

(X) Graduação () Pós-Graduação

PLANO DE NEGÓCIOS PARA A EMPRESA VANGUARD4

EVYLEN RODRIGUES FERREIRA

UFMS/CPNA

E-mail: evylenrodrigues@outlook.com

MARIA EDUARDA PAPARELI PERES

UFMS/CPNA

E-mail: madupapareli@hotmail.com

TAIS FEITOSA FELIX

UFMS/CPNA

E-mail: tifffeitosa@gmail.com

PAULO CÉSAR SCHOTTEN

UFMS/CPNA

E-mail: paulo.schotten@ufms.br

RESUMO

Este plano de negócios foi elaborado com o objetivo de implantação da empresa Vanguard4, a ser instalada no vale do Ivinhema, MS. Metodologicamente, trata-se de um estudo dirigido dentro da disciplina de Planejamento Estratégico, seguindo-se estudos teóricos e estudo de campo. Para desenvolvimento do plano foi elaborado um estudo do macroambiente envolvendo os aspectos econômicos, demográficos, social, legal, bem como uma avaliação do mercado e suas características e comportamentos. Findo o estudo do macroambiente, foi elaborado o plano de negócios para a implantação da organização, analisando-se a empresa, sua estrutura organizacional e funcional, assessorias, equipe de gestão, análise das instalações, equipamentos e máquinas necessários e processo de produção. Em seguida, foi elaborado o Plano de Marketing com base no Composto de Marketing (produto, preço, praça e promoção) e uma análise da concorrência. Findo esses estudos foi elaborado e apresentado os objetivos e estratégias a curto, médio e longo prazo para a organização. Para finalizar, apresentou-se um plano financeiro das atividades iniciais. O plano de negócios final foi então entregue para avaliação e para os empreendedores.

Palavras chaves: Planejamento; Plano de Negócios; Composto de Marketing.

1 CONTEXTUALIZAÇÃO

O principal objetivo deste plano foi verificar a viabilidade da abertura de uma loja de roupas femininas no município de Nova Andradina-MS, através da elaboração de um plano de negócios. Foi necessário a elaboração de um plano operacional, análise ambiental, pesquisa mercadológica, plano de marketing, e também um planejamento financeiro e orçamentário, para analisar e apurar a viabilidade do negócio.

Os objetivos foram traçados, reunindo informações e pesquisas, que foram essenciais para a construção da estrutura que a empresa pretende ter, como almeja se posicionar no mercado, sua missão, visão e valores, visando proporcionar as clientes os produtos que elas desejam, bonitos, confortáveis, diferenciados, com preço justo e bom atendimento.

A análise ambiental mostrou que existem vários concorrentes neste ramo, oferecendo produtos diferentes, enaltecendo que para obter sucesso na área é preciso adotar uma estratégia destacada, oferecendo algo mais.

A pesquisa de mercado evidenciou as preferências de consumo do público alvo em questão, que estão dispostas a pagar mais por um produto que retrate suas atitudes, confortável e de qualidade e além do mais visam o preço como fator bem importante, demonstrando que procuram por um preço que caiba no bolso.

Com o plano de marketing foi definido os melhores meios para alcançar os objetivos de venda da empresa, evidenciar bem o tipo de produto oferecido e como ele será ofertado para as clientes e então obter uma posição de destaque em relação às concorrentes.

As projeções no plano financeiro foram elaboradas com base na capacidade produtiva da empresa em seu tamanho inicial, foi utilizada uma base média de vendas, de forma franca. Essas projeções demonstraram que a Vanguard4 tem uma capacidade produtiva, implantada de modo virtual, não tendo tantas despesas como uma loja física, sendo assim é possível aproveitar melhor os recursos disponíveis, aumentando as chances de lucratividade do negócio.

Por conseguinte, ser empreendedor é um desafio diário e isso a elaboração de um plano de negócios deixa claro. É uma trajetória seguida de possíveis ganhos, perdas, choro e risos, exigindo muito conhecimento, habilidade, paciência, criatividade, pesquisas e principalmente dedicação.

2 ANÁLISE DO MACROAMBIENTE

Conceitua Chiavenato e Sapiro (2003) que a análise do macro ambiente é o contexto que envolve externamente a organização. É a situação dentro da qual uma organização está

inserida. Ainda segundo os autores, a organização, sendo um sistema aberto, mantém transações e intercâmbios com o ambiente que a rodeia. Por decorrência disto, tudo que ocorre externamente influencia a organização. As análises efetuadas com o intuito de conhecer o ambiente estão apresentados no quadro 1.

