

Plano de negócio de uma empresa de limpeza de piscinas

RESUMO

A crise que afetou o Brasil em consequência da pandemia relacionada ao Covid-19, afetou todos os segmentos empresariais, atingindo muitos profissionais, resultando em alguns casos na perda de seus empregos. Este artigo tem como objetivo apresentar um plano de negócios elaborado para a abertura de uma microempresa voltada para o setor de prestação de serviços, como uma possível solução para a abertura de um negócio. O plano proposto consiste num projeto para abertura de uma microempresa voltada para a limpeza de piscinas, englobando a manutenção e qualidade da água proveniente de uma eficaz operação de limpeza, desinfecção e filtragem. Para a abertura deste negócio foi realizado um estudo do mercado local, com análise dos concorrentes, estratégias de marketing, levantamento dos possíveis fornecedores, elaborado uma previsão de cenários e uma análise da matriz SWOT. Finalmente é verificada a viabilidade econômica para a possibilidade de abertura de uma microempresa para este setor de serviços na região estudada com um prazo de retorno de investimento em 6 meses.

PALAVRAS-CHAVE: Microempresa, Plano de Negócios, Prestação de Serviços.

INTRODUÇÃO

Este artigo é resultante do projeto final do curso de Pós-graduação em Gestão Empresarial, que teve como propósito a realização de um estudo científico relacionado à importância da microempresa no momento atual e as estratégias para garantir a sua perenidade.

A escolha do tema adveio das questões emergenciais decorrentes da pandemia que assolou o mundo e do fato de que no Brasil três em cada 10 microempresas fecham as portas antes dos cinco anos.

No início do ano 2020, a pandemia coronavírus desafiou as empresas, em escala nacional e internacional, a repensarem seus negócios, incrementando uma economia alternativa, que ao contrário das economias tradicionais possibilitaria a

redução dos riscos de contágio e as perdas ambientais, concentrando-se em aumentar o bem-estar da sociedade (ABUSELIDZE & SLOBODIANYK, 2021). A pandemia covid-19 atingiu o mundo, afetou uma enorme quantidade de atividades financeiras, tornando-as por vezes inviáveis de permanecerem no mercado (TOSIDA et al, 2020).

Dessa maneira, as empresas e microempresas precisaram resetar suas estratégias e adotar um pensamento inovador capaz de dar continuidade aos seus serviços, garantindo a qualidade dos seus produtos, evitando assim o encerramento dos seus negócios (ELKHALIL, 2020). Em muitos casos, foi necessário adaptar os negócios de acordo com as dificuldades encontradas para que as empresas e as

microempresas pudessem sobreviver em um mercado cada vez mais competitivo e com restrições da pandemia (SCHINDLER, 2021).

Mesmo antes da pandemia o crescimento no número de microempresas no mercado brasileiro, já era uma realidade. Tal fato levou estudiosos da área de gestão a enfatizarem a importância da profissionalização da gestão como um elemento fundamental para garantir a sustentabilidade e a perenidade do empreendimento (SANTOS et al, 2018). As microempresas possuem grande importância para o funcionamento e desenvolvimento da economia nacional, fato evidenciado pelo aumento da quantidade de micro e pequenas empresas em funcionamento nas últimas décadas, que impulsionam a geração de postos de trabalho, principalmente nos momentos de crise econômica (PESSOA; COSTA; MACCARDI, 2016).

As microempresas que possuem de 1 a 5 funcionários dependem de uma resiliência de receita 14% maior, já as empresas que possuem de 6 a 50 funcionários, usam a flexibilidade de trabalho para sobreviver, embora enfrentem um risco residual de fechamento com um percentual de 10% a 20% maior, devido aos custos envolvidos com o negócio (BARTLETT & MORSE, 2021).

Dentro de um conjunto de estratégias cabe avaliar e ponderar a interação entre os ambientes interno e externo, traçando objetivos de curto, médio e longo prazo. Nesse processo, o monitoramento sistemático se faz imprescindível para que as empresas se mantenham focadas no cumprimento da sua missão e no alcance dos seus objetivos pré-determinados no planejamento estratégico (RIBEIRO, 2016).

Este cenário estimulou o desenvolvimento de um plano de negócios voltado para a criação de uma microempresa de limpeza e manutenção de piscinas, com prestação de serviços a clientes – pessoa física e jurídica, com a adoção de técnicas de limpeza diferenciadas e garantia da qualidade da água para todos os dias do ano, uma vez que se pretende utilizar produtos químicos de qualidade.

A sede da microempresa será num galpão do proprietário. Entretanto houve necessidade de prever investimentos na sua reforma, assim como a aquisição de móveis e equipamentos, como a compra de um veículo para o deslocamento dos funcionários. Os produtos para a manutenção de piscinas consistem basicamente em produtos químicos, utensílios e materiais de limpeza.

Por fim, a previsão financeira considerou impostos e encargos.

