}}$$

$$^{12} \text{ PCE} = \frac{\text{Preço de Cotação}}{\text{Cash Earning por Ação}}$$

## **Cap. II) Avaliação de empresas**

### **2.1. Porquê avaliar uma empresa?**

De acordo com Tournier e Tournier (2001), os casos em que é necessário proceder a uma avaliação da empresa são muito numerosos. A especificidade de cada situação faz com que os pontos de vista quanto aos métodos a utilizar possam, por vezes, ser diferentes. Os principais casos de avaliação passam pela realização de um investimento, de carácter industrial ou de carácter financeiro. No primeiro, trata-se do caso mais clássico de aquisição e de avaliação de uma empresa em que um investidor adquire a maioria ou uma percentagem significativa do capital. Neste contexto, um tal investimento justifica métodos de avaliação aprofundados. Quanto ao segundo caso, o comprador procura obter um rendimento ou uma mais-valia sobre parte da empresa adquirida. Portanto, em princípio, não visa uma imobilização a longo prazo do seu investimento. Um investimento financeiro pode ser a simples aquisição de ações em bolsa ou pode tratar-se ainda de uma reduzida percentagem adquirida diretamente, fora do mercado financeiro.

Para além da avaliação de uma empresa no sentido de se realizar um investimento, podemos ter o caso contrário, a realização de um desinvestimento. No caso de determinar o processo de entrada em bolsa de uma empresa, a avaliação é fortemente influenciada pela preocupação da direção em ser bem-sucedida na entrada em bolsa face às condições do mercado financeiro nesse momento. Uma empresa também pode ser avaliada no sentido de se aferir do desempenho dos gestores, medindo periodicamente o valor da empresa pelo qual eles são responsáveis, para constatar variações desse valor. Se a evolução é positiva, a gestão é positiva. A situação inversa indica uma tendência negativa.

### **2.2. Avaliação Patrimonial ou *Asset-Based Approach***

Os métodos baseados na ótica patrimonial procuram determinar o valor de uma empresa através da estimativa do valor dos seus ativos. Como determinam o valor sob um ponto de vista estático, não levam em conta a

possível evolução futura da empresa ou da conjuntura económica (Fernandez, 2013).

Segundo esta técnica, existem pelo menos dois métodos que podem ser utilizados. Um é o Valor de Liquidação, ou seja, o valor que o mercado estaria disposto a pagar se os ativos fossem hoje liquidados. Outro é o Custo de Reposição, ou seja, quanto é que custaria à empresa para repor ou substituir os ativos que possui. (Damodaran, 2007)

Um dos pontos positivos da Avaliação patrimonial é que força o comprador a identificar todos os itens do património. Segundo Copeland, Koller e Murrin (1996), outra vantagem é que este tipo de abordagem fornece uma aproximação razoavelmente boa para o método dos *Discounted Cash Flows* (DCF)<sup>13</sup>.

Este método é fácil de aplicar se estivermos perante empresas que tenham ativos separáveis e negociáveis, como são os fundos mútuos ou as sociedades imobiliárias, porque as propriedades podem ser vendidas individualmente e o seu valor pode ser estimado. No entanto, se este método for aplicado a empresas com marcas fortes e mais do que uma vertente de negócio, é difícil separar os negócios da marca. (Damodaran, 2007)

### **2.3. Avaliação Comparativa com o Mercado ou Market Approach**

Nesta metodologia de avaliação, consideram-se empresas concorrentes que estejam cotadas no mercado ou que tenham sido adquiridas, usando-se os preços de transação como base comparativa com a empresa ou negócio em avaliação.

Segundo Damodaran (2007), empresas com taxas altas de crescimento, baixo risco e grande potencial de geração de CF, deveriam transacionar em múltiplos mais altos do que as empresas que apresentam registos contrários. Por este motivo, devem ser usadas empresas comparáveis entre si, ou seja, que estão na mesma linha de negócio e

---

<sup>13</sup> O método dos DCF determina o valor futuro estimado para os fluxos de caixa descontados do custo de capital apropriado.

apresentam CF, crescimento e nível de risco semelhantes ao da empresa avaliada, no sentido de evitar dispersões e conclusões distorcidas.

O fato de ser praticamente impossível encontrar duas empresas exatamente iguais, faz com que este tipo de método de avaliação tenha uma utilização muito limitada, devendo ser utilizado como complemento de outros métodos (Neves, 2002).

Fernandez (2013) partilha da mesma opinião, referindo que os múltiplos são uteis numa segunda fase de avaliação, como por exemplo, depois de se utilizar outro método, pois a comparação com os múltiplos de empresas comparáveis permite aferir a avaliação realizada e identificar as diferenças entre a empresa avaliada e as comparáveis.

Copeland, Koller e Murrin (1996) aponta ainda como desvantagem, o fato de ignorar a importância do capital investido.

#### **2.4. Método dos Fluxos de Caixa Atualizados ou *Discounted Cash Flows***

Segundo esta abordagem, o valor da empresa é determinado atualizando os rendimentos futuros que se esperam que a empresa proporcione aos seus detentores, sendo estes atualizados ao custo de capital apropriado ao risco destes fluxos. Segundo Damodaran (2007), as percepções de valor têm de ser apoiadas pela realidade, pelo que o preço deve refletir a expectativa que a empresa tem de vir a gerar CF no futuro.

Os métodos de avaliação de empresas baseados no rendimento (sob forma de dividendos, lucros ou CF) são preferidos, sendo o método DCF o mais utilizado, principalmente em aquisições e operações de *Corporate Finance*, porque os gestores e os avaliadores conseguem observar a evolução de uma empresa e com isso, determinar, numa perspetiva futura, o seu valor (Damodaran, 2007).

A abordagem dos DCF abrange todos os elementos que afetam o valor de uma empresa e é uma ferramenta de avaliação mais consistente com o objetivo de criação de valor no longo prazo. Fornece ainda uma visão mais

sofisticada e confiável do valor da empresa que a abordagem contabilística. (Copeland, Koller e Murrin, 1996)

Dependendo da metodologia escolhida, podem ser consideradas diferentes formas de cálculo do crescimento na determinação do valor da empresa. Existem dois princípios chave para calcular o crescimento dentro de alguns limites. Esses princípios são: o primeiro é esperar uma taxa de crescimento em perpetuidade que não pode superar a taxa de crescimento da economia; o segundo princípio é que de o crescimento nunca é gratuito, ou seja, as empresas para crescerem, têm de reinvestir. (Damodaran, 2007)

Sob esta abordagem, podem analisar-se os CF através de duas perspetivas: avaliando o negócio por inteiro (ótica da entidade) ou avaliando a participação no capital (ótica dos capitais próprios ou dos sócios/acionistas)

## 2.5. Ótica dos Acionistas

Através desta ótica, os capitais próprios de uma empresa são avaliados de forma direta, quer se avalie o rendimento sob a forma de dividendo ou sob a forma de CF. Para a atualização dos rendimentos, quer para o modelo dos dividendos, como para o modelo dos CF, usa-se o custo do capital próprio,  $k_e$ , que é estimado através do modelo *Capital Asset Pricing Model* (CAPM) e que representa a rendibilidade exigida pelos acionistas de modo a compensar o risco de negocio e o risco financeiro.

$$k_e = R_f + \beta (R_m - R_f) \quad (1.1)$$

$R_f$  – Taxa de juro sem risco

$\beta^{14}$  – Índice de risco do ativo financeiro

$R_m - R_f$  – Prémio de risco de mercado

$R_m$  – Rendibilidade de mercado esperada a medio/longo prazo

---

<sup>14</sup> Medida do risco que um investidor está exposto ao investir num ativo em particular em comparação com o mercado como um todo.

### 2.5.1. Free Cash Flow to Equity

O modelo *Free Cash Flow to Equity* (FCFE) representa os meios financeiros líquidos gerados pelas atividades operacionais, de investimento e de financiamento externo que ficam disponíveis para os acionistas ou sócios, daí designarem-se também como fluxos de caixa livres (Neves, 2002).

$$FCFE: VCP_0 = \sum_{i=1}^T \frac{FCL_i}{(1 + k_e)^i} + \frac{VRCP_T}{(1 + k_e)^T} \quad (1.2)$$

$$\begin{aligned} FCL = & \text{Res. Líq} + \text{Amort. e Provisões} - \Delta \text{Nec. Fundo manei} - \text{Inv. AF} \\ & - \text{Reembolsos Capital Empréstimos Obtidos} \\ & + \text{Empréstimos Obtidos} \end{aligned}$$

$$VRCP_T = \text{Valor Residual CP em T}$$

$$= \frac{FCL_T(1 + g)}{k_e - g}, \text{ (convergentes desde que } k_e > g \text{)} \quad (1.3)$$

$g$  = taxa crescimento sustentável de empresa endividada

O FCFE tem como vantagem produzir estimativas realistas e pode ser utilizado em empresas com CF negativo, muito comum em empresas em crescimento e com necessidades de reinvestimento significativas. (Damodaran, 2007)

Copeland, Koller e Murrin (1996) dizem que fornecer menos informação para identificar oportunidades de criação de valor e além disso, requer cuidadosos ajustamentos para garantir que as alterações no financiamento projetado não afetam incorretamente o valor da empresa, é uma das principais desvantagens.

### 2.6. Ótica da Entidade

O *Free Cash Flow to the Firm* (FCFF) representa os meios gerados pelas operações líquidas dos investimentos em ativo fixo e em necessidades em fundo de manei e pode ser calculado através do método do Custo Médio, que iremos aprofundar de seguida, e do método do Valor Atual Líquido (VALA) ou dos lucros supranormais, que utiliza o princípio da

separação das decisões de investimento e de financiamento, ou seja, separar o efeito do endividamento em diferentes componentes e aplicar taxas de atualização adequadas a cada um deles.

Na perspetiva dos capitais próprios, calcula-se de forma direta o valor da empresa. Na perspetiva da entidade, é necessário deduzir ao valor total dos ativos em continuidade o valor das dívidas no momento da avaliação (Neves, 2002).

### 2.6.1. Método do Custo Médio

De seguida iremos aprofundar o estudo do Método do Custo Médio, porque este foi o modelo de avaliação escolhido para realizar a avaliação de uma empresa no estágio, na medida em que este é o método mais adequado para avaliar empresas cujas previsões indiquem estabilidade do custo médio de capital e do seu rácio de endividamento. Este modelo também tem a flexibilidade para permitir mudança na estrutura de financiamento.

Neste método, as variáveis utilizadas são: os fluxos de caixa operacionais (FCO) e o custo médio de capital. Os FCO ficam disponíveis para os acionistas e credores, pelo que a taxa de atualização deve corresponder à taxa de custo médio de capital. A avaliação é assim feita, na ótica da empresa como entidade. A atualização dos fluxos de caixa operacionais ao custo médio de capital, avalia a atividade operacional da empresa. A este valor, deve somar-se o valor dos CF não afetos à exploração, de modo a apurar o valor total da empresa. Os fluxos de caixa, operacionais e não operacionais, são apurados de forma independente do financiamento (Neves, 2002).

O método do Custo Médio atualiza os fluxos de caixa à taxa de custo médio ponderado do capital e é calculado da seguinte forma:

$$= \sum_{i=1}^T \frac{FCO_i}{(1+k_m)^i} + \sum_{i=1}^T \frac{FCNO_i}{(1+k_m)^i} + \frac{VRE_T}{(1+k_m)^T} - VD_0 \quad (1.4)$$

$$FCFF \text{ (Custo Médio)}: VCP_0 = Valor \text{ Total Empresa}_0 - Valor \text{ Total Dívida}_0$$

*FCNO – Fluxos de Caixa Não Operacionais*

*FCO – Fluxos de Caixa Operacionais*

$$VRE_T = \frac{FCO_{T+1}}{k_m - g_u} \text{ (perpetuidade com crescimento constante)}$$

*g<sub>u</sub> – Taxa de crescimento sustentável de empresa não endividada*

$$k_m(\text{WACC}) = k_e \frac{CP}{CI} + k_d(1 - t) \frac{CA}{CI} \quad (1.5)$$

Apesar de ser o método mais adequado para avaliar empresas cujas previsões indiquem uma estabilidade do rácio de endividamento e do custo médio de capital, um dos pontos fortes deste modelo é a flexibilidade que tem para permitir mudanças na estrutura de financiamento. Quando se avaliam empresas com rácios de endividamento que mudam ao longo do tempo, a avaliação torna-se mais simples quando se usa o FCFF baseado no método do custo médio (em contraste com o FCFE), uma vez que tem incorporado o peso da dívida no cálculo do custo do capital (através do *Weighted Average Cost of Capital (WACC)*). Outra vantagem deste método é que incorpora os custos e benefícios da dívida, ou seja, os benefícios fiscais existentes e os riscos adicionais esperados com o uso da dívida. (Damodaran, 2007)

Uma das desvantagens é que o FCFF é menos intuitivo que o FCFE, uma vez que há uma tendência intuitiva para se estimarem os CF após pagamento da dívida (FCFE) e não o inverso (FCFF). Outra das desvantagens está relacionada com os pressupostos no custo de capital, que podem não ser viáveis ou razoáveis. (Damodaran, 2007)

Segundo Neves (2002), o maior problema técnico está no cálculo do  $k_m$ , que deve ser calculado com base no valor do mercado de capitais. O que acontece na prática é utilizar-se o método do VALA para resolver essa dificuldade.