Quadro 1 – Ambientes estudados

Ambiente	Tópicos estudados
Econômico	Histórico da Inflação no Brasil Atual inflação no Brasil e Inflação para os próximos três anos Taxa de juros (Projeção da Taxa de Juros) PIB (PIB de Nova Andradina, Histórico do PIB Brasileiro e Projeção do PIB para os próximos anos) Nível de distribuição de Renda em Nova Andradina Indicador Econômico do Comércio Varejista em Nível Nacional Comércio (Evolução dos Pequenos Negócios)
Demográfico	Histórico de Crescimento da Taxa Populacional no Brasil Perspectivas futuras na taxa populacional brasileira
Social	Situação Socioeconômica de cada Segmento da População Responsabilidade Social das Pessoas e das Empresas
Legal	Área Criminalista Direitos Básicos do Consumidor Lei Geral da Micro e Pequena Empresa
Mercado	Análise do setor e Análise do setor no pós-pandemia Dados do setor no Estado: Perspectiva do comércio varejista no MS Perfil de Consumo das mulheres brasileiras

Fonte: Essa pesquisa/2022

3 PLANO DE NEGÓCIO

3.1 A empresa

A empresa proposta inicialmente trata-se de uma loja de vestidos femininos, com o intuito de ser o encontro da mulher com a satisfação em se vestir bem e com presença, bem como proporcionar uma maior interação das clientes com o mundo da moda. A principal atividade será a comercialização de vestidos e terá como atividade secundária a prestação de serviços ligados à consultoria de moda. No início será uma loja que irá comercializar marcas conhecidas pelas classes C e D, famosas por possuírem preços acessíveis; a loja terá como

público-alvo mulheres na faixa-etária dos 18 aos 80 anos, das classes sociais C e D de Nova Andradina- MS.

Também terá duas sócias e ambas irão se dedicar às atividades. Será uma pequena empresa do comércio varejista, sendo uma sociedade civil por cotas de responsabilidade limitada, com cotas de 50% para cada sócia. A razão social será VANGUARD4 comércio de vestuário LTDA., e o nome fantasia será VANGUARD4. Inicialmente foi proposto um logotipo (figura 1) e um Perfil para a rede social Instagram (figura 2), apresentado a seguir:

Figura 1- Logotipo da VANGUARD4



Fonte: elaborado pelas autoras, (2022)

Figura 2- Perfil da Vanguard4 no Instagram



Fonte: elaborado pelas autoras, (2022).

3.1.1 Estrutura organizacional

A Vanguard4 será inicialmente uma microempresa, terá uma estrutura hierárquica composta pelos setores: administração geral da empresa, produção e vendas. Pelo fato de ser uma empresa pequena, com poucos colaboradores, possui uma estrutura simples, as proprietárias ficarão responsáveis pela administração geral (marketing, financeiro, gestão de

peçoas, compras, estoques, aquisição e cuidados das peças (produção) e vendas. A produção não será de forma literal, visto que as peças serão compradas prontas, para terceirizar, nas quais ambas sócias juntas irão buscar as mercadorias. Já a venda contará com o atendimento de ambas sócias, bem como outras demandas do setor. Quanto à remuneração, os ganhos serão divididos em 50%. A figura 3 apresenta o organograma funcional sugerido para a organização.

Figura 3 – Organograma sugerido.



Fonte: Elaborado pelos autores, (2022).

3.1.2 Assessorias externas (jurídica, contábil etc.)

No primeiro mês de funcionamento não haverá nenhum tipo de assessoria externa, seja no marketing ou na parte contábil, a partir do segundo mês já será contabilizado a despesa de 750,00 com o contador.

3.1.3 Equipe de gestão

Pelo fato de a loja possuir uma estrutura hierárquica simples: administração geral da empresa, produção e vendas; a equipe de gestão será composta pelas donas e sócias: Tais Feitosa Felix e Evelyen Rodrigues Ferreira, que inclusive cuidarão de todas as demais tarefas da loja, contando somente com o auxílio do contador no financeiro.

3.1.4 Análise das instalações

De início a Vanguard4 não contará com o espaço físico, a casa de uma das proprietárias será adaptada um pequeno espaço para organizar e separar as peças que posteriormente serão vendidas. Nesse cantinho terá três araras para agrupar os vestidos em tamanhos e cores, logo ao lado vai estar disposta uma mesinha onde ficará as sacolinhas e cartões de contato bem como a maquininha de cartão e outros itens de gerenciamento das vendas. A loja também contará com

o envio via correio para as clientes de outras localidades e também com malas que serão levadas até as clientes caso desejam provar os vestidos no conforto do seu lar.

3.1.5 Equipamentos e máquinas necessárias

Os equipamentos necessários para o funcionamento da loja virtual são:

- 1) Máquina de cartão de crédito e débito;
- 2) Embalagens, como, sacolinhas, embrulhos, borrifador de aroma para as roupas;
- 3) Etiquetadora;
- 4) Tag;
- 5) Cartão da loja.
- 6) Computador
- 7) Celular
- 8) Internet
- 9) Excel

3.1.6 Funcionários e insumos necessários

Inicialmente não contará com funcionários, as proprietárias serão as responsáveis pela demanda operacional. Insumos necessários: peças de roupas.

