

Viabilidade Econômica Sem Mistério

Amostra

Amostra

Viabilidade Econômica Sem Mistério

Como Descobrir se a Sua Ideia Deveria Sair do Papel

André S. Albernaz

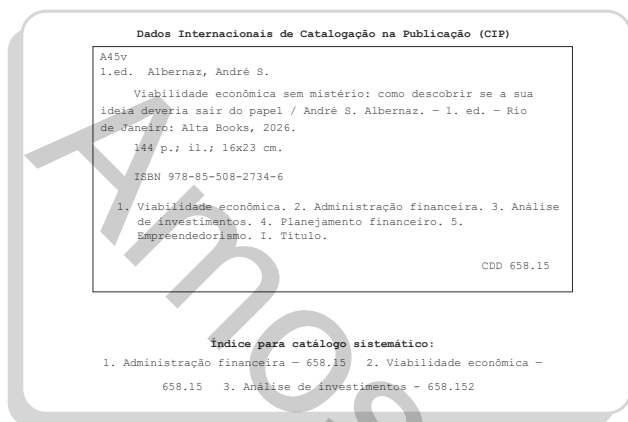
Viabilidade Econômica Sem Mistério

Copyright © 2026 STARLIN ALTA EDITORA E CONSULTORIA LTDA.

Copyright © 2026 André S. Albemaz

ISBN: 978-85-508-2734-6

Impresso no Brasil – 1ª Edição, 2026 – Edição revisada conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 2009.



Todos os direitos estão reservados e protegidos por Lei. Nenhuma parte deste livro, sem autorização prévia por escrito da editora, poderá ser reproduzida ou transmitida. A violação dos Direitos Autorais é crime estabelecido na Lei nº 9.610/98 e com punição de acordo com o artigo 184 do Código Penal.

O conteúdo desta obra fora formulado exclusivamente pelo(s) autor(es).

Marcas Registradas: Todos os termos mencionados e reconhecidos como Marca Registrada e/ou Comercial são de responsabilidade de seus proprietários. A editora informa não estar associada a nenhum produto e/ou fornecedor apresentado no livro.

Material de apoio e erratas: Se parte integrante da obra e/ou por real necessidade, no site da editora o leitor encontrará os materiais de apoio (download), errata e/ou quaisquer outros conteúdos aplicáveis à obra. Acesso no site www.altabooks.com.br e procure pelo título do livro desejado para ter acesso ao conteúdo.

Suporte Técnico: A obra é comercializada na forma em que está, sem direito a suporte técnico ou orientação pessoal/exclusiva ao leitor.

A editora não se responsabiliza pela manutenção, atualização e idioma dos sites, programas, materiais complementares ou similares referidos pelos autores nesta obra.

Produção Editorial: Grupo Editorial Alta Books

Diretor Editorial: Anderson Vieira

Vendas Governamentais: Cristiane Mutús

Coordenador Editorial: J. A. Ruggeri

Produtora Editorial: Catia Soderi



Rua Viúva Cláudio, 291 – Bairro Industrial do Jacaré
CEP: 20.970-031 – Rio de Janeiro (RJ)
Tels.: (21) 3278-8069 / 3278-8419

www.altabooks.com.br – altabooks@altabooks.com.br

Ouvidoria: ouvidoria@altabooks.com.br



Sumário

Introdução	1
1. Viabilidade Econômica	3
Tudo é uma questão de Viabilidade!	
Viabilidade Econômica, Financeira e Operacional: Três Pilares do “Sim ou Não”	
2. Matemática Financeira Simplificada — O Caminho do Dinheiro	23
As Ferramentas da Viabilidade!	
O Valor do Dinheiro no Tempo: Valor Presente e Valor Futuro	
Taxas de Juros: Simples e Compostas	
Fluxo de Caixa Projetado: O Coração do Planejamento	
Exemplos Práticos no Cenário do Fusca Bar	
3. Construindo o negócio pela base!	33
Custos Fixos: Aqueles que não mudam com o volume de vendas	
Custos Variáveis: Aqueles que crescem com o volume de vendas	
Margem de Contribuição: Entendendo o Lucro por Unidade	

Ponto de Equilíbrio: de zero a um!

Custos Unitários, Ticket Médio e Markup (Precificação)

Aquele Up na Viabilidade: Reduzindo Custos sem perder a qualidade

4. Payback — Tempo é Dinheiro 51
 - Payback: “Quero o Meu Dinheiro de Volta”!
 - Payback Simples e Payback Descontado
 - Calculando o Payback Descontado:
 - Quando Usar o Payback como Critério de Viabilidade?
 - Vantagens do Payback:
 - Limitações do Payback:
5. Taxa Interna de Retorno — Será que Vale à Pena? 63
 - Vou “TIR” dizer, viu...
6. Orçamento e Controle Financeiro — Verdadeiros Diferenciais 73
 - Orçamento Apertado ou Orçamento Enxuto?
 - Orçamento Operacional x Investimentos
 - Erros mais Comuns ao Orçar
7. Indicadores de Lucratividade e Rentabilidade — A Performance 83
 - Performance = Lucro!
 - Lucratividade: O Termômetro de Resultados
 - Rentabilidade: Quanto rende o meu negócio?
 - Alinhando Resultados a Objetivos
8. Reinvestimentos e Sustentabilidade — Existindo por si só 93