### **Cap. III) Criação de Empresas**

Para se criar uma empresa, não é necessário ser-se um inventor. A maioria das ideias que estão na origem de novos negócios não resultam diretamente de grandes descobertas técnicas mas antes da observação atenta das mudanças e das novas necessidades que se produzem na economia e na sociedade que nos rodeia.

O empreendedor é aquele que é capaz de identificar e agir perante uma necessidade e que muitas vezes se apresenta como uma oportunidade e uma porta para a sustentabilidade de um negócio. (Drucker, 2005)

Ao longo da história económica, a inovação social tem tido maior importância que a inovação tecnológica. A ideia ou a inovação não têm que ser necessariamente nem técnicas nem corpóreas. Daí decorre a importância de estar atento ao quotidiano e à evolução da vida económica (Costa e Ribeiro, 2007).

Existe uma grande variedade de motivos para a criação de uma empresa, entre eles, a vontade de ganhar mais dinheiro do que na situação anterior do empreendedor, o desejo de sair da atividade rotineira e poder, desta forma, realizar as suas ideias, a vontade de ser o seu próprio patrão e independente nos seus atos, o desejo de desenvolver algo que traga benefícios para si e para a sociedade ou o desejo de assegurar para si e para os seus filhos, um futuro melhor (Carvalho, 1999).

#### **3.1. Viabilidade Económico-Financeira do projeto**

A análise da viabilidade económico-financeira permite avaliar os potenciais resultados de um projeto, de modo a ajusta-lo em função do *output* que as peças financeiras proporcionam, como por exemplo os preços de venda estimados para os seus produtos ou serviços ou ainda desenvolver ações de pesquisa sobre os fatores de produção que influenciam a estrutura de custos.

A expressão económico-financeira do projeto da nova empresa ou negócio constitui a ferramenta base de análise dos potenciais parceiros do

projeto: Bancos, Sociedades de Capital de Risco, Locadoras de Equipamento de Transporte ou outros Sócios Institucionais (empresas ou organismos). Esta informação permitir-lhes-á avaliar o risco do negócio e a capacidade de remunerar o investimento. Normalmente, estão disponíveis indicadores económico-financeiros do setor de atividade onde se irá enquadrar a nova empresa. A comparação com os indicadores económico-financeiros do setor, com os que resultam do projeto, permitem a avaliação mais fundamentada sobre o risco do negócio (Costa e Ribeiro, 2007).

Para Silva e Queirós (2011), a avaliação económico-financeira é o estudo de apoio à tomada de decisão por parte do investidor (o detentor do capital próprio necessário ao projeto) e dos financiadores (os detentores do capital alheio) do projeto, estudo que pondera as despesas e as receitas financeiras de forma a aferir da rentabilidade em termos do mercado e geralmente incorpora a avaliação técnica, a avaliação comercial e a avaliação institucional. A avaliação técnica é a que se preocupa com as estimativas dos custos de investimento e os custos operativos de construção e operação do projeto. A avaliação comercial trata das condições de compra de bens e serviços necessários à implementação do projeto e das condições de venda (mais exatamente, do marketing) da fase de operação do projeto e a avaliação institucional preocupa-se com as questões relacionadas com a gestão do projeto, em particular com o sistema de gestão e o tipo de organização do pessoal a adotar na fase de construção e na fase de operação.

### **3.2. Análise do meio envolvente**

As empresas e as organizações encontram-se em ambientes (mercados) cada vez mais dinâmicos e complexos. Por isso, a análise do ambiente comporta algumas dificuldades. Em primeiro lugar, porque esconde várias influências, ou seja, esconde por vezes vários fatores que podem ser fundamentais para a análise e posterior tomada de decisão; em segundo lugar, porque é incerto, já que o mercado está em constante evolução e mudança; e por último, porque é complexo, razão pela qual os

gestores tendem a simplifica-lo para efeitos de análise, focando-se apenas em fatores históricos. A análise do meio envolvente passa por: compreender a natureza do ambiente, isto é, é preciso saber em que tipo de ambiente a empresa se movimenta ou se vai movimentar; auditar as influencias ambientais, avaliando os fatores políticos, económicos, sociais e tecnológicos; identificar as forças competitivas, ou seja, fazer uma listagem e descrição das forças que influenciam o comportamento de uma organização; e identificar a posição competitiva, que consiste em definir a posição da empresa e que lhe permita posicionar-se melhor face às empresas que competem com ela com recursos idênticos (Silva e Queirós, 2011).

A fase de auditoria às influencias do meio envolvente é muito importante, existindo duas propostas que se destacam quanto á metodologia de análise da envolvente externa. A Análise PEST de Scholes e Johnson (1993) avalia a importância dos fatores políticos, económicos, sociais e tecnológicos nas organizações. A Análise das 5 Forças de Porter (1979), em que o autor propõe um modelo de análise da intensidade da concorrência na indústria baseado no estudo integrado de cinco forças capazes de influenciar o comportamento de uma empresa: ameaça de substitutos, poder de negociação dos clientes, ameaças à entrada, poder de negociação dos fornecedores e rivalidade entre concorrentes.

### **3.3. Análise Interna**

Vimos anteriormente que o ambiente externo cria oportunidades e ameaças ao desenvolvimento estratégico de uma empresa. Todavia, as estratégias de sucesso dependem também da capacidade que a empresa tem para se organizar internamente. Esta capacidade estratégica pode estar dependente de três fatores: recursos disponíveis, competência com que as atividades são desempenhadas dentro da empresa e ainda o equilíbrio de recursos.

A síntese do diagnóstico estratégico pode ser apresentado segundo a estrutura da chamada Análise SWOT, acreditada a Albert Humphrey (1970), que propõe uma visão global e integrada das dimensões interna e externa,

identificando as forças e as fraquezas de uma empresa, e as oportunidades e ameaças ao seu desenvolvimento. Ao proporcionar uma análise sistematizada dos vários fatores internos e externos que afetam a competitividade e sobrevivência da empresa, o diagnóstico estratégico promove um conhecimento mais aprofundado da realidade empresarial, constituindo um fator de aprendizagem por parte da própria equipa de gestão (Silva e Queirós, 2011).

### **3.4. *Franchising* – Forma de dar início à atividade**

Hoje em dia, existem várias alternativas que permitem a um aspirante a empreendedor levar por diante o seu sonho com a garantia de que não será um rotundo fracasso. Essas alternativas podem ser o *Crowdfunding*, o Microcrédito ou o *Franchising*. Iremos abordar este último porque foi o método utilizado durante o estágio para proporcionar ao cliente a possibilidade de ter o seu próprio negócio.

O recurso ao *franchising* pode constituir uma boa alternativa para se dar início a um negócio. O conceito de *franchising* assenta na colaboração entre uma empresa, o franchisador, e uma ou mais empresas, os franchisados. O primeiro desenvolveu um produto ou uma gama de produtos ou serviços com marca própria, relativamente aos quais possui uma vasta experiência e *know-how*, bem como possui e controla o sistema de distribuição, a publicidade e a promoção dos produtos ou serviços, detém a propriedade da marca, da razão social, do nome comercial, logotipos, entre outros. O contrato de *franchising* vinculam o franchisado a explorar o negócio de acordo com as normas de qualidade e a imagem do franchisador e este passa ao franchisado todo o seu *know-how*, permitindo que este beneficie de um conjunto de condições particulares e garantem na maior parte dos casos, o sucesso da iniciativa empresarial (Costa e Ribeiro, 2007).

## **Parte Dois – Aplicações Práticas – Estágio na empresa Prime Century, Lda**

Neste capítulo, iremos apresentar as diversas atividades e funções levadas a cabo no âmbito do estágio realizado na empresa Prime Century, Lda. Todas essas atividades e funções realizadas por mim no âmbito do estágio, tiveram a supervisão do orientador da empresa, o Dr. Jorge Pinto, que também fazia a ligação entre o trabalho efetuado e as pretensões dos clientes em questão. Antes dessa apresentação será feita uma apresentação da empresa em questão.

### **Cap. IV) A Prime Century**

A Prime Century é uma empresa especializada no apoio à gestão, nas áreas de Contabilidade, Fiscalidade, Consultoria de Gestão e Recursos Humanos. Criada em 2003, a Prime Century tem como objetivo proporcionar aos seus clientes as condições necessárias para poderem desenvolver com êxito as atividades para as quais estão vocacionados, indo além dos serviços prestados, com os colaboradores em constante contacto com os responsáveis das empresas de modo a garantir um funcionamento eficaz das tarefas que lhes são pedidas. A empresa está sediada na Maia e estende a sua área de atividade por toda a região norte, com especial incidência na zona do Grande Porto.

A Prime Century conta atualmente com 7 colaboradores, número que não se tem alterado muito nos últimos anos e apresenta um volume de negócios ligeiramente inferior a 100.000€. A principal proporção desse volume, corresponde a serviços de contabilidade. A empresa apresentou no último ano, um resultado positivo pouco significativo.

A empresa oferece todo um conjunto de serviços de acessória e apoio à gestão, tais como:

- Contabilidade
- IVA
- IRS

- IRC
- Auditoria Financeira
- Gestão de Recursos Humanos
- Projetos de Investimento
- Aconselhamento Fiscal
- Gestão
- *Business Consulting*

A Prime Century presta serviços num alargado leque de setores de atividade, de onde se destacam:

- Indústria do Comercio de Mobiliário
- Imobiliário
- Manutenção Física e Estética, Solário e Cosmética
- Seguros
- Industria Metalurgia
- Medicina Dentaria
- Publicidade e Impressão
- *Hardware e Software*
- Moda e pronto-a-vestir
- Agências de Viagem
- Turismo Rural
- Educação
- Produção e Comercialização de Produtos Agrícolas
- Comercialização de Materiais de Construção
- Hotelaria, Restauração e Bebidas
- Óticas
- Combustíveis, Óleos e Lubrificantes
- Secretariado

A Prime Century presta ainda serviços de Consultoria Financeira, Fiscal e de Gestão e Contabilidade a profissionais liberais cujas atividades se desenvolvam nas mais diversas áreas.

#### **4.1. Missão, Visão e Valores**

A Prime Century tem como missão desenvolver parcerias com os seus clientes, no sentido de os acompanhar no desenvolvimento das suas atividades, libertando-lhes recursos e estabelecendo condições para que lhes permitam obter sucesso e criar valor para os seus acionistas.

A visão da Prime Century passa por ser uma referência na área dos serviços de apoio administrativo, financeiro e fiscal às empresas, reconhecida pela sua idoneidade, flexibilidade, capacidade de adaptação a novos desafios e qualidade geral dos seus serviços e equipa de trabalho.

A Prime Century, na sua atividade, rege-se por um conjunto de valores fundamentais:

- Responsabilidade
- Ética
- Competência técnica
- Orientação ao cliente
- Paixão
- Companheirismo
- Amizade

#### **4.2. Cronologia das Atividades Desenvolvidas**

De seguida, iremos apresentar a cronologia das atividades desenvolvidas durante o estágio na Prime Century, com especial atenção para as tarefas que irão ser descritas mais à frente neste relatório.

Para além dessas atividades, que ocuparam a maior parte do meu tempo na empresa em questão, desenvolvi também diversas atividades de carácter pontual e de auxílio aos meus colegas e ao bom funcionamento do dia-a-dia da Prime Century.

Entre essas atividades, a que mais se destaca, é a de classificação e arquivo de documentos contabilísticos, que eram entregues pelos clientes e que necessitavam de uma organização própria para posteriormente serem lançados.

No seguimento dessa tarefa, era também por vezes necessário, registar as vendas diárias dos clientes, para controlo interno. Dependendo da complexidade e da quantidade dos documentos, estas tarefas podiam demorar um curto período de tempo para serem efetuadas ou até mesmo um dia completo. Também foi prestado auxílio na organização e classificação dos documentos respeitantes ao apuramento do IRS.

De seguida, iremos apresentar a distribuição horária das tarefas mais importantes:

Tarefa	Nata	ID	Fundição	IRS	Outros
Horas	160	26	95	5,5	150

#### **4.2.1. Cronologia das tarefas desenvolvidas**

A tarefa “Nata” foi iniciada logo no primeiro dia do estágio, no dia 12 de Novembro e foi concluída no dia 2 de Janeiro. Durante esse período, foi praticamente a única tarefa realizada. Posteriormente, foi preciso voltar a ela, entre os dias 4 e 25 de Março, pelos motivos de seguida apresentados.