3.1.7 Processo de produção

A manutenção e organização das peças (vestidos) se torna o processo mais importante dentro da empresa, onde os produtos a serem comercializados serão organizados e guardados da melhor maneira possível para entregar qualidade às nossas clientes. Um fluxo do processo está apresentado na figura 4.

Figura 4 – Fluxo do processo

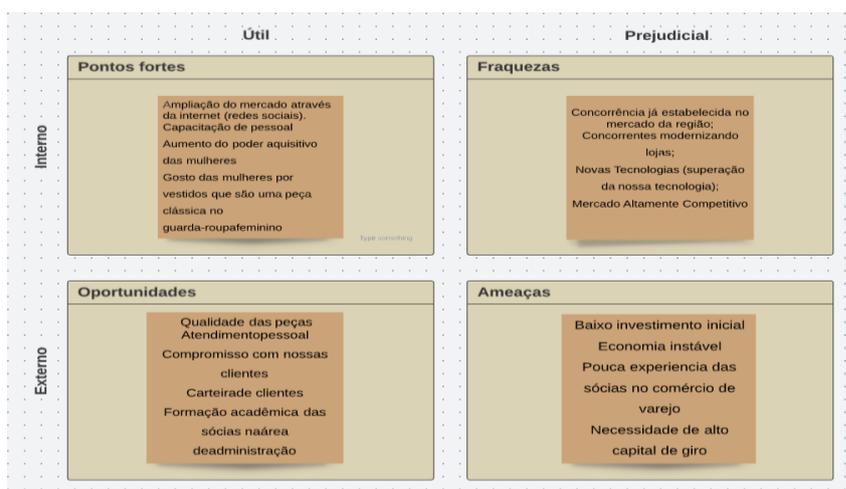


Fonte: Elaborado pelos autores, (2022).

3.2 PLANO DE MARKETING DA VANGUARD4

A estratégia de marketing a ser adotada pela empresa será baseada nos 4 P's do marketing, que são: produto, preço, praça e promoção. De início foi montada a análise SWOT. A Análise Swot é uma importante ferramenta utilizada para fazer a análise do ambiente em que a empresa está inserida e também nos permite uma breve observação da concorrência ao redor. É uma técnica utilizada para auxiliar as pessoas, empresas e organizações, representa as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, relacionadas ao planejamento, metas e projetos. Desta forma obtém a base de informações necessárias para planejar o futuro. A análise SWOT desenhada para a empresa é apresentada na figura 5.

Figura 5 Análise Swot



Fonte: Elaborado pelos autores, (2022).

A utilização dessa ferramenta permitiu uma melhor visualização das ameaças e oportunidades presentes no ambiente externo e com isso foi possível aproveitar as oportunidades em favor do negócio e pensar em como transformar as ameaças em novas oportunidades ou amenizá-las. Também foi possível ter um olhar interno do negócio, que justamente por estar no seu início apresenta fraquezas que precisam ser transformadas em pontos fortes, por isso sempre será necessário estar repensando e refazendo a análise Swot conforme a empresa for evoluindo.

Serão oferecidos como diferenciais competitivos:

- Malas ou sacolas com roupas que vão ser entregues para as clientes para que consigam provar as peças no conforto do seu lar ou onde estiverem;
- Variedade em cores e tamanhos de vestidos *plus size*, com preços totalmente acessíveis;

- c) Formação acadêmica das sócias na área;
- d) Carteira de clientes;
- e) Atendimento de qualidade;
- f) Compromisso em satisfazer seus clientes, entregando valor nas peças.
- g) Cupons de desconto;
- h) Catálogo online com imagens, tamanhos e valores das peças;
- i) Postagens diárias na página do instagram, vídeos e fotos das peças.

3.2.1 Produto

De início a principal preocupação foi encontrar uma peça presente no guarda-roupa da maioria das mulheres, então as proprietárias pensaram em vestidos, que podem ser usados em diversas ocasiões, desde uma festa mais formal ou até ficar de boqueira em casa em um dia quente de verão. Também pensaram em trazer opções de cores e estampas variadas, para todos os gostos, desde cores mais neutras até as mais vibrantes, e trazer produtos que sejam tendência no mercado e que agrade a todas as clientes.

O início do negócio será no verão, a estação mais quente do ano, a qual a procura por vestidos confortáveis e frescos aumenta, concomitante a uma época de festas como o Natal e o ano novo, em que a procura por *looks* de festa também aumenta. No que diz respeito aos tamanhos, os modelos vão do P até o Plus Size, mulheres com curvas podem vestir as roupas que sempre sonharam e acompanhar as tendências de forma bastante confortável e ter seu próprio estilo.