Crescimento + Sustentabilidade = Maturidade!	
O Papel do Reinvestimento no Ciclo de Vida do Negócio	
Equilibrando a Distribuição de Lucros e o Reinvestimento	
Reinvestir Também é Proteger o Futuro	
Gestão de caixa e o crescimento sustentável	
Por que aumentar o faturamento não garante mais lucro?	
9. Viabilidade — Uma Questão de Boas Decisões	111
O Estudo não é em vão!	
Juntando as Peças: Um Exemplo Completo	
O passo a passo dos cálculos:	
Decisão com base nos números	
Erros Comuns ao Interpretar o Estudo	
Comunicando Resultados	
10. Valor Terminal — Projetos “Eternos”	123
Feito para durar!	
O Valor Terminal aplicado ao nosso Fusca Bar	
Valuation	
Conclusão	131
A Viabilidade é o Primeiro Passo para o Sucesso	
Bibliografia	133
Sobre o Autor	135

Amostra

Introdução

Olha, eu não te conheço... mas posso supor que você seja aquela pessoa de inúmeras ideias, e esteja ou já esteve com um projeto aparentemente perfeito nas mãos. Talvez esteja entusiasmado, com paixão e pode ter até passado algumas noites em claro planejando o próximo grande passo do seu novo negócio. Mas aqui vai a verdade que muitos ignoram: sem saber se o seu negócio ou projeto é realmente **viável**, tudo pode ser um belo tiro no escuro. Acredite, muitos empreendedores já passaram (e ainda passam) por isso, e os resultados nem sempre foram os mais rentáveis.

Empreender é mais do que acreditar, é saber. Saber se o esforço, o tempo e o dinheiro investidos trarão o retorno que você espera. É ter clareza sobre onde está colocando seus recursos e, mais importante, como isso pode transformar seu negócio em uma verdadeira máquina de gerar resultados. Essa clareza vem do **Estudo de Viabilidade**.

Neste livro, vou te mostrar como avaliar, com simplicidade e precisão, se a sua empresa ou projeto tem tudo o que precisa para prosperar. Não importa se você é um empresário experiente ou está dando os primeiros passos no mundo dos negócios, este guia foi

feito para você. Com uma linguagem direta e ferramentas práticas, vamos explorar desde os fundamentos de custos e orçamentos até conceitos mais “cabeludos” como *payback*, TIR e **ponto de equilíbrio**, sempre com exemplos reais e dicas aplicáveis.

Aqui, você aprenderá:

- Como identificar rapidamente se sua ideia é promissora ou não.
- Ferramentas para medir o retorno financeiro e o tempo necessário para alcançar o lucro.
- Os principais indicadores que investidores, sócios e o mercado analisam antes de confiar no seu negócio.

Mas este livro não é só sobre números; é sobre **tomada de decisão**. É sobre como transformar dúvidas em certezas, e planos em resultados. Porque, no final do dia, um negócio viável é aquele que não apenas sobrevive, mas cresce, prospera e cria oportunidades.

Está pronto para descobrir a verdade sobre o potencial do seu projeto? Então, bora começar!

Viabilidade Econômica

Tudo é uma questão de Viabilidade!

Imagine-se prestes a iniciar um empreendimento relacionado à sua grande paixão ou lançar um novo projeto que você acredita ter grande potencial de mercado. Você tem uma ideia brilhante, um produto inovador ou um serviço que parece solucionar aquele problema que todos em sua área parecem enfrentar. É natural que a empolgação tome conta e que você **queira partir para a ação** quanto antes. No entanto, antes de se lançar de cabeça, há uma questão essencial a responder: **este negócio é realmente viável?** Em outras palavras, existe embasamento econômico, financeiro e operacional para que seu projeto não apenas saia do papel, mas também prospere?

A **viabilidade** é, em essência, uma análise cuidadosa que indica se vale a pena investir tempo, dinheiro e energia em um determinado negócio ou projeto. Não é apenas um “palpite” ou um *feeling* ao melhor estilo sexto sentido. É um processo estruturado.

O estudo avalia desde o potencial de demanda do mercado até a capacidade real de entregar o que foi prometido, passando por **projeções financeiras**, estimativas de custo, análise de concorrência e uma pluralidade de outros pontos que somados dão o panorama mais realista possível sobre a aderência da sua ideia à realidade. Entender a viabilidade não deve ser um item opcional no checklist do empreendedor; é uma **etapa crítica** que diferencia projetos fadados ao insucesso de investimentos inteligentes e promissores.