A tarefa “ID” teve início pouco depois do término da primeira parte da tarefa anteriormente descrita, tendo sido iniciada no dia 5 de Janeiro e concluída no dia 2 de Fevereiro.

A tarefa “Fundição” teve início logo após a conclusão da tarefa anterior e foi concluída no dia 2 de Março.

## **Cap. V) Plano de Negócios – Criação da empresa “Natas”**

A primeira grande tarefa realizada no estágio consistiu na realização de um plano de negócios no âmbito do programa de apoio ao empreendedorismo e à criação do próprio emprego (PAECPE); tratava-se da elaboração de diversos mapas financeiros ao abrigo do programa em questão.

Antes da realização destes mapas, foi utilizado o modelo de planeamento financeiro do IAPMEI para ter um acesso mais rápido à informação organizada e automática que seria necessária para realizar os mapas “oficiais” para levar o projeto em frente, o que foi afetado pela mudança de circunstâncias, visto que inicialmente o promotor tinha previsto iniciar a atividade num quiosque num outro centro comercial, situação que viria a ser alterada, o que acarreta mudanças, nomeadamente ao nível do volume de negócios, número de clientes e também nos custos.

Ainda no âmbito desse projeto, foi realizada uma “memória descritiva” que tinha como objetivo realizar uma explanação teórica para a criação do negócio, com todas as suas características e sempre que possível, suportada com a respetiva justificação numérica, para dar a conhecer as linhas gerais do projeto em causa, bem como aferir da sua viabilidade económico-financeira.

Para além das questões óbvias como as fontes de financiamento ou o volume de negócios, procurou-se valorizar a mais-valia acrescentada pelo projeto, focando a atenção noutros aspetos que não apenas na simples análise dos números.

Foi igualmente realizado um estudo ao projeto e à sua envolvente, porque qualquer negócio depende dos fatores que o rodeiam; tal estudo foi feito através das análises PEST e SWOT. Foram ainda abordadas questões como os produtos a comercializar e o segmento de mercado definido.

Importante foi também a caracterização das condições de financiamento, que consistiam num empréstimo bancário e no recebimento antecipado das prestações do subsídio de desemprego.

Para concluir, foi realizada uma análise às demonstrações financeiras previsionais (balanço e demonstração de resultados), com uma análise das rubricas mais significativas, complementadas com alguns indicadores económico-financeiros. É importante começar por referir que as projeções que se seguem foram previstas para um início da atividade em Março de 2015.

### **5.1. Enquadramento**

O projeto consistia na criação de uma empresa sob a forma de sociedade unipessoal por quotas de pequena dimensão. Tratou-se de um projeto enquadrado na legislação aplicada pela Portaria nº 985/2009 de 4 de Setembro com a redação dada pela Portaria nº 58/2011 de 28 de Janeiro e pela Portaria nº 95/2012 de 4 de Abril e a sua atividade insere-se nos CAE 47240 – Comercio a retalho de pão. De produtos de pastelaria e de confeitaria, em estabelecimentos especializados, e ainda, no CAE 56303 – Restauração e Similares: Pastelarias e casas de chá.

O promotor, que se encontrava numa situação de desemprego involuntário, perspetivou criar uma empresa ligada ao negócio do *franchising* dos pastéis de nata da marca “Natas”, que consistia na venda ao público de produtos de pastelaria e bebida, utilizando essa marca. A opção pelo *franchising* decorreu da possibilidade de minimização do risco associado à segurança do investimento, permitindo usufruir do *know-how* do negócio, do acesso aos fornecedores com condições de excelência e pela constante avaliação feita pelo franqueador dos métodos e práticas diárias e ainda devido às sinergias de rede e partilha de conhecimentos. O franqueador presta todo o tipo de apoio desde a procura da loja (baseada em critérios essenciais para o sucesso, nomeadamente a localização e a visibilidade), constituição da empresa, recrutamento, desenvolvimento do negócio e formação, sendo que é dado um ênfase especial a esta ultima, por ser um fator indispensável para o sucesso do negócio.

O *franchising* dos pastéis de nata apresenta um modelo de negócio inovador e atrativo na medida em que nada do género existia, com foco na

rentabilidade das operações e na permanente evolução e partilha de conhecimentos. Os fatores de sucesso deste *franchising* consistem numa receita exclusiva e de qualidade superior, assegurada por um processo de fabrico e cozedura com elevado controlo de qualidade; a identificação visual: conceitos, espaços e *merchandising*; a simplicidade da operação: sortido reduzido, focagem no produto estrela e no cliente.

## **5.2. Objetivos do Projeto**

O promotor pretendia criar o seu posto de trabalho, visto encontrar-se na situação de benefício do subsídio de desemprego, pelo que era pretendido criar um posto de trabalho (o do próprio promotor) na área do *franchising* dos pastéis de nata e recorreu à Prime Century para realizar os mapas que seriam necessários apresentar às instituições bancárias. Com a informação disponibilizada pelo franchisador e a informação obtida pelo promotor e pela Prime Century, ficou a meu cargo a realização dos mapas, com a supervisão do meu orientador, que fazia também a ligação com o promotor.

É importante referir que todas as previsões realizadas para este projeto tiveram como base a informação obtida junto de outras unidades abertas.

## **5.3. Mercado e Segmentação**

De acordo com a auscultação feita ao mercado pelos promotores do projeto e até pela simples observação dos tempos atuais, previu-se que a segmentação dos clientes passaria por um conjunto de pessoas que procuram ter acesso a uma forma rápida e simples de se alimentarem, de modo a não perderem muito tempo nos seus dias atarefados, os clientes que apreciem um dos ícones da pastelaria portuguesa e ainda os apreciadores de uma bebida quente ou de uma simples torrada.

O cliente alvo é do tipo urbano e juntamente com a localização escolhida que assentava numa zona de grande densidade populacional e de elevada circulação. A escolha do NorteShopping como sede do projeto

deveu-se à sua proximidade com uma das maiores zonas habitacionais do país, local privilegiado para a angariação de potenciais clientes, potenciada pela elevada densidade populacional existente. O município do Porto, estando dotado de excelentes condições de mobilidade, por onde passam alguns dos principais eixos rodoviários da região norte, para além de estar integrado numa das zonas mais apelativas como destino turístico de eleição, reconhecidas internacionalmente.

Relativamente aos fornecedores, dado tratar-se de um *franchising*, o promotor teria acesso a todo o know-how adquirido pelo franchisador e respetivos fornecedores bem como toda a sua vasta experiência adquirida nas diversas unidades abertas. Assim, não se previam que pudessem existir fornecedores com volumes de compra significativos que não fossem os já previstos pelo franchisador.

#### **5.4. Instalações e equipamento**

Estava prevista a instalação de uma loja no centro comercial NorteShopping, cujo espaço a ocupar seria arrendado à administração do centro comercial. Para o apetrechamento da loja, era necessário adquirir equipamento básico para a confeção e conservação dos produtos bem como equipamento administrativo para auxílio à gestão da loja, num montante a rondar os 15.000€.

#### **5.5. Investimento e Financiamento**

Conforme referido no ponto anterior, o projeto previa, para além das despesas relativa às obras de adaptação da loja, a aquisição de equipamento de confeção e conservação alimentar e de apoio à gestão. O investimento inicial previa ainda um *fee* relativo a direitos de entrada de 22.500€, a que acrescenta ainda a importância de 57.000€ (15.000€ para equipamento e 42.000€ para obras de adaptação) que seria vital para dar início ao projeto. Relativamente ao financiamento do investimento previsto, o promotor faria uso do recebimento antecipado das prestações de subsídio de desemprego de que beneficiava, quantificadas à

altura em 10.800€. O restante seria suportado mediante recurso ao pedido de financiamento previsto no programa PAECPE, através de uma candidatura apresentada numa instituição financeira parceira do IEFP. Outra importância será necessária para o fundo de maneo indispensável ao financiamento da atividade corrente. O valor esperado do financiamento, 81.900€, correspondia a cerca de 40% das vendas previstas para o primeiro ano de atividade., previsões estas realizadas após a consulta das demonstrações de resultados e mapas auxiliares de outras unidades “Nata”, fornecidas pelo franqueador, pelo promotor do projeto e pela Prime Century. De referir que não está previsto um investimento futuro em novos ativos.

## 5.6. Demonstração de Resultados

Quadro 1: Demonstração de Resultados

Descrição	2015	2016	2017	2018	2019
Vendas e serviços prestados	200 900,00	252 240,00	264 852,00	278 094,60	291 999,33
Subsídios à exploração					
Variação nos inventários da produção					
Trabalhos para a própria entidade					
Custo Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas	(70 315,00)	(88 284,00)	(92 698,20)	(97 333,11)	(102 199,77)
Fornecimentos Serviços Externos	(73 195,00)	(90 665,40)	(93 637,60)	(96 711,58)	(99 891,02)
Gastos com Pessoal	(35 783,11)	(50 267,53)	(51 269,88)	(52 292,28)	(53 335,13)
Imparidades (perdas/reversões)					
Provisões (aumentos/reduções)					
Outros rendimentos e ganhos					
Outros gastos e perdas					
<b>Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos</b>	<b>21 606,89</b>	<b>23 023,07</b>	<b>27 246,31</b>	<b>31 757,63</b>	<b>36 573,41</b>
Gastos/reversões de depreciação e de amortização	(15 499,17)	(15 499,17)	(15 499,17)	(7 200,00)	(7 200,00)
<b>Resultado Operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)</b>	<b>6 107,72</b>	<b>7 523,90</b>	<b>11 747,14</b>	<b>24 557,63</b>	<b>29 373,41</b>
Gasto líquido de financiamento	(1 784,61)	(2 141,53)	(2 141,53)	(1 713,23)	(428,31)
<b>Resultados antes dos Impostos</b>	<b>4 323,11</b>	<b>5 382,36</b>	<b>9 605,61</b>	<b>22 844,40</b>	<b>28 945,11</b>
Impostos s/ rendimentos do período	(907,85)	(1 130,30)	(2 017,18)	(4 797,32)	(6 078,47)
<b>Resultado líquido do período</b>	<b>3 415,25</b>	<b>4 252,07</b>	<b>7 588,43</b>	<b>18 047,08</b>	<b>22 866,63</b>

Fonte: Realização Própria

### 5.6.1. Volume de Negócios

Apesar do contexto económico depressivo que o país atravessa e que se tem feito sentir de forma muito negativa no consumo por parte dos portugueses, optou-se, de forma algo prudente, por considerar o ano de

2015 como um ano de funcionamento em pleno, mesmo tendo em conta o natural processo de aprendizagem que é necessário para quem decide ter o seu próprio negócio. Como já foi referido anteriormente, o franchisador “Natas” já é uma referência em Portugal e como tal, esperava-se que o negócio entrasse de imediato em pleno funcionamento, mantendo um crescimento sustentado ao longo do projeto.

Como foi referido anteriormente, utilizamos a informação disponibilizada por outras unidades já abertas para realizarmos as previsões, que foram feitas de modo “pouco otimista” para precaver qualquer eventualidade e porque nos pareceu que seria mais seguro apostar em projeções de futuro menos otimistas.

A partir do primeiro ano de atividade, optou-se por considerar um crescimento do volume de negócios de 5% ao ano para ir de encontro ao crescimento sustentado que o franchisador apresenta, dado que a atividade previsível se manteria estável, por se tratar de um conceito já estabelecido e perfeitamente enraizado no mercado. Decorrerão daqui, naturalmente, resultados de exploração consentâneos com as expectativas do promotor do negócio, logo no primeiro ano de atividade, considerando uma entrada perfeitamente sólida no mercado e a estabilização sustentada do negócio nos anos seguintes. Espera-se que a venda de pasteis de nata, quer individualmente, quer em packs de seis unidades seja o principal impulsionador das vendas, na parte que diz respeito à alimentação sólida, enquanto o café seja a bebida com maior rotação, tal como acontece nas unidades em funcionamento que foram consultadas.