3.2.1.1 Descrição dos produtos e serviços (características e benefícios)

Os principais produtos a serem vendidos serão vestidos femininos. A Vanguard4 terá a disposição de roupas por estilos, de acordo com a seguinte segmentação:

- a) Dia: Vestidos casuais e descontraídos para serem usados em programas de lazer ou em atividades que não exijam peças tão formais.
- b) Dia (Trabalho): Vestidos apropriados para serem usados no ambiente de trabalho.
- c) Noite: Vestidos com uma pegada mais noturna adequados para ocasiões como festas, jantares, danceterias, shows, teatros etc.

3.2.1.2 Gráfico de Gantt

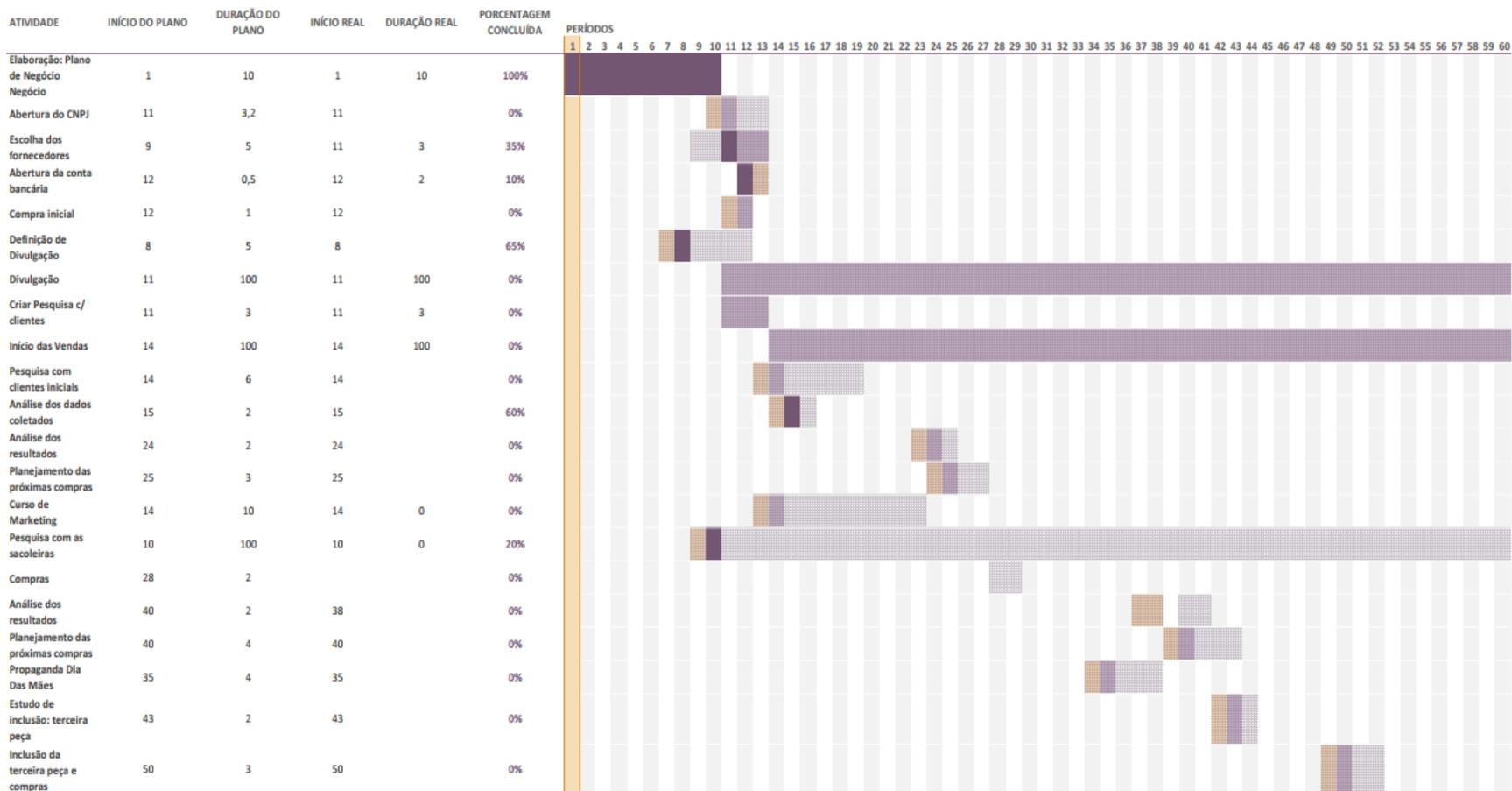
Um gráfico (figura 6) foi elaborado conforme as demandas iniciais do negócio e deve ser incrementado de dados no seguinte link “[Gráfico Lindo.xlsx](#)”, conforme as tarefas forem se efetivando e inclusive é possível o incremento de novas metas e objetivos, o gráfico inclui variáveis de tempo esperado e real, pois as vezes os processos podem se atrasar, mas também podem ser antecipados, conforme o andamento do negócio.