A primeira coisa que pode vir à sua cabeça quando falamos de viabilidade são aquelas planilhas imensas, cheias de dados para serem preenchidos e um monte de cálculos malucos que operam por baixo dos panos, soltando por fim a informação de se o seu negócio é viável ou não. De fato, existem projeções financeiras e dados que normalmente são inseridos em uma planilha ou *software* inteligente para calcularmos a viabilidade de negócios. Porém, esses dados não nascem “do nada”. Nós não ficamos limitados a inserir dados numa planilha, por outro lado, **estimar** esses dados (**premissas**) e criar parâmetros reais para análise são o grande desafio. A própria **viabilidade econômica e a financeira** vão além dos números. E há ainda outro tipo de viabilidade menos comentada, mas igualmente importante: a **viabilidade operacional**. A seguir, comentarei sobre os três tipos principais e suas implicações no mundo prático. Bora lá!

Viabilidade Econômica, Financeira e Operacional: Três Pilares do “Sim ou Não”

A viabilidade não é um conceito único. Ela se desdobra em três dimensões igualmente importantes:

1. Viabilidade Econômica:

A análise econômica responde à pergunta: **“Este negócio faz sentido no cenário de mercado em que estou inserido?”** É aqui que você avalia o tamanho do mercado, o perfil dos consumidores, a intensidade da acirrada concorrência e a tendência geral do setor. A economia que circunda o seu projeto é favorável ou te restringe de prosperar? O produto ou serviço solucionará um problema genuíno e, portanto, atrairá clientes ou se tornará mais um “elefante branco”? Se a resposta for positiva, você está um passo mais perto da confiança de que o caminho faz sentido. Oba!

A viabilidade econômica é o **termômetro** que vai dizer se a sua ideia pode sobreviver e prosperar no mundo real, considerando as condições de mercado e o comportamento dos nossos estimados clientes. Não basta apenas acreditar na relevância da solução trazida; é necessário entender se há aderência ao mercado.

Isso envolve analisar o tamanho do mercado alvo (que para pequenas e médias empresas normalmente é regional, mas em se tratando de negócios digitais os horizontes se expandem), a renda e o poder de compra dos consumidores (“ninguém vende consulto-

rias de R\$ 10 mil para adolescentes de dezesseis anos”), as preferências de consumo, a localização (física e/ou online) em que sua oferta será disponibilizada e a dinâmica de preços praticada pelos concorrentes (informação muito útil para posicionar a sua marca e definir o orçamento inicial do projeto). Em outras palavras, a viabilidade econômica traduz o **potencial do seu projeto** em termos práticos: existem clientes suficientes dispostos a pagar o que você cobra, para gerar aquele lucro sustentável?

Para verificar isso, podem ser adotados dois caminhos: um deles é mergulhar em pesquisas de mercado e o outro é fazer testes de demanda com orçamento mínimo (principalmente quando tratamos de negócios online).

Algumas perguntas, de qualquer modo, são fundamentais nessa história:

- Quais são os seus **consumidores ideais**?
- Qual é o **problema** que eles enfrentam e que o seu produto ou serviço resolve?
- Quão frequente é essa **necessidade** e qual a intensidade do “incômodo” que eles sentem antes de encontrar a solução ideal?
- Quanto eles estariam **dispostos** a desembolsar por algo que poupe tempo, melhore a qualidade de vida ou ofereça uma experiência diferenciada?

Pode-se responder essas questões com dados concretos, obtidos na grande maioria das vezes por pesquisas de mercado que você mesmo é capaz de fazer, entendendo principalmente o segmento, seus preços, margens, estratégias adotadas, onde os *players* atuam e o tipo de cliente que eles evitam, etc. Há inúmeros vídeos em canais como o *You Tube*, onde você obtém muito **conhecimento** relevante para seu negócio, basta procurar de forma diligente.

Além da demanda, a viabilidade econômica também engloba a **análise da concorrência**. É preciso identificar os principais *players* do mercado (seja em âmbito nacional ou regional), seus pontos fortes, fracos, estratégias de marketing, canais de distribuição e modelos de precificação. Essas informações completas não são tão simples de se obter, e dependendo do setor, você, ou terá de adquirir cursos especializados na área, ou ainda bancar o “cliente oculto” e buscar informações úteis para o seu negócio nas lojas concorrentes.

Há ainda casos extremos nos quais o camarada entra até mesmo como funcionário de alguma empresa concorrente apenas para adquirir **experiência** no ramo e, com informações privilegiadas, monta seu próprio negócio após pedir demissão dentro de poucos meses. É mais comum do que se imagina!

Se o ambiente competitivo for muito acirrado e repleto de marcas consolidadas, você precisará criar um **diferencial** único para se destacar. Por outro lado, se houver brechas, **nichos pouco explorados ou falhas de atendimento** das empresas líderes, seu negócio pode ocupar esse espaço e conquistar clientes com mais facilidade.