## 5.6.2. Fornecimentos e Serviços Externos

Quadro 2: Fornecimentos e Serviços Externos

Descrição	2015	2016	2017	2018	2019
1. Subcontratos					
2. Eletricidade	3 000,00	3 708,00	3 819,24	3 933,82	4 051,83
3. Combustíveis					
4. Água	2 000,00	2 472,00	2 546,16	2 622,54	2 701,22
5. Ferramentas e Utensílios	2 000,00	2 472,00	2 546,16	2 622,54	2 701,22
6. Mat. Escritório e Expediente					
7. Rendas e Alugueres	45 000,00	55 620,00	57 288,60	59 007,26	60 777,48
8. Comunicações	500,00	618,00	636,54	655,64	675,31
9. Seguros	2 000,00	2 472,00	2 546,16	2 622,54	2 701,22
10. Deslocações e Estadas					
11. Comissões sobre vendas	10 045,00	12 612,00	13 242,60	13 904,73	14 599,97
12. Publicidade	1 000,00	1 236,00	1 273,08	1 311,27	1 350,61
13. Outros Forn. Serviços	7 650,00	9 455,40	9 739,06	10 031,23	10 332,17
<b>TOTAL</b>	<b>73 195,00</b>	<b>90 665,40</b>	<b>93 637,60</b>	<b>96 711,58</b>	<b>99 891,02</b>

Fonte: Realização Própria

Os valores desta rubrica foram estimados com base na informação recolhida de outras unidades. Estimou-se que as despesas gerais e de manutenção (água, eletricidade, etc..) correspondam a aproximadamente 2.5% das vendas anuais. O valor da renda mensal do estabelecimento é a que apresenta o maior peso nos Fornecimentos e Serviços Externos (FSE) (aproximadamente 62%) e inclui também uma comparticipação para despesas e encargos comuns com o funcionamento, utilização e promoção do centro comercial. Outra rubrica que se destaca é a dos *Royalties*, que previa o pagamento mensal ao detentor da marca de uma percentagem de 5% da faturação. O total da rubrica de FSE correspondia a aproximadamente 36% das vendas anuais previstas para o primeiro ano, com tendência de descida nos anos seguintes.

### 5.6.3. Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas

A margem bruta de lucro prevista pelo franqueador é de 65%, pelo que o cálculo do custo das vendas correspondia a 35% do volume de vendas estimado.

#### **5.6.4. Encargos com o Pessoal**

Durante o período em análise, previram-se encargos ocasionados com o desempenho de funções do próprio promotor e ainda de outros quatro trabalhadores, sendo um deles, um trabalhador em *part-time*. Este número justifica-se para necessidade que o promotor tinha em ter colaboradores nas áreas de atendimento ao cliente, de auxílio à gestão bem como da manutenção do espaço. Assim, relativamente ao promotor, estimou-se um vencimento na ordem dos 750€ mensais. Para os restantes, estava prevista uma remuneração de 505€ mensais, com o trabalhador em *part-time* a auferir metade.

O total dos encargos com o pessoal corresponde a aproximadamente 18% das vendas anuais, com esse peso a apresentar uma diminuição nos anos seguintes.

#### **5.6.5. Resultado Líquido do Período**

Devido ao facto de o primeiro ano de atividade ser ainda uma experiência nova para os envolvidos no projeto, espera-se que a curva de aprendizagem não seja muito substancial e que a experiência das diversas unidades abertas por parte do franchisador, espera-se logo a obtenção de resultados interessantes a nível de volume de negócios.

Nos três primeiros anos de atividade, esperam-se resultados ainda modestos, tendo em conta as expectativas de todos os envolvidos. No quarto ano de atividade, o resultado já corresponde ao esperado, muito por causa da diminuição das Depreciações e Amortizações, derivado da vida útil estimada para os ativos, sendo de esperar, de acordo com as previsões realizadas, que este ritmo de crescimento se mantenha nos anos seguintes, mantendo o projeto um crescimento sustentado e sem grandes alterações.

## **Cap. VI) Plano de Negócios “Natas” – Versão 2**

Na sequência do trabalho realizado anteriormente, tivemos a obtenção das respostas das instituições bancárias que suportam o PAECEPE referentes à apresentação dos mapas acima mencionados.

As respostas das instituições não foram as mais favoráveis no que diz respeito à obtenção do financiamento necessário para dar início ao projeto, por não obter a rentabilidade que os analistas consideraram necessária bem como pelo forte investimento inicial que era necessário realizar. Apesar da resposta negativa, o promotor procurou junto da Prime Century uma solução para continuar com o projeto e leva-lo a cabo.

Vamos de seguida passar em revista todas as alterações que foram realizadas no sentido de tornar viável este projeto, nomeadamente a alteração do local previsto para o negócio, bem como do modelo proposto, que inicialmente passava por abrir uma loja e que agora estava assente na abertura de um quiosque para venda ao público no GaiaShopping.

Muitos dos pontos abordados anteriormente não sofreram alterações e como tal, apenas iremos aqui apresentar as alterações resultantes a nível de investimento, financiamento e resultados. Apesar de o modelo de *franchising* se manter inalterado, algumas alterações surgiram do facto de a venda ao público estar agora prevista para um quiosque, como por exemplo a redução no quadro de pessoal, deixando de parte a integração de um trabalhador em *part-time*, por não nos ter parecido ser o ideal para o espaço em que se pretende desenvolver a atividade, na medida em que o espaço agora pretendido, seria de dimensões inferiores ao anteriormente previsto. As previsões foram realizadas para um ano completo, devido à incerteza de quando terá início o projeto.

### **6.1. Investimento e Financiamento**

Conforme referido anteriormente, o projeto prevê, para além da despesas relativa às aquisição de equipamento de confeção e conservação alimentar e de apoio à gestão.

O investimento inicial pressupõe ainda, para a loja, um *fee* relativo a direitos de entrada no montante de €22.500, a que se acrescenta a importância de aproximadamente 33.500€ para municiar o quiosque das condições essenciais para a conservação dos alimentos, bem como para ajudar à gestão do quiosque, o que será vital para dar início ao projeto.

Relativamente ao financiamento do investimento previsto, o promotor fará uso do recebimento antecipado das prestações do subsídio de desemprego de que beneficia presentemente, quantificadas à altura estimada para o efetivo início da sua atividade, que ascendem a aproximadamente €10.800. O restante investimento deverá ser suportado mediante recurso ao pedido de financiamento previsto no programa PAECPE, através da apresentação da respetiva candidatura numa instituição financeira parceira do IEFP neste programa de incentivos.

Outra importância de menor expressão será a necessária para o fundo de maneio indispensável ao financiamento da atividade corrente, que se prevê mais significativo no momento de arranque do negócio.

O valor esperado para o Financiamento (€58.400), corresponde a cerca de 26% das vendas previstas para o primeiro ano completo de atividade.

Para além do pedido de recebimento antecipado das prestações do subsídio de desemprego, está previsto o recurso ao financiamento bancário num montante de cerca de €47.600, cuja aplicação ocorrerá no pagamento quer dos direitos de entrada, quer ainda no financiamento de parte do investimento previsional.

Assim, foram estimados gastos financeiros relativos a este financiamento, cujas taxas de juro médias se definiram em 3% de acordo com o PAECPE.

Decorrentes destes pressupostos, os encargos financeiros previstos rondarão 1% do volume de vendas estimado.

## 6.2. Resultado Líquido do Período

Quadro 3: Resultado Líquido Período

Descrição	2015	2016	2017	2018	2019
Vendas e serviços prestados	222 252,00	252 240,00	264 852,00	278 094,60	291 999,33
Subsídios à exploração					
Variação nos inventários da produção					
Trabalhos para a própria entidade					
Custo Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas	(77 788,20)	(88 284,00)	(92 698,20)	(97 333,11)	(102 199,77)
Fornecimentos Serviços Externos	(74 892,60)	(78 305,40)	(80 906,80)	(83 598,86)	(86 384,92)
Gastos com Pessoal	(43 841,59)	(44 715,42)	(45 606,73)	(46 515,86)	(47 443,18)
Imparidades (perdas/reversões)					
Provisões (aumentos/reduções)					
Outros rendimentos e ganhos					
Outros gastos e perdas					
<b>Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos</b>	<b>25 729,62</b>	<b>40 935,18</b>	<b>45 640,27</b>	<b>50 646,77</b>	<b>55 971,47</b>
Gastos/reversões de depreciação e de amortização	(14 999,17)	(14 999,17)	(14 999,17)	(7 200,00)	(7 200,00)
<b>Resultado Operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)</b>	<b>10 730,45</b>	<b>25 936,01</b>	<b>30 641,10</b>	<b>43 446,77</b>	<b>48 771,47</b>
Gasto líquido de financiamento	(1 433,71)	(1 433,71)	(1 433,71)	(1 146,97)	(860,23)
<b>Resultados antes dos Impostos</b>	<b>9 296,73</b>	<b>24 502,30</b>	<b>29 207,39</b>	<b>42 299,80</b>	<b>47 911,24</b>
Impostos s/ rendimentos do período	(1 952,31)	(5 145,48)	(6 133,55)	(8 882,96)	(10 061,36)
<b>Resultado Líquido do Período</b>	<b>7 344,42</b>	<b>19 356,82</b>	<b>23 073,84</b>	<b>33 416,84</b>	<b>37 849,88</b>

Fonte: Realização Própria

O primeiro ano de atividade, ainda que não se possa considerar um ano completo, derivado da indefinição quanto à data de abertura do negócio, foi considerado, quer pelo promotor, quer pelo trabalho realizado por mim e pelo meu orientador, como um ano de funcionamento em pleno do projeto, mesmo tendo em consideração a indefinição quanto à data para que se inicie o projeto, sendo do interesse de todos, que seja o mais rapidamente possível.

Com este funcionamento em pleno, surge naturalmente um resultado positivo no final do primeiro ano, apesar de aprendizagem necessária irá ser feita ao longo do tempo e da tão importante aquisição de clientes.

Não obstante a prudência necessária para quem enfrente um novo desafio, o facto de a marca “Natas” estar estabelecida e ser reconhecida não só em Portugal como no estrangeiro, faz pensar aos intervenientes neste trabalho, que não serão colocados grandes entraves ao sucesso do negócio, pelo menos numa fase inicial, como se pode ver pelos resultados esperados para os cinco primeiros anos de atividade.

Nos dois primeiros anos de atividade, esperam-se resultados algo “modestos”, tendo em conta a ambição do promotor, também resultantes da indefinição quanto à data de início do negócio. No quarto ano ocorre um salto considerável face ao anterior (aumento de 45%), derivado da diminuição das depreciações e amortizações.

Nos anos seguintes não se esperam estes picos de crescimento, mantendo o projeto um aumentar sustentado dos seus resultados.

### **6.3. Conclusões da tarefa**

O presente projeto inseriu-se, antes de mais, no contexto de desemprego involuntário que presentemente o promotor atravessa. Fruto do seu espírito empreendedor, corporizou, assim, a junção da necessidade de um posto de trabalho, com o seu caráter apreciador de risco, materializado no investimento num projeto profundamente inovador e numa fase de significativa expansão, não só em termos nacionais como igualmente em países emergentes, onde o tipo de conceito terá, seguramente, um sucesso apreciável.

Acresce ainda referir que, apesar desta fase de alguma incerteza económica quanto ao futuro da economia portuguesa, o projeto previa, apesar de tudo, a criação de mais três postos de trabalho, o que não pode ser ignorado.

Consciente que o modelo de negócio dependerá, em grande parte, da localização da loja, a aposta do promotor num local de grande movimentação e atividade comercial, em qualquer altura do ano, como é o GaiaShopping, é reveladora da preocupação com o sucesso do empreendimento, e simultaneamente, confere ao negócio uma credibilidade apreciada pelo consumidor comum, habituado a lojas de qualidade inquestionável naquele local.

A escolha da marca “Natas” não foi, de igual modo, um acaso. Com efeito, procurou-se, desta forma, aproveitar todo o conhecimento detido por uma marca prestigiada perfeitamente implementada no mercado, e com

experiência de gestão assinalável em todas as vertentes que o negócio apresenta, cujo apoio já demonstrado será absolutamente decisivo no arranque e performance da nova loja.

Obviamente que o investimento necessário obrigará ao recurso a capital alheio para a prossecução do objetivo do promotor, mas crê-se que ficou demonstrado, quer na descrição apresentada, quer ainda nas demonstrações financeiras previsionais elaboradas, que a viabilidade económica de todo o conjunto parece assegurada, pelo que a todos parece clara a vontade do promotor em levar avante este ambicioso projeto, de forma fundadamente sustentada. Até à data da conclusão do estágio, ainda não tinha sido dada uma resposta da parte das instituições bancárias.

## **Cap. VII) Proposta de Investimento – Festival ID**

A realização desta tarefa consistiu na elaboração de um plano financeiro para uma proposta de investimento para a realização de um festival de música na cidade de Gaia. O fato de se tratar de um festival de música e de todas as especificidades que o acompanham, tornaram esta tarefa ainda mais apelativa, nem que seja por fugir a modelos mais convencionais de propostas de investimento.

Os responsáveis da Associação forneceram à Prime Century diversos mapas com os valores dos preços dos bilhetes, dos gastos previstos e de diversos rendimentos resultantes do Festival. Essa informação foi-me transmitida pelo meu orientador e forma a realizar as previsões para os vários cenários possíveis bem como dos mapas financeiros resultantes da aplicação desses cenários. Todos os mapas foram por mim realizados com base na informação transmitida pela Associação.

