

PLANO DE NEGÓCIO EM EMPRESAS

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo apresentar alguns conceitos sobre as etapas que fazem parte de um plano de negócio. Trabalho esse elaborado no intuito de apresentar apenas o plano financeiro para avaliar a viabilidade de um negócio. A presente revisão bibliográfica mostra aspectos teóricos sobre o planejamento estratégico e o plano financeiro.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho consiste em relatar uma visão prática e dinâmica de um estudo realizado em equipe, denominada de olimpíada na qual é apresentado um plano de negócio para avaliar a viabilidade financeira de uma empresa, bem como é discutido a criatividade da equipe proposta para apresentação do trabalho em sala. O estudo como esse revestiu-se de importância por permitir aos estudantes do curso de administração a conciliar a teoria com a prática, pois o estudo de viabilidade é o instrumento que possibilita o empreendedor a tomar decisões quanto a abrir um negócio ou ampliar seu negócio. O presente estudo de viabilidade explana as seguintes etapas do plano de negócio: Plano estratégico estratégico; Plano financeiro como, demonstração de Resultados e indicadores de viabilidade; entre eles é possível destacar: Ponto de equilíbrio, lucratividade, rentabilidade e prazo de retorno de investimento. Neste trabalho também foi elaborado um plano de ação 5W2H, sigla que representa as iniciais das seguintes expressões em inglês: *What; why; where; when; Who; how; how; much*, e correspondem as diretrizes o que, porque, onde, quando, como, quanto custará e seu principal objetivo é estabelecer execução e controle das tarefas propostas neste trabalho, as quais foram atribuídas às responsabilidades, determinado prazo para conclusão, departamentos, motivo, bem como foi sugerido como deverá ser realizado o trabalho e os custos pertinentes.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.2.1 Plano Estratégico

O plano estratégico é uma das primeiras ferramentas a ser utilizada no plano de negócio, sendo fundamental para identificar oportunidades e transforma-las em um conjunto de estratégias, garantindo assim o sucesso da empresa no ambiente em questão. Segundo Kotler e Armstrong, 1999, p.23),

O planejamento estratégico de uma empresa depende do desenvolvimento de uma missão clara para a coordenação clara para a empresa, da definição de objetivos, de um bom portfólio de negócios e da coordenação de estratégias funcionais.

A matriz SWO pode ser utilizada para identificar as oportunidades e ameaças, assim como, pontos fortes e pontos fracos, tornando possível formular um conjunto de estratégias. O termo SWOT é uma sigla em inglês, que representa um acrônimo de Forças (***Strengths***), Fraquezas (***Weaknesses***), Oportunidades (***Opportunities***) e Ameaças (***Threats***).

2.2.2 Análise de investimento

São vários os meios para avaliar o desempenho financeiro de um negócio, entre eles pode-se destacar a análise de demonstrativos financeiros sendo possível confrontar informações de um mês para outro.

Para Assaf Neto (2010), a demonstração do resultado tem como principal objetivo apurar o lucro ou prejuízo. Composta por receitas, despesas, ganhos e perdas do exercício apurados por regime de competência, independentemente de pagamentos e recebimentos. A seguir figuras representam demonstrativos de resultados pra obter lucro líquido ou prejuízo e para cálculo da margem de contribuição:

A. Receita Total
B. Custos variáveis totais
(-) custo com materiais diretos

(-) Gasto com vendas
(-) Imposto sobre vendas
(-) Imposto sobre serviços
A + B =
Margem de contribuição A – B
(-) Custos fixos Totais
= Lucro líquido/prejuízo

Figura 1 – Demonstrativo para cálculo da margem de contribuição
Fonte: adaptado de Hoji (2010)

Receita Bruta
(-) Custo da mercadoria vendida
(-) Imposto sobre as vendas
Lucro Bruto
Despesas Operacionais
(-) Despesas financeiras
(-) Despesas com vendas
(-) Depreciação
Lucro Líquido/prejuízo

Figura 2: Demonstração de Resultado
Fonte: Adaptado de Cruz; Andrich e mugnaini (2010)

O demonstrativo do fluxo de caixa é o demonstrativo mais usado pelas empresas para análises de investimentos. Para uma análise mais profunda, Groppelli e Nikbakht (2010, p. 350), apresenta o demonstrativo de fluxo de caixa como: Uma de ajuda para destacar áreas fragilizadas nas posições de caixa da empresa com relação a sua capacidade em honrar com seus compromissos.

