

PLANO DE NEGÓCIO PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS DE SEGURANÇA ELETRÔNICA EM PATOS DE MINAS – MG

Henrique Flávio de Araújo⁽¹⁾; Célio Adriano Lopes⁽²⁾

⁽¹⁾Graduando em Engenharia de Produção - Centro Universitário de Patos de Minas – UNIPAM.

rikflavio@hotmail.com

⁽²⁾Professor do curso de Engenharia de Produção - Centro Universitário de Patos de Minas – UNIPAM.

celio@unipam.edu.br

1. INTRODUÇÃO

Percebe-se que o mundo encontra-se em constante mudança, o que gera maiores desafios às organizações, que por sua vez devem apresentar-se com maior flexibilidade perante o mercado. Essa tarefa exige cada vez mais o emprego do planejamento, no sentido de resolver os seus problemas técnico-econômicos, porém, ainda assim a cultura do planejamento não está disseminada no Brasil, diferentemente de outros países mais desenvolvidos.

Segundo Bernardi (2013), a ideia de um novo projeto ou empreendimento se define pela detecção ou visualização de oportunidades, de forma racional ou intuitiva, das necessidades e das demandas prováveis, sendo atuais ou futuras, bem como, necessidades ainda não atendidas.

O plano de negócio é uma ferramenta potencial para utilização na tomada de decisão sobre implantações, expansões ou mudança de localidade, que auxilia a todo e qualquer empreendedor que identifica uma oportunidade e quer aproveitá-la. Conforme Salim et al. (2003), plano de negócio é um documento, bem estruturado, onde constam as principais ideias do negócio, forma de operar, projeções de gastos e receitas, com base em pesquisas realizadas cientificamente.

Um bom plano de negócio auxilia não somente um início de negócio, mas também no controle e acompanhamento de um empreendimento já funcional. Um bom plano de negócio auxilia não somente um início de negócio, mas também no controle e acompanhamento de um empreendimento já funcional.

O presente estudo tem como objetivo principal elaborar e avaliar a viabilidade econômica, financeira e operacional de uma instaladora de serviço de segurança eletrônica em Patos de Minas-MG através da construção de um plano de negócio. Os objetivos específicos são identificar o processo empreendedor, o empreendedorismo, o empreendedor, o plano de negócios, a importância da elaboração de um plano de

negócios, a estrutura de um plano de negócios, a análise estratégica, os planos de marketing, financeiro e operacional.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

Foi elaborado um Plano de negócio com a utilização de um software: CEPN 3.0 do SEBRAE MG, CEPN 3.0 do SEBRAE MG. Uma ferramenta eficiente e prática, já testado e comprovado, que foi utilizada por muitos empresários de sucesso, pode ser usado por empresas de diversas atividades e tamanhos. São inseridos os dados que foram coletados através de pesquisa de campo, e o programa se encarrega de cruzá-los e tabulá-los, informando o nível do risco, e dar a capacidade ao empreendedor de estimar se sua empresa projetada com base na sua visão, expectativas, pesquisas e conhecimento de mercado, é viável ou não (DOLABELA, 2008). Essa elaboração não garante a eliminação total dos riscos e nem mesmo o sucesso, contudo, desviar-se de possíveis erros sejam cometidos pela falta de análise (DOLABELA, 2008).

Na utilização da pesquisa explicativa, serão identificados os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência de fenômenos (GIL, 2007). Ou seja, este tipo de pesquisa explica o porquê das coisas através dos resultados oferecidos. Segundo Gil (2007, p. 43), uma pesquisa explicativa pode ser a continuação de outra descritiva, posto que a identificação de fatores que determinam um fenômeno exige que este esteja suficientemente descrito e detalhado.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com a análise dos resultados da pesquisa, percebeu-se a viabilidade da abertura do empreendimento, conseqüentemente atingindo o objetivo geral e respondendo aos objetivos específicos do estudo. A organização demonstra potencial econômico-financeiro, segundo as estimativas levantadas pelo estudo como nos mostra a (figura 1), projetando um volume de vendas médio de todos os serviços; custo desses de R\$ 20.244,20; que acrescentado os custos fixos, custos variáveis e margem de lucro definirão um preço de venda total de R\$22.660,00; Lucro líquido de R\$ 2.415,80 o que representa uma lucratividade de 10,66% ao mês.

Figura 1 – Demonstrativos de resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 22.660,00	R\$ 279.523,84	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 13.180,00	R\$ 162.582,72	58,16
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 679,80	R\$ 8.385,72	3,00
Total de custos Variáveis	R\$ 13.859,80	R\$ 170.968,44	61,16
3. Margem de Contribuição	R\$ 8.800,20	R\$ 108.555,40	38,84
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 6.384,40	R\$ 76.612,80	28,17
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 2.415,80	R\$ 31.942,61	10,66

Fonte: Autoria própria (2017)

Figura 2 – Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 197.273,48
Lucratividade	11,43 %
Rentabilidade	164,54 %
Prazo de retorno do investimento	8 meses

Fonte: Autoria própria (2017)

Foi obtido um ponto de equilíbrio de R\$ 197.273,48 anual como nos mostra a (figura 2), a lucratividade que é a porcentagem do ganho obtido pela empresa de 11,43%, rentabilidade que é a porcentagem do retorno sobre o investimento de 164,54%, e o prazo de retorno do investimento e de 8 meses como e mostrado.

Outro item dos objetivos específicos a ser analisado é quanto ao mix de marketing (produto, serviço, preço, promoção). Foi observado que grande parte dos clientes é alcançada através de propaganda nas redes sociais e também através de panfletos. O preço será também um diferencial competitivo da organização, pois se tratando de serviço de qualidade, o preço do serviço prestado para o consumidor final tende a ser consideravelmente mais barato que o preço da concorrência. E a promoção será realizada através da publicidade da empresa. Também foi possível identificar e fazer uma análise da concorrência da região, que apresentou principalmente preços não muito acessíveis e dificuldades na condição de pagamentos para os clientes. Por parte dos fornecedores de produtos para a empresa, e de fácil

contato, produtos de pronta entrega e facilidade na condição de pagamento. Por fim um ponto considerável a respeito do plano financeiro a não necessidade de alugar ou até mesmo construir um imóvel para a implantação da empresa, que será instalada na residência do empreendedor.

4. CONCLUSÃO

- (i) no estudo, evidenciou-se que a Elaboração do Plano de negócio é uma ferramenta de extrema importância, relevando de forma eficiente para abertura de um negócio;
- (ii) A elaboração nos auxiliou a tomar as decisões que foram na viabilidade ou não da abertura do negócio;
- (iii) Concluímos que a proposta de investimento no empreendimento é viável tanto do ponto de vista qualitativo, ou seja, mercadológico – mercado, fornecedores, concorrentes, localização – quanto do ponto de vista quantitativo, ou seja, financeiro.

REFERÊNCIAS

- DOLABELA, F. C. **Oficina do empreendedor**: a metodologia do ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de plano de negócios**: fundamentos, processos e estruturação. São Paulo: Atlas, 2013.
- SALIM, Cesar Simões; HOCHMAN, Nelson; RAMAL, Cecilia Ramal; RAMAL, Silvina Ana. **Construindo planos de negócios**: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.