Figura 6 Gráfico de Gantt

Planejador de Projetos

Selecione um período para realçar à direita. A seguir há uma legenda que descreve o gráfico.

Realce do Período: 1 Duração do Plano Início Real % concluída Real (além do plano) % Concluída (além do planejado)



Fonte: Elaborado pelos autores, (2022).

3.2.2 Preço

A estratégia da empresa é oferecer preços que serão definidos levando em consideração os custos, as despesas fixas, os cálculos de ponto de equilíbrio, e os preços que são praticados no segmento de mercado em questão, mesmo que a estratégia não seja de liderança em custos, é bom entender como se posiciona este segmento, para se aproximar de um preço considerado justo.

Pelo nível de preços praticados pretende-se transmitir a ideia de peças de qualidade com o intuito de gerar valor para as clientes. A loja irá dispor de condições de pagamento que facilitarão a compra, como por exemplo, o parcelamento. Em relação aos métodos de pagamento, serão aceitos: dinheiro, *pix*, cartão de crédito e de débito das principais bandeiras. Como forma de incentivar o pagamento à vista, haverá descontos especiais nessa forma de pagamento, tudo parte da estratégia para aumentar as entradas no fluxo de caixa da empresa.

3.2.3 Praça

A localização da empresa é um fator relevante para o sucesso do empreendimento, o acesso precisa ser fácil, a loja precisa ficar bem aparente ao público. No caso da VANGUARDA, no início a loja será apenas virtual, mais precisamente através de um perfil no Instagram, visto que hoje em dia se tornou um meio de vendas muito eficiente, pois tem um alcance muito grande em relação a possíveis clientes. Será feito investimentos para a divulgação da página, com o intuito de alcançar diversas mulheres da cidade de Nova Andradina-MS e região e também outros estados do país, visto que as mercadorias serão enviadas para todo o Brasil. A própria plataforma do Instagram fornece uma divulgação através de patrocínio, mostrando fotos e vídeos da loja como anúncios para outras pessoas. Em Nova Andradina há várias *influencers* que trazem boa visibilidade, engajamento, divulgação e lucro para o empreendimento, fazendo provedores dos vestidos e mostrando as vantagens de adquirir os produtos da empresa. E com isso, o feedback deve ser positivo em relação às vendas e satisfação do cliente. Pensando a longo prazo, a loja física se encaixa nos planos futuros. Nada definido ainda como estrutura e localização, mas certamente será pensado e planejado com cautela e criatividade.

3.2.3.1 Canal de venda e distribuição

A venda será direta, ou seja, a venda será feita diretamente ao consumidor final, *WhatsApp*, envios de condicional e visitas para mostrar as roupas e envio das vendas pelos correios ou transportadora caso a cliente seja de outra cidade.

3.2.3.2 Projeção de vendas

A projeção de vendas tende a ser consolidada com o decorrer da existência da empresa, pois haverá dados próprios dos fluxos das vendas, quanto mais abastecido o banco de dados das vendas, melhor será a projeção de vendas, inclusive de quando há mais venda, quais tipos de peças se esgotam mais, as sazonalidades das peças, quando um tipo específico é mais requerido, qual o valor de lucro ideal.

A projeção de vendas e o controle de estoque são dependentes entre si no caso deste pequeno comércio, pois quanto mais informação de projeção maior o giro do estoque e menor a perda por estoque parado.

Variáveis que podem ser inseridas para melhor análise e correlação de dados, datas importantes (festas de fim de ano, Dia das Mães, Dia dos Namorados, carnaval, férias, entre outras); cores; modelos (tubinho, romântico, formal, informal); comprimento (curto, médio, longo); tamanhos (PP, P, M, G, GG); época com promoção x datas especiais. As variáveis ajudam a especificar melhor o nicho de mercado atingido e projetar como atingir outros com o decorrer do tempo.

3.2.4 Promoção

As seguintes estratégias serão utilizadas a fim de promover a loja e seus produtos e serviços, algumas delas também se configuram diferenciais competitivos para a Vanguard4. O uso de ferramentas para gerar tráfego e compras, tais como:

- Divulgação por meio do Facebook e Instagram – O Instagram, será o canal de comunicação mais usado, juntamente com Facebook contendo postagens diárias que mostram as peças de uma forma bem dinâmica e alegre, também contará com postagens que apresentem cores que estão em alta na moda e jeitos diferentes de combinar vestidos com outros acessórios e dicas de como montar looks autênticos e confortáveis. Futuramente algumas publicações serão impulsionadas (pagas) para atrair mais visibilidade, contando com promoções, sorteios, cupons de desconto.