O objetivo da proposta de investimento consistia na elaboração de um mapa de rendimentos e despesas relativos à realização do festival no sentido de obter patrocinadores, nomeadamente um patrocinador para o *naming* do festival. O valor pretendido rondava os 50.000€. Para além do *naming* do evento, o *sponsor* seria parte fundamental na promoção e divulgação do festival.

### **7.1. A Associação ID**

A ID é uma associação cultural fundada em 2009 que se dedica à promoção e realização de eventos musicais de grande amplitude eclética. Depois de um período inicial de eventos relacionados com o Jazz, Fado e Música do mundo, a estratégia da associação passou por apostar noutras vertentes do perímetro da música, nomeadamente no circuito da música Pop/Rock, Alternativa e Independente, onde tem vindo a apresentar uma tendência de crescimento assinalável, quer ao nível da notoriedade, quer ao nível do reconhecimento do público. A associação procura promover os novos valores da música portuguesa, incluindo em cada evento a participação de pelo menos um projeto nacional, permitindo assim a sua

exposição ao público. Para além da habitual realização de espetáculos em salas fechadas, o plano de operações para 2015 previa a realização de um festival.

## **7.2. O Festival ID**

O Festival ID seria realizado em plena cota superior da zona histórica de Gaia, num local emblemático como o Largo de Aviz (Terreiro do Mosteiro da Serra do Pilar), onde se iria situar o palco principal e o Jardim do Morro, onde se iria situar o Palco Secundário, com o seu enquadramento paisagístico e as vistas deslumbrantes sobre o Douro e a cidade do Porto. Estes fatores, associados a um público jovem, urbano e cosmopolita, seriam parte fundamental da intenção de tornar o festival num elemento fixo do calendário anual de festivais em Portugal, para além de promover todos aqueles que nele participariam.

Nesse sentido, a Associação ID contou com a parceria da Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia, que desde logo manifestou o seu apoio, autorizando a utilização do espaço e disponibilizando meios e recursos para a realização do evento.

Para além do *sponsor* principal, a organização do festival procurava ainda outros patrocinadores para comparticiparem o evento com uma verba a rondar os 50.000€, podendo parte desses ser em produtos e/ou serviços.

## **7.3. Rendimentos**

Como foi referido anteriormente, os mapas elaborados eram compostos por duas componentes: Rendimentos e Gastos. As fontes de proveitos previstas eram: Bilheteira, *Sponsorização*, Stands e Restauração. Na parte dos rendimentos envolvendo a bilheteira, foram realizadas análises para quatro cenários possíveis: Mínimo, Abaixo, Real e Muito Bom. Para o evento em questão, estavam previstos quatro cenários possíveis para a venda de bilhetes, ou seja, para a receita de bilheteira. Isto significa que os custos definidos, nomeadamente os custos com os artistas, com a logística e

outros custos se iriam manter inalterados. Também as receitas com os *sponsors*, stands e restauração se iriam manter inalteradas. As únicas alterações a considerar teriam origem no número de bilhetes vendidos. O preço dos bilhetes também não se iria alterar. O preço do bilhete diário é de 30€, da pulseira para os dois dias, de 48€ e da pulseira de pré venda, de 40€.

Para o primeiro cenário em análise, o cenário “Mínimo”, a previsão por mim realizada e de acordo com as indicações dos responsáveis da associação, para a venda de bilhetes diários era de 400 unidades, das pulseiras para os dois dias de 400 unidades e para as pulseiras de pré venda de 1.000 unidades. A receita total de bilheteira para este cenário seria de 63.008,85€.

Para o cenário “Abaixo”, a previsão para a venda de bilhetes diários era de 600 unidades, das pulseiras para os dois dias de 600 unidades e para as pulseiras de pré venda de 1.400 unidades. A receita total de bilheteira para este cenário seria de 90.973,45€.

Para o cenário “Real”, a previsão de venda de bilhetes diários era de 800 unidades, das pulseiras para os dois dias de 800 unidades e para as pulseiras de pré-venda de 1700 unidades. A receita total de bilheteira para este cenário seria de 115.398,23€.

Para o cenário “Muito Bom”, a previsão de venda de bilhetes diários era de 1000 unidades, das pulseiras para os dois dias de 1.200 unidades e para as pulseiras de pré venda de 2.250 unidades. A receita total de bilheteira para este cenário seria de 159.292,04€.

#### **7.4. Gastos**

Os gastos envolvidos na realização do festival estão divididos em três categorias: Artistas, Logística e Outros Custos. Relativamente aos artistas, foram previstos encargos que totalizavam 101.435€. este valor foi calculado com base em dois cabeças de cartaz por dia, um por cada dia do evento, quatro bandas de segunda linha e as restantes de dimensão digna para

fazer parte do cartaz. Os encargos com os artistas correspondem a 53% dos gastos totais. Os encargos com os artistas previam gastos com o Budget, Hotéis, Transportes e Refeições. Como previsto, as bandas que seriam cabeças de cartaz, seriam as que teriam um maior peso na rubrica de gastos com os artistas. Dentro dos encargos com os artistas, a rubrica Budget é a que naturalmente tem um maior peso, por se tratar do *cachet* necessário para “convencer” determinada banda a atuar no festival. De seguida seguem-se os quadros com os encargos previstos e discriminados.

Quadro 4: Gastos com Logística

<b>Logística</b>	Palcos	6 000,00
	Som+Iluminação	8 000,00
	Camarins/BackStage/Bilheteira	1 200,00
	Geradores	3 300,00
	Montagem barreiras	1 500,00
	BackLine	4 000,00
	WC's Quimicos	1 390,00
	Refeições Voluntários	300,00
	Alimentação Trabalhadores	150,00
	Trabalhadores	1 500,00
	INEM	0,00
	Segurança	2 000,00
	Polícia Municipal	0,00
	Alimentação+ Bebidas BackStage	300,00
<b>Total</b>	<b>29 640,00</b>	

Fonte: Realização Própria

Quadro 5: Gastos com Artistas

<b>Categoria</b>	<b>ELEMENTOS</b>	<b>BUDGET</b>	<b>HOTEL</b>	<b>TRANSP.</b>	<b>JANTAR</b>	<b>EXTRAS</b>	<b>ORÇAMENTO</b>
I	5	30 000,00	250,00	500,00	50,00		30 800,00
I	7	20 000,00	350,00	700,00	70,00		21 120,00
II	6	15 000,00	300,00	600,00	60,00		15 960,00
II	5	10 000,00	75,00	500,00	50,00		10 625,00
II	5	4 000,00	75,00	500,00	50,00		4 625,00
II	6	4 000,00	90,00	600,00	60,00		4 750,00
III	3	1 000,00	45,00	300,00	30,00		1 375,00
III	7	1 000,00	105,00	700,00	70,00		1 875,00
III	3	1 000,00	45,00	300,00	30,00		1 375,00
III	6	1 000,00	90,00	600,00	60,00		1 750,00
III	5	1 000,00	75,00	500,00	50,00		1 625,00
III	4	1 000,00	60,00	400,00	40,00		1 500,00
P	3	1 000,00	45,00	300,00	30,00		1 375,00
P	4	1 000,00	60,00	400,00	40,00		1 500,00
P	3		45,00	300,00	30,00		375,00
P	3		45,00	300,00	30,00		375,00
P	4		60,00	200,00	40,00		300,00
P	5				50,00		50,00
P	4				40,00		40,00
P	4				40,00		40,00
<b>Total</b>	<b>92,00</b>	<b>91 000,00</b>	<b>1 815,00</b>	<b>7 700,00</b>	<b>920,00</b>		<b>101 435,00</b>

Fonte: Realização Própria

Quadro 6: Outros Custos

<b>Outros Custos</b>	Remuneração IF	50 000,00
	Publicidade	5 000,00
	Bilheteira Online	2 741,15
	Donativo CERCIGAIA	1 592,92
	SPA	600,00
	Seguro	400,00
	IGAC	0,00
	FNAC	0,00
<b>Total</b>	<b>60 334,07</b>	

Fonte: Realização Própria

## 7.5. Resultados

O resultado antes de imposto previsto para o festival foi de 26.689,16€ e encontra-se dentro do que foi previsto pela organização do festival para o cenário “Real”. Foram também calculados os resultados para os diferentes cenários previsto para a venda de bilhetes.

Para o cenário “Mínimo”, os resultados negativos ascendiam a 25.700,22€. Para o cenário “Abaixo”, o resultado seria positivo em 2.264,38€. O cenário “Muito Bom”, previa a obtenção de um resultado de 70.582,97€. O quadro seguinte discrimina os rendimentos e gastos de cada cenário, bem como o seu resultado final.

Quadro 7: Resultados

Real		Mínimo		Abaixo		Muito Bom	
<b>Rendimentos</b>		<b>Rendimentos</b>		<b>Rendimentos</b>		<b>Rendimentos</b>	
Bilheteira	115 398,23	Bilheteira	63 008,85	Bilheteira	90 973,45	Bilheteira	159 292,04
Main Sponsor	50 000,00	Main Sponsor	50 000,00	Main Sponsor	50 000,00	Main Sponsor	50 000,00
Sponsors	50 000,00	Sponsors	50 000,00	Sponsors	50 000,00	Sponsors	50 000,00
Stands	700,00	Stands	700,00	Stands	700,00	Stands	700,00
Restauração	2 000,00	Restauração	2 000,00	Restauração	2 000,00	Restauração	2 000,00
<b>Total</b>	<b>218 098,23</b>	<b>Total</b>	<b>165 708,85</b>	<b>Total</b>	<b>193 673,45</b>	<b>Total</b>	<b>261 992,04</b>
<b>Gastos</b>		<b>Gastos</b>		<b>Gastos</b>		<b>Gastos</b>	
Artistas	101 435,00	Artistas	101 435,00	Artistas	101 435,00	Artistas	101 435,00
Logística	29 640,00	Logística	29 640,00	Logística	29 640,00	Logística	29 640,00
Outros Custos	60 334,07	Outros Custos	60 334,07	Outros Custos	60 334,07	Outros Custos	60 334,07
<b>Total</b>	<b>191 409,07</b>	<b>Total</b>	<b>191 409,07</b>	<b>Total</b>	<b>191 409,07</b>	<b>Total</b>	<b>191 409,07</b>
<b>Resultado</b>	<b>26 689,16</b>	<b>Resultado</b>	<b>-25 700,22</b>	<b>Resultado</b>	<b>2 264,38</b>	<b>Resultado</b>	<b>70 582,97</b>

Fonte: Realização Própria

## 7.6. Conclusões da tarefa

Os festivais e concertos têm apresentado nos últimos anos, uma tendência ascendente quanto à sua relevância social e frequência de espetadores. Tal facto, traduz-se não só no moderado otimismo com que os cidadãos encaram o presente e o futuro das suas vidas, passado esse que parece ter sido este período mais conturbado da economia e muito particularmente para as famílias, mas especialmente pela mudança de atitude, de expetativas e de prioridades da generalidade das pessoas, onde há uma maior prioridade à diversão, ao contato com as pessoas e ao lazer. Para além do evidente objetivo artístico, previu-se que o evento reunia todas as condições para poder acrescentar algo mais em diversas vertentes, designadamente a divulgação de uma localização distinta da região do Douro, da valorização de uma zona histórica, que de certa forma carece de diferentes alternativas culturais.

Por estes motivos, a organização pretendia que o festival fosse uma mais-valia relevante para as entidades que decidiram nele apostar, desde logo pela visibilidade garantida, não só pelo evento em si mas pelas diversas componentes publicitárias previstas ao longo do fim-de-semana da realização do festival, mas também pela própria notoriedade mediática que os promotores do evento procuraram imprimir ao festival.

No entanto, o Festival deparou-se com várias contrariedades nas datas da sua realização. No fim-de-semana da realização do mesmo, um forte temporal abateu-se sobre a região norte, o que afastou muito do público previsto. Para além disso, nesses mesmo fim-de-semana, a organização deparou-se com uma greve de pilotos de uma transportadora aérea, o que fez com que algumas das principais bandas não se pudessem deslocar a Portugal.

No entanto, a organização agendou posteriormente um espetáculo com essas bandas, de modo a não defraudar as expectativas do público que tinha adquirido a sua entrada para o Festival.

## **Cap. VIII) Estudo Económico-Financeiro da empresa Fundição S.A.**

Uma das tarefas mais árduas que tivemos de realizar durante o estágio curricular, foi a realização de um estudo económico-financeiro da empresa Fundição S.A., que envolvia um estudo da situação da empresa e também da avaliação da mesma para uma possível venda. Como se trata de um cliente da Prime Century, foi possível obter a informação necessária através das demonstrações financeiras dos últimos anos bem como utilizar o conhecimento de vários anos de trabalho em conjunto para melhor levar a cabo esta tarefa. Realizei as análises da situação económica e financeira da Fundição S.A. bem como a avaliação da mesma. A supervisão ficou novamente a cargo do meu orientador na empresa e que ainda deu uma forte ajuda nos aspetos relacionados com o conhecimento do negócio em questão e da atividade desenvolvida. Todos os restantes mapas e cálculos, bem como as previsões e análises, ficaram a meu cargo.