Com outras palavras, Assaf Neto (2010, p. 98) complementa ao dizer que a DFC “é muito importante para a avaliação da situação financeira da empresa podendo se conhecer sua efetiva capacidade de pagamento”. A figura 3 representa a estrutura básica da demonstração do fluxo de caixa:

+Disponibilidade
Caixa
Recebimentos Operacionais de:
Vendas à vista
Vendas a prazo

Total de entradas
Pagamentos operacionais:
Compras à vista
Compras a prazo
Custos fixos totais
Tributos ICMA e IPI
Pagamento de IR e COFINS
Aquisição de móveis e utensílios
Despesas financeiras
Imposto sobre faturamento
+ Atividades de Financiamento
Empréstimos bancários
Integralização de capital
(-) Dividendos pagos
(=) Fluxo de caixa líquido

Figura 7: Modelo de fluxo de caixa
Fonte: Adaptado de Júnior, Rigo e Cherobim (2002)

Avaliar um investimento significa para os administradores identificar oportunidades de investimentos, que proporcione um retorno superior ao valor investido, assim como o montante esperado deve ser compatível com o tempo que se espera receber, quando irá obter o retorno ou receber.

2.2.3 Métodos de análise de investimento

Os mais utilizados em análise de investimentos são: Valor presente líquido (VPL), bem como pode ser utilizado também o ponto de equilíbrio (PE), taxa de retorno (TIR) e período de *payback*.

Para Gitman (2010 p. 154) o valor presente líquido consiste no “processo de determinação de valores presentes e costuma ser chamado de desconto dos fluxos de caixa”.

A taxa interna de retorno é tomada como critério para tomar decisões quanto investir ou não investir. O método funciona da seguinte forma: Se a TIR se apresentar maior que o custo de capital, o projeto pode ser aceito, se for menor projeto deve ser rejeitado. A TIR é a taxa de retorno que torna o valor presente orçado igual ao investimento inicial. Para complementar análise de investimentos: O

período de *payback*, “consiste na determinação do tempo necessário para que o dispêndio de capital (valor do investimento) seja superado por meio dos benefícios incrementais líquidos de caixa (fluxo de caixa) promovidos pelo investimento”. (ASSAF NETO P. 340). Exemplo de *payback*:

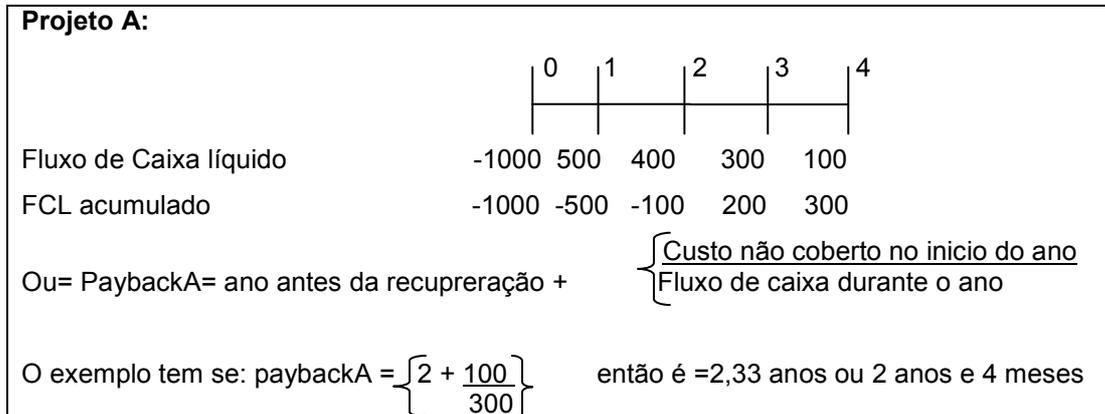


Figura 1- Exemplo Payback para simulação de um projeto
Fonte: Volpi (2008)