- Grupos e lista de transmissão no WhatsApp – para se ter um contato mais íntimo com as clientes e também apresentar as novidades da loja.
- Embalagens de entrega - Sacolinhas personalizadas com o logotipo da Vanguard4, sempre com um bilhetinho ou cartão, antes de adicionar as peças na sacola será borrifado um cheirinho que lembra os aromas doces e modernos, tudo isso para que as clientes se sintam amadas e cuidadas desde o atendimento até o desembalar do produto.

3.3 ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

As concorrentes da VANGUARDA são todas as lojas que vendem roupas para o mesmo público-alvo que se pretende trabalhar. Os principais concorrentes citados pelas participantes do grupo local foram as seguintes lojas:

• Espaço Simone

Há anos presente na cidade de Nova Andradina-MS, trazendo novidades para seus clientes, é uma loja de roupas e acessórios femininos. Uma referência na região, visto que por estar a mais de 10 anos no mercado, tem uma grande clientela, atendendo jovens, adultas e idosas. O ambiente é agradável e sofisticado, o que chama a atenção das mulheres no geral.

- Pontos positivos: parcelamento das compras em várias prestações; variadas formas de pagamento; roupas bonitas e de boa qualidade; ambiente agradável.
- Pontos negativos: preço elevado; poucas novidades quando chegam; poucas variedades de tamanhos.

• Bem Moderna (principal concorrente)

Loja de roupas femininas e acessórios, com o público-alvo bem similar ao da Vanguard4. Está no mercado há quase 2 anos em Nova Andradina-MS, com um crescente número de clientes. A loja tem uma interação intensa com o público, utilizando bastante das redes sociais, principalmente o Instagram, fazendo sorteios, liquidações e até vídeos na rede social *tiktok* para alcançar mais pessoas.

- Pontos positivos: Preços muito acessíveis; parcelamento em várias prestações; variadas formas de pagamento; roupas da moda; ampliou seu espaço físico recentemente o melhorou muito o conforto das clientes em momentos que a loja está cheia.
- Pontos negativos: Pouca variedade de peças; provadores escuros.

• **Adriana Modas**

Loja física encantadora repleta de vestidos modernos, a empresa tem atraído muitas mulheres com o desejo de adquirir suas peças. Atua no mercado a 2 anos com uma loja em Nova Andradina-MS e outra em Batayporã, município vizinho. Apesar de seus produtos serem destinados principalmente ao público adulto, muitas adolescentes e jovens usam as roupas.

- Pontos positivos: ambiente agradável; roupas sofisticadas; mix de produtos.
- Pontos negativos: preços elevados; organização e exposição das peças não facilitam, é organizada por cores o que mistura os estilos; roupas em excesso nas araras.

• **Detalhes**

A Detalhes atua a mais de 7 anos na cidade de Nova Andradina-MS e tem uma vasta clientela, além do grande número de seguidores no Instagram. Trabalham bem o marketing digital da loja, alcançando diversas pessoas de outros estados também. Seu marco diferencial no início foram as vitrines humanizadas que faziam e os diversos desfiles para a apresentação das coleções de inverno e verão. Trabalha com um mix de peças e cores, o que chama bastante a atenção das mulheres adultas e idosas, seu público-alvo.

- Ponto positivo: criatividade; mix de produtos; variadas formas de pagamento; roupas bonitas e confortáveis.
- Pontos negativos: roupas em excesso nas araras; atendimento de algumas funcionárias deixam a desejar; pouco espaço físico, o que atrapalha no trânsito dentro da loja quando está movimentada.

Ademais, se encaixa na concorrência as sacoleiras que vendem roupas femininas (em especial vestidos) dispostas na cidade de Nova Andradina- MS, dessa forma será montada uma pesquisa que caracterize as mais conhecidas dentre elas.

4 OBJETIVOS E ESTRATÉGIAS PARA ALCANÇÁ-LOS

Os Objetivos e estratégias traçados para a organização estão demonstrados no quadro 2 a 4.

Quadro 2 – Objetivos e estratégias a curto prazo

Objetivo – Curto prazo	Estratégias
O objetivo principal é adentrar o mercado e conquistar o público alvo: mulheres da faixa etária dos 18 aos 80 anos, das classes sociais C e D de Nova Andradina – MS, se mantendo no mercado como loja online e conseguir alcançar 80% da satisfação das clientes, no quesito produto e atendimento.	<ol style="list-style-type: none">1) Atentar-se às tendências de moda do momento;2) Preço e condição de pagamento acessível;3) Metas de vendas;4) Manter o atendimento humanizado;5) Manter a qualidade do produto.6) Oferecer o provador virtual, oferecer descrição detalhada do produto e elaborar fotos de qualidade.7) Ser o consultor do cliente;8) Investir na experiência de <i>checkout</i>.

Fonte: Os autores, 2022.