### **8.1. Apresentação da empresa e do negócio**

A Fundição S.A., doravante tratada como Fundição, é uma sociedade anónima constituída no início do século XX em Gondomar, distrito do Porto e tem como principal atividade a fabricação de aparelhos não elétricos para uso doméstico e a atividade secundaria de indústria de fundição.

A Fundição tem registos históricos nos finais do século XIX, tendo nascido da fusão de firmas instaladas nas cercanias das atuais instalações industriais. Já nos anos 30 do século passado, a Fundição era uma das mais prestigiadas empresas do Grande Porto.

Atualmente, a Fundição apresenta ainda um volume de negócios bastante aceitável, mas longe dos valores que chegaram perto dos 2.000.000 € que registou no final da última década.

A atividade atual centra-se na produção de recuperadores de calor, embora continue a fabricar a sua gama de produtos mais tradicionais e encontra-se bem posicionada em diversos mercados, sendo os seus produtos principais:

- Recuperadores de calor e Salamandras de ferro fundido, com uma componente de exportação de 60% para os mercados francês e belga;
- Fogões de cozinha em ferro fundido de vários modelos, fáceis de adaptar a qualquer *decor* e finalidade;
- Linha de louça em ferro fundido, onde se destacam as panelas portuguesas de 3 pés;
- Peças técnicas em ferro fundido esferoidal ou lamelar, executadas de acordo com desenhos técnicos fornecidos por clientes;
- Colunas de iluminação pública em ferro fundido, de estilo clássico, com um ou mais pontos de luz. As colunas têm sido ao longo dos tempos, enquadradas nos projetos de arquitetos como Souto Moura e Siza Vieira, assim como têm sido preferidas por autarquias para embelezamento de ruas, praças, jardins, não só em Portugal, como também em diversos países europeus.

## **8.2. Análise da envolvente interna e externa**

### **8.2.1. Análise PEST**

Como é sabido, Portugal tem atravessado nos últimos anos um período de grande turbulência a nível político. Em 2015, ano de eleições, existe o risco de essa turbulência não diminuir. As políticas e as medidas impostas têm sido bastante restritivas para as empresas e as famílias que conjugadas com a instabilidade política, não permitem estabilidade para quem tem de tomar decisões.

Na vertente económica, os portugueses têm vindo a perder poder de compra, o que se traduz num menor consumo, o que por sua vez coloca em causa muitas das empresas portuguesas devido à conseqüente redução da procura. O nível de desemprego aumentou nos últimos anos e o incremento da carga fiscal levou ao recuo do crescimento, apesar de os últimos indicadores sugerirem que estamos a entrar numa nova fase.

Relativamente às variáveis sociais, variáveis essas que influenciam a atividade de uma empresa e o seu crescimento, destacam-se o desemprego, como vimos anteriormente, que resulta num aumento da tristeza e do mau estar social e na diminuição da motivação e dos rendimentos por parte das famílias.

A nível tecnológico, Portugal tem, apesar de tudo, apresentado bastantes progressos e as suas Universidades e empresas têm encontrado soluções que continuam a distinguir Portugal além-fronteiras.

### **8.2.2. Análise SWOT**

A Análise SWOT permite-nos avaliar um conjunto de fatores internos e externos à organização, que podem vir a influenciar, quer positivamente, quer negativamente, o desenvolvimento do negócio. Assim:

- Avaliando as Forças (S): A Fundação é uma empresa centenária e para além da antiguidade, tem a vantagem de ter o mercado perfeitamente definido, com clientes já identificados e familiarizados com a empresa bem como a identificação com os fornecedores;
- Avaliando as Fraquezas (W): A Fundação apresenta uma forte dependência do mercado externo, nomeadamente dos clientes de França e Bélgica;
- Avaliando as Oportunidades (O): Com o fim da recessão, abrem-se novas oportunidades no mercado europeu e existe sempre a capacidade para inovar na linha de produtos, procurando entrar em novos segmentos de mercado ou até em segmentos em que já esteja presente;
- Avaliando as Ameaças: Apesar do fim da recessão, ainda se vivem períodos de bastante incerteza, que podem resultar ainda mais na diminuição do volume de negócios. Como a empresa apresenta uma forte dependência do mercado externo, nomeadamente do europeu, um efeito recessivo desse mercado, pode afetar profundamente a sustentabilidade da Fundação.

### 8.3. Análise de Indicadores Económico-Financeiros

#### 8.3.1. Balanço

Quadro 8: Balanço

Descrição	2010	2011	2012	2013
<b>ATIVO NÃO CORRENTE</b>	<b>540 553,88</b>	<b>497 920,51</b>	<b>423 552,91</b>	<b>353 063,53</b>
Ativos fixos tangíveis	540 319,44	495 413,33	423 318,47	352 829,09
Participações Financeira - Outros Métodos	234,44	234,44	234,44	234,44
Ativos por Impostos diferidos		2 272,74		
<b>ATIVO CORRENTE</b>	<b>998 637,09</b>	<b>971 070,56</b>	<b>842 502,73</b>	<b>692 691,25</b>
Inventários	352 041,24	451 926,61	492 226,25	483 336,31
Clientes	537 640,20	456 165,19	332 319,49	144 661,99
Estado e outros entes públicos	77 195,82	21 547,85	6 473,56	3 201,68
Outras contas a receber	1 115,40	167,80		30 597,72
Diferimentos	3 348,70	3 377,25	1 240,76	1 210,02
Caixa e depósitos bancários	27 295,73	37 885,86	10 242,67	29 683,53
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>1 539 190,97</b>	<b>1 468 991,07</b>	<b>1 266 055,64</b>	<b>1 045 754,78</b>
Capital realizado	325 000,00	325 000,00	325 000,00	325 000,00
Ações Próprias	4 625,00	4 625,00	4 625,00	4 625,00
Reservas Legais	29 617,99	33 137,99	33 262,99	33 262,99
Outras Reservas	132 543,11	199 393,90	201 762,07	201 762,07
Resultados Transitados	141 502,05	141 502,05	141 502,05	37 658,94
Outras variações Capital próprio		6 303,62	13 492,61	8 414,87
Resultado Líquido Período	70 370,79	2 493,17	(179 160,99)	(198 934,42)
<b>TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO</b>	<b>694 408,94</b>	<b>690 598,49</b>	<b>504 248,51</b>	<b>310 391,83</b>
<b>PASSIVO NÃO CORRENTE</b>	<b>250 066,34</b>	<b>215 646,49</b>	<b>179 471,83</b>	<b>302 734,29</b>
Financiamentos obtidos	250 066,34	215 646,49	179 471,83	302 734,29
<b>PASSIVO CORRENTE</b>	<b>594 715,69</b>	<b>562 746,09</b>	<b>582 335,30</b>	<b>432 628,66</b>
Fornecedores	404 293,63	365 106,10	317 063,68	205 438,21
Estado e outros entes públicos	47 568,13	17 451,65	26 232,93	26 435,94
Financiamentos Obtidos	33 367,04	54 419,85	129 806,48	49 613,68
Outras contas a pagar	109 486,89	117 192,13	95 739,60	142 725,96
Outros Passivos Financeiros		8 576,36	13 492,61	8 414,87
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>844 782,03</b>	<b>778 392,58</b>	<b>761 807,13</b>	<b>735 362,95</b>
<b>TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DO PASSIVO</b>	<b>1 539 190,97</b>	<b>1 468 991,07</b>	<b>1 266 055,64</b>	<b>1 045 754,78</b>

Fonte: Demonstrações Financeiras 2010-2013

Começando a análise do Balanço pelo Ativo, temos que o valor do mesmo tem vindo a diminuir consideravelmente desde o ano 2010. O Ativo Não Corrente tem um peso de 35% no total do Ativo no ano de 2010 e não variou muito até 2013. A rubrica mais significativa do Ativo Não Corrente são os Ativos Fixos Tangíveis, que correspondem a 35% do Ativo Total e não se alteram significativamente até ao ano de 2013 (34%). No Ativo Corrente, as rubricas mais significativas são as de Clientes e Inventários. O peso da rubrica de Inventários no Ativo tem vindo a aumentar de ano para ano, passando de 23% em 2010 para 46% em 2013. Já a rubrica de Clientes, seguiu a tendência oposta. O peso no Ativo era de 35% em 2010 e foi de 14% em 2013. Nas restantes rubricas há a destacar a diminuição de montantes a receber do estado. Também é preciso referir que, excetuando o ano de 2012, os montantes de Caixa e Depósitos Bancários não têm apresentado uma variação significativa. A diminuição do valor total do ativo está relacionada com a diminuição do saldo de clientes. Essa diminuição, conjugada com a diminuição do volume de negócios, leva-nos a concluir que os produtos da Fundação têm tido cada vez menos procura.

O Capital Social da Fundação é de 325.000€ e representa 47% do total do Capital Próprio, tendo esse total vindo a diminuir desde 2010, para menos de metade em 2013. Para isto tem contribuído o aumentar substancial dos resultados negativos. O Capital Próprio correspondia a 45% do total do Ativo em 2010 e apenas a 3% em 2013.

O Passivo Não Corrente tem um peso de 30% no Passivo Total no ano de 2010 e diminui até 2013, ano em que o peso no Passivo aumentou para os 41%. A única rubrica do Passivo Não Corrente é a de Financiamentos Obtidos. Continuando para o Passivo Corrente, que tem nas rubricas de Outras Contas a Pagar e Fornecedores, as que maior peso têm no Passivo Total. Tal como a rubrica de Clientes, os montantes a pagar aos Fornecedores também têm vindo a diminuir desde 2010. O peso no Passivo em 2010 era de 48% e em 2013 foi de 28%. As Outras Contas a Pagar, com exceção de 2012, têm vindo a aumentar. Há a destacar o aumento dos financiamentos a médio/longo prazo bem como a diminuição do saldo de fornecedores. A Fundação tem feito um esforço para racionalizar as suas

despesas e essa diminuição reflete-se por exemplo, na diminuição dos encargos com Fornecimentos e Serviços externos, como iremos ver de seguida.

### 8.3.2. Demonstração de Resultados

Quadro 9: Demonstração Resultados

Descrição	2010	2011	2012	2013
Vendas e serviços prestados	1 997 654,35	1 715 342,39	1 307 336,91	1 255 705,41
Subsídios à exploração				
Variação nos inventários da produção	8 174,24	105 612,15	78 921,11	(55 674,80)
Trabalhos para a própria entidade				
Custo Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas	(709 220,46)	(645 700,42)	(492 108,80)	(296 141,70)
Fornecimentos Serviços Externos	(467 893,42)	(465 271,56)	(405 706,27)	(332 215,20)
Gastos com Pessoal	(626 443,21)	(614 105,43)	(579 693,96)	(590 201,65)
Imparidades (perdas/reversões)	(6 622,40)	(3 032,16)	3 881,45	605,51
Provisões (aumentos/reduções)				
Outros rendimentos e ganhos	3 445,62	22 513,39	19 378,95	5 173,32
Outros gastos e perdas	(19 265,95)	(15 100,09)	(13 114,11)	(82 813,07)
<b>Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos</b>	<b>179 828,77</b>	<b>100 258,27</b>	<b>(81 104,72)</b>	<b>(95 562,18)</b>
Gastos/reversões de depreciação e de amortização	(70 458,25)	(77 806,76)	(76 558,56)	(73 261,83)
<b>Resultado Operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)</b>	<b>109 370,52</b>	<b>22 451,51</b>	<b>(157 663,28)</b>	<b>(168 824,01)</b>
Juros, dividendos e outros rendimentos		85,78		2,04
Gastos e perdas de financiamento	(11 212,07)	(18 303,15)	(18 365,15)	(27 545,40)
<b>Resultados antes dos impostos</b>	<b>98 158,45</b>	<b>4 234,14</b>	<b>(176 028,43)</b>	<b>(196 367,37)</b>
Impostos s/ rendimentos do período	(27 787,66)	(1 740,97)	(3 132,56)	(2 567,05)
<b>Resultado líquido do período</b>	<b>70 370,79</b>	<b>2 493,17</b>	<b>(179 160,99)</b>	<b>(198 934,42)</b>

Fonte: Demonstrações Financeiras 2010-2013

Iniciando a análise à Demonstração de Resultados pelas Vendas e Prestações de Serviços, vemos que a Fundação tem vindo a diminuir o seu volume de negócios desde 2010. Em 2011, a redução foi de 14%, em 2012 de 24% e em 2013 de 4%. Esta diminuição teve um forte impacto nos resultados da empresa, visto que os gastos totais também diminuíram desde 2010, mas não ao mesmo ritmo, o que levou a um resultado negativo de 198.934,42€ em 2013. Esta diminuição do volume de negócios deve-se em parte à quebra verificada na procura externa, designadamente a referente ao seu principal cliente comunitário, de origem belga. O total dos Rendimentos em 2010 era de 2.009.274,21€ e em 2013 foi de 1.457.853,65€.