Quanto ao ponto de equilíbrio (PE), Hoji (2001, p. 316) apresenta “a empresa está produzindo (e vendendo) a quantidade de produtos suficiente para cobrir, além dos CDVs⁵, os CDVs⁶, ou seja, os custos e despesas totais”. De modo geral, o PE significa o momento em que o resultado não é lucro nem prejuízo, o faturamento cobre todos os custos. Para maior compreensão a figura a seguir apresenta a fórmula do PE:

$$\text{Ponto de equilíbrio} = \frac{\text{Custo fixo total}}{1! \text{Índice de margem de contribuição}}$$

2.2.4 INDICADORES DE VIABILIDADE

Os índices financeiros são fundamentais para a tomada de decisão ao decidir em abrir ou ampliar um negócio.

4.2 LUCRATIVIDADE

4.3 RENTABILIDA

4.4 PRAZO DE RETORNO DE INVESTIMENTO

2.2 CARACTERIZAÇÃO DO NEGÓCIO

A empresa em questão é do ramo de material de construção, que comercializa produtos e serviços direcionados a construção, localizada no município de Macaíba na Avenida Jundiáí centro, com uma estrutura composta por cinco colaboradores e proprietário na administração. No processo de desenvolvimento da empresa, empréstimos foram realizados para ampliar a loja, e hoje a empresa dispõe de uma variedade de produtos, e conforme é percebida a necessidade do cliente em adquirir um produto, caso não disponível na loja, forças são concentradas para garantir o produto ao cliente, com foco na sua satisfação.

O gestor atualmente pretende ampliar seu comércio, visto a clara demanda por este segmento com maiores mix de produtos, pretende-se investir mais em equipamentos, ferramentas, produtos de construção como, cimento; tijolos; tipos de areia como, barrada, molhada e fina, como também vários tipos de telhas, tubos e itens direcionados a decoração do imóvel.

Seu público alvo são pessoas que estão construindo seu imóvel e empresas de construção civil. Seus concorrentes são aqueles desde as lojas pequenas a médias. A perspectiva do gestor é obter mais crescimento a partir dos investimentos a ser realizados, deste modo levando o gestor a pensar quanto à viabilidade financeira ao ampliar a empresa.

2.3 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

FORÇAS	FRAQUEZAS
Localização; Trabalha com diversas formas de pagamento; Trabalha com a oferta de serviços de locação de ferramentas; Estrutura física; Delivery;	Layout; Controle do serviço de locação (entrada e saída dos produtos); Formalização burocrática da parte de locação de ferramentas;
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS

<p>Aumento da demanda para disponibilização de novos serviços;</p> <p>Aumento da quantidade de ferramentas de locação;</p> <p>Diminuição da taxa de juros dos bancos;</p>	<p>Concorrência como, novos entrantes e lojas com maiores mix de produtos;</p> <p>Mudanças nos desejos de clientes como, a tendência por determinado produto por preferência de cores e qualidade;</p>
---	--

Quadro 2- Análise swot da empresa...

Fonte: Elaboração própria

2.4 OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO

Este segmento está crescendo na cidade de Natal sobre tudo a demanda em municípios do Rio Grande do Norte. Com o crescimento de construtoras na região tem exigido dos empreendedores investir mais em produtos e serviços que atenda a demanda, assim como é critério no ramo de construção dispor de produtos e serviços de qualidade, pois uma construção deve seguir padrões de segurança indispensáveis, seja, nos ambitos de equipamentos, ferramentas e itens destinados a toda decoração de um imóvel em construção.