Quadro 3 – Objetivos e estratégias a médio prazo

Objetivo – médio prazo	Estratégias
O objetivo é fazer investimentos em marketing, mentorias online, para tornar a empresa mais competitiva e mais reconhecida no vale do Ivinhema.	<ol style="list-style-type: none">1) Separar uma quantia dos ganhos para investir em cursos;2) Participar de mentorias online pagas ou gratuitas;3) Usar as redes sociais certas;4) Segmentar o público-alvo

Fonte: Os autores, 2022.

Quadro 4 – Objetivos e estratégias a longo prazo

Objetivo – longo prazo	Estratégias
O objetivo é abrir a loja física para venda e adicionar mais variedades de peças no estoque, tais como, shorts, blusas, jaquetas t-shirts, saias, croppeds e moda praia.	<ol style="list-style-type: none">1) Aumentar o fluxo de caixa;2) Aumentar em 100% a satisfação das clientes;3) Alugar um espaço adequado;4) Adquirir a mobília da loja física;5) Aumentar o estoque de peças.

Fonte: Os autores, 2022.

5 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro da Vanguard4 está elaborado para uma gradual expansão com o passar dos anos, o capital inicial costuma ser o mais custoso e valioso, devido ao esforço inicial empenhado para a sua obtenção, porém mantê-lo também não é tão simples diante de um mercado tão competitivo como o varejo de roupas.

Diante deste cenário, capital valioso, no sentido do esforço para a sua obtenção, e mercado competitivo é que se estabeleceu o plano financeiro abaixo. Inicialmente há a validação do negócio, ao ser posto às sócias os custos iniciais que deverão ser considerados por elas para tomarem conhecimento do quanto necessitam para ingressarem no ramo ou qual a melhor maneira delas ingressarem, posteriormente faz-se necessária a manutenção do controle do fluxo de caixa, essencial para a garantia do capital de giro, o qual é necessário para a sobrevivência da empresa e consequente reabastecimento do estoque.

Entretanto, faz-se necessário conjuntamente com o fluxo de caixa, o controle dos custos, o encontro do ponto de equilíbrio para a manutenção e expansão da empresa, inclusive é o que garante as tomadas de decisão de alavancagens através do uso do *marketing* para promover a empresa, os quais conjuntamente permitirão à empresa o seu crescimento.

Ou seja, é através da garantia da estruturação das demonstrações contábeis e constante abastecimento dos dados necessários destes demonstrativos, que garantirá o bom gerenciamento e consequente tomada de decisão e controle do negócio, conforme as necessidades e o estabelecimento do capital e da empresa.

Por fim, conforme o empreendimento for se desenvolvendo e diante do controle dos dados operacionais e de investimento da empresa, será possível conjuntamente um contador a constante avaliação do melhor regime tributário para a empresa. As despesas iniciais estão apresentadas na tabela 1.

Tabela 1 Despesas iniciais

Aluguel da máquina de cartão de crédito	100,00
Equipamento/ necessário:	200,00
Sacolas/Caixas	200,00
Araras	400,00
Cabides	100,00
Embalagens	200,00

Papel de carta/cartões de visita	80,00
Anúncio pré-lançamento:	50,00
Propaganda Instagram	35,00 (semanal)
Inventário inicial	5.220,00
Vestidos loja X	1.740,00
Vestidos loja Y	1.740,00
Vestidos loja Z	1.740,00
Frete	100,00
Despesas totais	6.685,00

Fonte: Os autores, 2022.

A empresa Vanguard4 após sua abertura realizou as seguintes operações no primeiro mês de funcionamento:

- 1º. As sócias fizeram a integralização inicial em dinheiro ao caixa no valor de 8.000,00.
- 2º Compra de mercadorias para comercialização no valor de 5.220,00.
- 3º Compra de equipamentos e utensílios para loja no valor de 1.200,00
- 4º Pagamento da internet no valor de 120,00
- 5º Compra de materiais de escritório no valor de 150,00
- 6º Receita de venda de mercadorias no valor de 2.260, recebidos em dinheiro.
- 7º Pagamento de despesas diversas no valor de 540,00
- 8º Receita de venda de mercadorias no valor de 4.100, recebidos em dinheiro

Um estudo de fluxo de caixa foi elaborado para melhor visualização da previsão financeira e orçamentária da instituição e é apresentado na figura 7.