Existem três rubricas com grande peso no total dos Gastos. O Custo das Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas apresenta uma diminuição considerável desde o ano de 2010. Nesse ano, o valor era de 709.220,46€ e em 2013 de apenas 296.141,70€. Também a rubrica de Fornecimentos e Serviços Externos sofreu um ajustamento, passando de 467.893,42€ em 2010 para 332.215,20€ em 2013. Os Gastos com Pessoal também diminuíram ao longo dos anos em estudo. Aqui incluem-se 90.500€ relativos a indemnizações contratualizadas com ex-trabalhadores com os quais se procedeu à rescisão dos respetivos contratos de trabalho. Conjugados estes efeitos entre gastos e rendimentos, a empresa teve um prejuízo operacional de 95.562,18€, o que traduz num agravamento de 18% em relação a 2012. O montante de Outros Gastos e Perdas, que diminuíram até 2012, registaram um aumento substancial em 2013. Os encargos com Depreciações e Amortizações tem-se mantido constante ao longo dos anos. Os gastos com Financiamentos também aumentaram ao longo dos anos.

Apesar dos resultados negativos apresentados, A Fundação tem apresentado imposto sobre o rendimento do período a pagar. Isso deve-se ao montante do cálculo das tributações autónomas decorrentes das despesas com viaturas ligeiras de passageiros.

### 8.3.3. Análise do Desempenho

Quadro 10: Análise do Desempenho

Indicadores	2010	2011	2012	2013
Rendibilidade Ativo	0,05	0,01	-0,13	-0,16
Rendibilidade Capital Próprio	0,10	0,004	-0,36	-0,64
Fundo Maneio - Ótica Capital	403 921,40	408 324,47	260 167,43	260 062,59
Fundo Maneio - Ótica Investimento	403 921,40	408 324,47	260 167,43	260 062,59
Necessidades Fundo Maneio	437 288,44	462 744,32	389 973,91	309 676,27
Tesouraria	(33 367,04)	(54 419,85)	(129 806,48)	(49 613,68)
Tempo Médio Recebimento	98	97	93	42
Tempo Médio Pagamento	315	286	285	226
Tempo Médio Stocks	181,18	255,46	365,09	595,72
Ciclo Tesouraria	(35,97)	66,11	172,62	412,06
Valor Acrescentado Bruto	832 160,33	732 495,95	507 821,90	688 196,63
Produtividade Económica	14 347,59	13 080,28	10 156,44	15 293,26
Produtividade Salarial	1,33	1,19	0,88	1,17
Vendas <i>Per Capita</i>	34 442,32	30 631,11	26 146,74	27 904,56
Ativo Económico	977 607,88	958 157,65	813 292,38	662 505,36
Rendibilidade Ativo Económico	977 842,32	960 664,83	813 526,82	662 739,80
Rotação Inventários	5,67	3,80	2,66	2,60
Rotação Ativo	1,30	1,17	1,03	1,20

Fonte: Realização Própria

#### 8.3.3.1 Rácios Económicos

A Rendibilidade do Ativo procura relacionar os resultados antes de imposto e encargos financeiros com o ativo total da empresa. Rendibilidades altas atraem investidores e criam condições de investimento e tem-se verificado que a rendibilidade da Fundação tem vindo a diminuir, muito por culpa dos resultados negativos apresentados nos últimos anos. A Rendibilidade do Capital Próprio mede a rendibilidade disponibilizada aos sócios/acionistas. Tal como no rácio anterior, o sugerido é a obtenção de rendibilidades elevadas, o que não é atingido pelos resultados negativos da empresa, traduzindo-se em resultados pouco apelativos.

Quando uma empresa apresenta um Fundo de Maneio Positivo, como é o caso, pode proceder à distribuição de dividendos, à liquidação antecipada de financiamentos a médio e longo prazo ou à aquisição de equipamentos, com vista a reduzir a diferença entre os capitais permanentes e os ativos fixos. As Necessidades de Fundo de Maneio representam aquilo que a empresa necessita para satisfazer o ciclo de exploração. Esta

necessidade é particularmente maior no ano de 2010, tendo vindo a diminuir desde então, o que significa que a empresa tem uma maior necessidade de financiamento do ciclo de exploração em 2010. Através da análise do Ciclo de Tesouraria e relacionando com o Fundo de Maneio e as Necessidades de Fundo de Maneio, evidencia-se uma situação de desequilíbrio financeiro apesar do Fundo de Maneio positivo, devido ao longo ciclo de exploração que a empresa apresenta. A situação foi particularmente delicada no ano de 2012, tendo apresentado uma evolução no ano seguinte. A Rendibilidade do Ativo Económico tem vindo a diminuir ao longo dos anos em análise.

### **8.3.3.2. Rácios de Funcionamento**

O Valor Acrescentado Bruto mede o excedente de riqueza criado pela empresa e corresponde portanto à contribuição da empresa para a criação de valor, que tem vindo a diminuir desde o ano de 2010, para apresentar um crescimento em 2013. O indicador da Produtividade Económica é geralmente visto como uma unidade de medida da produtividade do trabalho. Ao longo dos anos em análise, verifica-se que a produtividade desceu de 2010 até 2012, tendo subido em 2013 para valores superiores aos apresentados em 2010. Através da análise do indicador da Produtividade Salarial, vemos que a produtividade aumento em 2013, mesmo tendo em conta a redução do número de empregados. O rácio das Vendas *Per Capita* diz-nos que a diminuição das Vendas e Prestações de Serviços ao longo dos anos foi acompanhada pela diminuição do número de trabalhadores. Analisando a Rotação dos Inventários, verifica-se que uma maior rotação traduz-se em menos necessidades de financiamento, o que potencia a rendibilidade. Neste sentido, a tendência apresentada é a de diminuição da rotação, A Rotação do Ativo tem um significado semelhante e tem vindo a diminuir ao longo dos anos, com exceção do ano 2013.

### 8.3.4. Análise da Liquidez

Quadro 11: Análise da Liquidez

Indicadores	2010	2011	2012	2013
Racio Liquidez Geral	168%	173%	145%	160%
Racio Liquidez Reduzida	109%	92%	60%	48%
Racio Liquidez Imediata	5%	7%	2%	7%
Racio Fundo Maneio em relação às Vendas	20%	24%	20%	21%
Fundo Maneio Funcional	404 156	410 832	260 402	260 297
Autonomia Financeira	45%	47%	40%	30%
Solvabilidade	82%	89%	66%	42%
AutoFinanciamento Bruto	147 451	83 332	(98 721)	(125 067)
AutoFinanciamento Liquido	147 451	83 332	(98 721)	(125 067)
Rentabilidade Operacional das Vendas	5%	1,3%	(12%)	(13%)
Rentabilidade Liquida das Vendas	4%	0,15%	(14%)	(16%)
Grau Utilização Ativos	130%	117%	103%	120%

Fonte: Realização Própria

O rácio da Liquidez Geral resulta da comparação entre o Ativo Corrente e o Passivo Corrente e valores acima de 1 representam desafogo financeiro por parte de uma empresa. Podemos concluir que a Fundação tem potencial para pagar as suas dívidas de curto prazo e ainda lhe sobra um excedente. No rácio da Liquidez Reduzida, o fato de se retirarem as existências, elemento que à partida encerram um menor grau de conversão em dinheiro, está a conferir ao indicador uma maior capacidade de explicação da liquidez pelo fato de os ativos correntes terem uma maior capacidade de serem transformados em dinheiro. Ao contrário do analisado anteriormente, apenas no ano de 2010, a empresa apresenta condições para pagar as suas dívidas de curto prazo, com o indicador a apresentar resultados cada vez mais longe do pretendido. O rácio da Liquidez Imediata revela a capacidade que uma empresa tem para solver as suas obrigações a curto prazo, com o valor médio aceitável ser 0.9. no caso da Fundação, temos que a empresa não tem capacidade para solver as obrigações a curto prazo, o que poderá originar graves consequências para a empresa. O rácio do Fundo de Maneio em relação às Vendas tem a capacidade para explicar as alterações operacionais que não foram explicadas na análise dos rácios de liquidez. Como existem valores de Fundo de Maneio Funcional superiores a zero, verifica-se que existe uma parte dos capitais próprios e alheios estáveis que financiam o ciclo de exploração. O rácio da Autonomia Financeira indica a

percentagem de ativos financiados pelo capital próprio. No caso em análise, o financiamento aportado pelos acionistas/sócios foi de 45% em 2010 e tem vindo a diminuir, até aos 30% apresentados em 2013. A Solvabilidade indica a proporção dos ativos da empresa financiados por capitais próprio versus os financiados por capitais alheios. Quanto maior for este rácio, maior a estabilidade da empresa, situação que tem vindo a ser contrariada ao longo dos anos. O Autofinanciamento Líquido dá-nos os fundos libertados pela atividade da empresa e que ficam disponíveis para financiar a mesma e os resultados negativos apresentados em 2012 e 2013 vêm confirmar as dificuldades verificadas nos anos mais recentes em análise. O Indicador da Rentabilidade Operacional das Vendas mede a percentagem que resta depois de cobertos todos os custos de exploração, incluindo provisões e amortizações. Como vimos anteriormente, os indicadores refletem a diminuição das Vendas ao longo dos anos e também os Resultados Operacionais Negativos. O mesmo se aplica à análise da Rentabilidade Líquida das Vendas, que mede a rentabilidade que a empresa tem depois de pagos todos os custos, encargos financeiros e impostos. O Grau de Utilização dos Ativos mostra que a empresa tem melhorado a eficácia da utilização dos seus ativos.

### 8.3.5. Análise do Risco

*Quadro 12: Análise do Risco*

Indicadores	2010	2011	2012	2013
Grau Alavanca Operacional	11,78	47,64	(5,17)	(5,68)
Grau Alavanca Financeiro	1,11	5,30	0,90	0,86
Grau Alavanca Combinado	13,13	252,62	(4,63)	(4,89)
Ponto Crítico Vendas	1 696 715,95	1 730 954,06	1 580 232,67	1 207 094,24
Margem Segurança	15%	(1%)	(21%)	4%
Estrutura Financeira	1,22	1,13	1,51	2,37
Rendibilidade Económica Ativo	0,07	0,02	(0,12)	(0,16)

Fonte: Realização Própria

O Grau de Alavanca Operacional dá-nos o impacto que uma variação nas vendas produz no resultado operacional. Esse efeito alavanca, resulta da dimensão dos custos fixos e que uma variação de 1% das vendas provoca um impacto de 11.78% em 2010, 47.64% em 2011, -5.17% em 2012 e -5.68% em 2013 no resultado operacional da empresa. Com o grau de Alavanca Financeiro, pretende-se aferir o impacto que uma variação no

resultado operacional produz no resultado líquido da empresa. Temos então que uma variação de 1% nos resultados operacionais provoca um impacto de 1.11% em 2010, 5.30% em 2011, 0.90% em 2012 e 0.86% em 2013. O Ponto Crítico das Vendas pretende determinar a quantidade ou o valor de vendas e prestações de serviços que representa a fronteira entre o lucro e o prejuízo. O indicador da Estrutura Financeira indica o peso da dívida e do capital próprio nas estruturas de capitais. No caso em análise, o peso do passivo e no capital próprio têm vindo a aumentar desde 2012. O indicador da Rendibilidade Económica do Ativo procura relacionar o Resultado Operacional do negócio e o Investimento em ativo total líquido. Ao longo dos anos, a capacidade dos ativos em gerar rendimentos tem vindo a diminuir.

#### **8.4. Avaliação da empresa**

Antes de começarmos pela avaliação propriamente dita, temos de passar em revista alguns pressupostos que vão servir de base para o cálculo do valor da empresa. Para tal, iremos recorrer ao cálculo da taxa de atualização através do WACC. É um passo fundamental para calcular o valor da empresa através do modelo dos DCF.

Irá ser utilizado o modelo CAPM para determinar o  $k_e$  da empresa. Para se conseguir obter este valor, vai ser preciso aplicar os valores da Taxa Isenta de Risco, Prémio de Risco de Mercado e do Beta.

A Taxa Isenta de Risco utilizada corresponde à Taxa das Obrigações do Tesouro Alemãs (a 10 anos) a 31-12-2013 porque são as que mais se aproximam da definição de isenção de risco (2.241%). O Prémio de Risco de Mercado (9.50%) foi obtido junto da informação disponibilizada Aswath Damodaran, um dos nomes mais conhecidos na área de avaliação de empresas. Quanto ao cálculo do Beta, utilizamos o Beta Alavancado do Setor, também disponibilizado pelo mesmo autor e desalavancamo-lo com base no seu rácio de endividamento médio e na taxa marginal de imposto respetiva. Para estimarmos o  $FCFF_{n+1}$ , e dado que no longo prazo os mercados vão tender para a concorrência e as empresas vão perder as suas vantagens competitivas, então, na fase estável os retornos anormais serão

nulos ou próximos de zero, pelo que a rendibilidade dos ativos da Fundação tenderá para a rendibilidade dos ativos do setor, que por sua vez será igual ao custo medio ponderado do capital do setor (9.53%), também retirado de Damodaran.

Com estes dados, foi possível calcular o  $k_e$ , cifrado em 12.621%.

Para o  $k_d$ , foi aplicada uma combinação de rubricas quer do balanço, quer da Demonstração de Resultados para se obter o valor do custo do capital alheio. Então, optou-se por dividir a rubrica de Gastos e Perdas de Financiamento da Demonstração de Resultados pelos Financiamentos Obtidos, tanto os Correntes como os Não Correntes. A taxa encontrada foi de 6.36%.

Com estas duas componentes definidas, foi possível calcular o WACC. O valor encontrado foi de 8.275%.

Para se proceder à estimação do Valor Residual, é necessária a aplicação de uma taxa de crescimento perpétua, que acompanhe o crescimento global da economia. Foi considerada uma taxa de crescimento de 1.7%, de acordo com a previsão do Banco de Portugal, esta é a taxa de crescimento esperada até 2016, como tal foi utilizada como uma aproximação ao valor esperado até ao final do período de análise.

O *Working Capital* é calculado através da variação do saldo de existências, da variação do saldo de clientes e da variação do saldo de fornecedores. Desta forma, calcula-se a evolução das rubricas clientes, fornecedores e inventários partindo do princípio que estas rubricas crescem à taxa de crescimento do volume de negócios. Para além da rubrica de Clientes, foram incluídas as rubricas de Estado e Outros Entes Públicos e Outras Contas A Receber na variação do Saldo de Clientes. Na variação do Saldo de Fornecedores, foram incluídos para além da rubrica de Fornecedores, as rubricas de Estado e Outros Entes Públicos e de Outras Contas a Pagar.

Para a obtenção do *Capital Expenditure* (CAPEX), foram consultados os Relatórios e Contas da empresa e não passa do valor referente aos

Investimentos em Capital Fixo. A partir dos valores históricos, foram calculados os valores previsíveis para os anos do estudo.

Por fim, considera-se uma janela de avaliação de 10 anos (2014-2023).

Começando a avaliação pela definição das taxas de crescimento do negócio, com os dados previsionais para o ano de 2014, calculou-se um decréscimo de 2% do Volume de Negócios baseado em taxas históricas. Foi também definido uma taxa de crescimento do negócio de 0.4% ao ano. O crescimento negativo manteve-se no ano de 2015 (-1%). No ano de 2016 previu-se um crescimento de 1.5%, uma previsão otimista definida na esperança que existe numa inversão do ciclo recessivo, concretizando assim a evolução registada no ano anterior. A partir do ano de 2019, prevê-se uma estabilização do crescimento do volume de negócios e consideramos um crescimento anual de 0.4%. Estes indicadores foram utilizados para o cálculo das previsões das Vendas, Clientes, Fornecedores e Inventários.

Para obtermos os valores correspondentes ao CAPEX, Ativos Fixos Tangíveis e Depreciações, calculamos uma taxa histórica para cada um, tendo sido obtido para o CAPEX 1.2% das Vendas, para os Ativos Fixos Tangíveis 34% das Vendas e para as Depreciações 17% das Vendas.

Para a estimativa do EBIT, foi calculada uma taxa histórica de 5.4% que corresponde à mediana do peso do EBIT nas Vendas. Esta foi a taxa aplicada para a previsão para o ano de 2014, tendo a partir desse ano sido sujeita a uma diminuição anual de 33%. Para o cálculo do EBIT ajustado, foram adicionadas as Imparidades ao EBIT. Com este valor, e com as previsões para os saldos de Clientes, Fornecedores e Inventários e do Investimento em Ativo Fixo, foi possível calcular o Free Cash Flow. Com o valor do FCFF para cada ano, procedeu-se à atualização dos valores através do Custo Médio Ponderado dos Capitais.

Quadro 13: Valor da Empresa

Valor Atual Cash Flows até 2023	312 912,80		
Valor Atual Valor Residual até 2023	(6 691,18)		
Valor Empresa	306 221,62		
		WACC	8,275%
FCF 2024	(1 160,28)		
Valor Residual	(14 818,34)		
		WACC Setor	9,53%

Fonte: Realização Própria

Somadas as atualizações dos FCFF, obtemos o Valor Atual dos Cash Flows até 2023. Depois de feita a previsão para o FCFF em 2014, calculou-se o Valor Residual, procedendo-se depois à sua atualização. Somando o Valor Atual dos Cash Flows até 2023 com o Valor Residual até 2023, chegou-se a um valor da empresa de 306.221,62€.

Até ao momento, os responsáveis pela Fundação, não se decidiram ainda pela venda da empresa.

Quadro 14: Cálculo Free Cash Flow

Descrição	2014	2015	2016	2017	2018
EBIT Ajustado	(65 359,60)	(43 012,13)	(28 932,12)	(19 428,33)	(12 978,98)
EBIT 1-t	(64 501,75)	(42 445,33)	(28 549,35)	(19 170,26)	(12 805,89)
CAPEX	14 207,90	14 065,82	14 276,81	14 533,79	14 824,47
Depreciações	59 222,43	58 630,20	59 509,66	60 580,83	61 792,45
Variação Fundo Maneio	(20 727,96)	(10 156,70)	15 082,70	18 370,73	20 779,33
Variação Saldo Clientes	(3 569,23)	(1 748,92)	2 597,15	3 163,33	3 578,07
Variação Saldo Fornecedores	(7 492,00)	(3 671,08)	5 451,56	6 639,99	7 510,57
Variação Saldo Inventários	(9 666,73)	(4 736,70)	7 033,99	8 567,40	9 690,69
FCFF	(40 215,18)	(8 037,65)	31 766,20	45 247,51	54 941,42
FCFF Atualizado	<b>(37 141,58)</b>	<b>(6 855,98)</b>	<b>25 025,12</b>	<b>32 921,22</b>	<b>36 919,13</b>

2019	2020	2021	2022	2023
(8 574,99)	(5 586,94)	(3 547,53)	(2 145,46)	(1 172,57)
(8 460,17)	(5 511,84)	(3 499,65)	(2 116,39)	(1 156,62)
15 122,14	15 486,28	15 921,14	16 431,89	17 024,75
63 033,24	64 551,08	66 363,67	68 492,62	70 963,83
21 279,70	26 031,10	31 086,15	36 511,62	42 381,53
3 664,23	4 482,40	5 352,85	6 287,08	7 297,84
7 691,43	9 408,79	11 235,91	13 196,92	15 318,56
9 924,04	12 139,91	14 497,39	17 027,62	19 765,13
60 730,62	69 584,06	78 029,04	86 455,97	95 164,00
<b>40 809,31</b>	<b>46 758,58</b>	<b>52 433,37</b>	<b>58 096,04</b>	<b>63 947,60</b>

Fonte: Realização Própria

## **Conclusões**

Após a realização deste trabalho, que procurou pormenorizar a experiência vivida num ambiente empresarial, servindo como uma experiência única na forma de ver o funcionamento de uma empresa no seu dia-a-dia, de todos os que nela colaboram, as suas diferentes tarefas e as relações extra-profissionais que se formam.

Torna-se claro que esta experiência é o mais importante a retirar do estágio efetuado na empresa Prime Century, até porque foi a primeira deste género numa empresa da área do Mestrado em Finanças Empresariais.

Para além da experiência profissional adquirida durante os seis meses de estágio, também se aprofundaram conhecimentos em áreas já abordadas quer durante a licenciatura, quer durante o mestrado, mas também dar a conhecer casos reais de avaliação de empresas, algo que não estava totalmente dominado, muito menos perante um cenário real.

O processo de avaliação de uma empresa é complexo, subjetivo e sempre incerto, devido à assimetria de informação existente no mercado. As diversas abordagens existentes permitem ao analista escolher aquela que melhor corresponde ao objetivo da avaliação e aos dados disponíveis. A metodologia escolhida para avaliar a empresa estudada, foi o método dos fluxos de caixa descontados (*Discounted Cash Flows*), por uma questão de uso generalizado.

Este não é o tema do presente relatório, mas é importante realçar que foi o maior desafio encontrado no estágio e como tal, merece o devido reconhecimento.

O tema do relatório centra-se na avaliação económica e financeira e a sua importância para as empresas.

A análise económico-financeira é um processo baseado num conjunto de técnicas que tem por fim avaliar e interpretar a situação económico-financeira da empresa. Este processo é fundamental para as diferentes partes interessadas na boa gestão da empresa. A análise económica e financeira é principalmente efetuada através da análise de indicadores. Esta

avaliação e interpretação centra-se em questões fundamentais para a sobrevivência e desenvolvimento da empresa, tais como o equilíbrio financeiro, a rentabilidade dos capitais, o crescimento, o risco e o valor criado pela gestão, entre outros.

O Empreendedorismo também foi um tema abordado neste relatório, tal como a forma como se relaciona com a análise económica e financeira de um projeto, sempre vitais para se ter uma ideia da evolução económico-financeira da empresa nos primeiros anos de vida. Para além disso, abordamos o modelo do Franchising, como a apostar feita para que um empreendedor pudesse dar início ao seu negócio.

Resumindo, quer durante a elaboração deste relatório, quer durante o estágio na Prime Century, foi possível consolidar conceitos, relembrar alguns e mais importante, estar perante uma situação normal da vida empresarial. Essa experiência é no nosso entender, a mais importante mais-valia a retirar desta experiência.

## Referências Bibliográficas

- Atkinson, A., Banker, R., Kaplan, R., & Young, M. (1997). *Management Accounting*. Prentice Hall International.
- Barnes, P. (1987). The analysis and the use of financial ratios. *Journal of Business Finance and Accounting*.
- Brealey, R., Myers, S., & Allen, F. (2010). *Principles of Corporate Finance* (10<sup>a</sup> ed.). MacGraw-Hill.
- Carvalho, J. (1999). *Cultura empresarial e criação de empresas*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Copeland, T., Koller, T., & Murrin, J. (1996). *Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies*, (2<sup>a</sup> ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Costa, H., & Ribeiro, P. C. (2007). *Criação de Micro-Empresas e Pequenos Negócios*. Lisboa: Lidel - Edições Técnicas.
- Damodaran, A. (2007). Return on Capital, Return on Invested Capital and Return on Equity: Measurements and Implications. Stern School of Business.
- Drucker, P. (2005). *Inovação e Espírito Empreendedor*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning.
- Fernandes, P., & Vieira, N. (2014). *Análise Financeira- Teoria e Prática*. Edições Sílabo.
- Fernandez, P. (2013). Valuing Companies by Cash Flow Discounting: 10 Methods and 9 Theories. IESE Business School, University of Navarra.
- Martins, A. (2004). *Introdução à Análise Financeira das Empresas* (2<sup>a</sup> ed.). Porto: Vida Económica.
- McLeay, S., & Stevenson, M. (2006). Modelling the Longitudinal Properties of Financial Ratios of European Firms. *Institute for International Integration Studies*.
- McMahon, R., & Davies, L. (1994). Financial Reporting and Analysis Practices in Small Enterprises: Their Association With Growth Rate and Financial Performance. *Journal of Small Business Management*.

- Neves, J. C. (2002). *Avaliação de Empresas e Negócios*. Lisboa: McGraw-Hill.
- Neves, J. C. (2007). *Análise Financeira - Técnicas Fundamentais* (1ª ed.). Lisboa: Texto Editores.
- Neves, J. C. (2012). *Análise e Relato Financeiro - Uma Visão Integrada da Gestão* (7ª ed.). Texto Editores.
- Rodrigues, J. A., & Simões, A. M. (2012). *Analisar a Performance Financeira - Uma Visão Multidimensional*. Lisboa: Áreas Editora.
- Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2008). *Administração Financeira* (8ª ed.). (K. A. Roque, Trad.) São Paulo: McGraw-Hill.
- Silva, E., & Queirós, M. (2011). *Gestão Financeira - Análise de Investimentos* (2ª ed.). Porto: Vida Económica.
- Tournier, J.-C., & Tournier, J.-B. (2002). *A Avaliação da Empresa*. (A. Costa, Trad.) Paris: Bertrand Editora.