Figura 7 Projeção do Fluxo de Caixa

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Caixa inicial	8.000	7.310	10.850	7.890	15.930	20.970	16.586	17.702	19.818	6.434	15.050	23.666
Vendas (\$)	2.120	2.000	2.000	3.000	2.000	3.000	2.000	2.000	3.000	4.000	4.000	4.000
Vendas Débito	2.120	1.500	2.000	3.000	2.000	3.000	1.500	1.500	2.000	3.000	3.000	3.000
Vendas Crédito	2.120	2.000	3.000	4.000	3.000	5.000	2.000	3.000	4.000	5.000	6.000	6.550
Descontos	6.990	1.960	9.960	1.960	1960	15.384	4.384	4.384	22.384	4.384	4.384	24.384
Pg empréstimos	-	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Folha de pagamentos (incl. impostos)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Viagem	-	-	1.000	-	-	1.000	-	-	1.000			1.000
Combustível	-	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Frete	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Publicidade	190	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140
Material escrit.	150	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Internet	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Tarifas bancária	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Saída total de caixa	6.990	1.960	9.960	1.960	1960	15.384	4.384	4.384	22.384	4.384	4.384	24.384
Saldo Final	7.310	10.850	7.890	15.930	20.970	16.586	17.702	19.818	6.434	14.050	23.666	12.832

Fonte: Os autores, 2022.

Para maior controle do Fluxo de Caixa, será necessário acompanhar os ciclos operacional, financeiro e econômico, pois mesmo que não haja vendas por duplicatas, haverá vendas no crédito e a depender da empresa escolhida para operar a compra com cartão, o valor somente será debitado 30 dias após a efetiva compra e haverá necessidade de controle para a manutenção do capital de giro, pois o pagamento de fornecedores será à vista, na rotatividade do cartão ou outros prazos que pelos valores tenderão a ser pequenos. Ademais, faz-se importante tal controle para a aquisição de mercadorias a prazo, quando houver oportunidade e aproveitar o intervalo sem juros, o que garante um ganho nesse lapso temporal considerando inflação, o retorno do investimento.

5.1 Ponto de Equilíbrio

Análise de custos é fundamental para o conhecimento da necessidade do volume de vendas para gerar lucro, bem como para decidir as possíveis estratégias de preço dos produtos. Análise de custos é fundamental para o conhecimento da necessidade do volume de vendas para gerar lucro, bem como para decidir as possíveis estratégias de preço dos produtos, que poderá ser obtido ao inserir os dados na tabela abaixo e quando sofrer alterações é só atualizar os dados e reencontrar o ponto de equilíbrio

Se o valor das vendas (receita) for menor do que o valor determinado como ponto de equilíbrio, a empresa estará no prejuízo. Entretanto, se já tiver atingido o ponto de equilíbrio, as possibilidades de promoção serão maiores.

Vale lembrar, que dentro do ponto de equilíbrio o valor deve considerar inclusive o valor que será pago as sócias como *pró-labore*, entretanto, tendo em vista o valor investido pelas sócias, optou-se inicialmente por reinvestir os lucros integralmente na empresa, priorizando assim o crescimento, a complementação do estoque e a saúde do caixa.

Conforme análise de mercado elaborada em grupos de lojistas que revendem mercadorias semelhantes à deste negócio a margem de lucro costuma ser de 100%, inicialmente será realizada a tentativa desta margem, a qual costuma ser bem aceito pelo mercado e conforme a demanda poderá variar.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo no Brasil vem crescendo muito nos últimos anos. Conforme afirma o SEBRAE (2021), só na última década, tivemos um significativo aumento do número

de empreendedores brasileiros nos mais diversos segmentos e atividades econômicas. Essa tendência, muito proporcionada pelo cenário de instabilidade econômica o qual passamos, vem gerando um cenário positivo para quem quer começar seu próprio negócio e investir numa ideia que proporcione sua própria renda.

Ainda segundo informações da mesma fonte, o empreendedorismo digital foi o que mais se desenvolveu e estimulou esse crescimento, a partir do momento que novas oportunidades nascem a partir de negócios totalmente online, que podem ser iniciados sem sair de casa. Ou seja, o baixo custo de investimento e flexibilidade também é algo que tem chamado muito a atenção dos novos empreendedores, que são cada vez mais jovens.

A partir daí percebe-se a importância de criar um plano de negócios e do presente estudo, que tem como objetivo fazer a construção do negócio no papel, visando e projetando os primeiros anos, reunindo informações que orientem o empreendedor, tanto para identificar a viabilidade ou não do negócio, quanto para auxiliá-lo após o início da execução do plano caso seja viável.

Destaca-se como limitações de que esse plano tem cunho acadêmico e a intenção inicial foi aprender os passos para elaboração do plano estratégico, logo sua aplicação está condicionada a um estudo da organização. Destaca-se também que para atender aos requisitos de aceite em evento, a parte do estudo do macroambiente foi suprimida dessa versão, estando disponível no trabalho completo apresentado como requisito para atendimento as diretrizes do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus de Nova Andradina, MS.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento Estratégico: fundamentos e aplicações**. 1. ed. 13^o tiragem. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SEBRAE. **Lei geral da Micro e pequena empresa**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/lei-geral-completa-10-anos-ebeneficia-milhoes-de-empresas,baebd455e8d08410VgnVCM2000003c74010aRCRD>> Acesso em: 26 maio 2021.