METODOLOGIA

Nesta investigação foi utilizada a modalidade de pesquisa exploratória e bibliográfica realizada em livros e sites de internet, tendo como resultado final a elaboração de um plano de negócios composto por oito etapas.

O plano de negócios focou na manutenção de piscinas em uma cidade do interior do estado do Rio de Janeiro, e cidades em um raio de 20 km. Os clientes diretos e canais de venda compreendem pessoas físicas e jurídicas, que possuem piscinas em casas próprias ou alugadas, condomínios, hotéis, pensões, SPAS e estabelecimentos similares.

As etapas constitutivas do plano de negócios são descritas a seguir. Na primeira etapa foram levantados dados para compor o Sumário Executivo. Nele constaram os dados da empresa, dos empreendedores, a missão, o setor de atividade, a forma jurídica, o enquadramento tributário, o capital social e as fontes de recursos. Na segunda etapa foram levantadas informações sobre a Análise de Mercado visando a obtenção de dados referentes ao estudo dos clientes, dos concorrentes e dos fornecedores. Na terceira etapa foram levantadas informações

sobre produtos e serviços, preço, estratégias promocionais, estrutura de comercialização e localização do negócio, de modo construir o Plano de Marketing. Na quarta etapa foi estruturado o Plano Operacional contemplando o *layout*, a capacidade instalada, os processos operacionais e a necessidade de pessoal. Na quinta etapa foram levantados dados relacionados com a previsão dos investimentos fixos, estoque inicial, caixa mínimo investimentos pré-operacionais, investimento total, faturamento mensal, custo unitário, custos de comercialização, apuração do custo de MD e/ou MV, custos de mão-de-obra, custos com depreciação, custos fixos operacionais mensais, demonstrativo de resultados e indicadores de viabilidade, elementos necessários para a elaboração do Plano Financeiro. A sexta etapa consistiu no levantamento na Construção de Cenário e Ações Preventivas e Corretivas. Na sétima etapa foram definidos os parâmetros da Avaliação Estratégica na perspectiva da Análise da matriz de Forças, Oportunidade, Fraquezas e Ameaças- matriz SWOT- , por fim, na oitava etapa a Avaliação do Plano.

O Plano de negócios foi desenvolvido com o auxílio de um software (SEBRAE, 2014).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O plano de negócios elaborado apresentou resultados positivos, com lucratividade de 27,16% e prazo de retorno do investimento em 06 (seis) meses, porém com a experiência a ser adquirida ao longo do tempo, a microempresa poderá ser ampliada podendo gerar uma maior lucratividade, conforme tabela 1 a seguir:

Tabela1: Sumário Executivo

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 253.376,57
Lucratividade	27,16 %
Rentabilidade	229,94 %
Prazo de retorno do investimento	06 meses

Fonte: autor do trabalho

A elaboração do plano proporcionou visibilidade necessária sobre o cenário econômico da região, a compreensão do mercado e a viabilidade de um novo negócio, aguçando o espírito empreendedor do proprietário.

CONCLUSÃO

A utilização de um plano de negócios para decidir sobre a abertura, sobre o investimento, em um novo negócio pós-pandemia é essencial para ir além do simples gerenciamento e aproveitar o momento, as desrupções que aconteceram visando agregar valor nos negócios.

Para acompanhar as mudanças aceleradas pela pandemia, aliadas ao número recorde de funcionários que perderam seus empregos, a capacitação dos empreendedores é urgente e estratégico para o país.

A economia global está mais exigente, o mundo está conectado mais do que nunca e é preciso viabilizar as aspirações de crescimento das microempresas, por meio de ferramentas científicas que garantam a sua sustentabilidade e perenidade.

O plano de negócios é uma ferramenta de gestão potente que instrumentaliza os microempreendedores com uma ferramenta de gestão profissional capaz de amenizar os riscos financeiros, sociais e psicológicos e até mesmo evita-los, além de desenvolver ainda mais a visão do negócio, e instrumentalizá-los a se anteciparem aos eventos, assumindo a responsabilidade por iniciativas que geram impacto no negócio.

A relevância deste estudo está na reflexão sobre a necessidade de adoção de ferramentas gerenciais nas microempresas, visto que elas são fundamentais para o desenvolvimento do país tanto econômica como socialmente. .

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abuselidze, G., & Slobodanyk, A. (2021). **Pandemic crisis and its impact on small open economies: A case study of COVID-19** doi:10.1007/978-3-030-57450-5_61

Bartlett, R. P., & Morse, A. D. A. I. R. (2021). **Small business survival capabilities and fiscal programs: Evidence from oakland. Journal of Financial and Quantitative Analysis**, doi:10.1017/S0022109021000478

Elkhalil, Y. A. (2020). **Innovation as part of the strategy for microbusinesses during covid-19. Paper presented at the Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management**, 59 1027-1036.

Pessoa, L. C; Costa, G.; Maccardi, E. A.. **As micro e pequenas empresas, e o problema dos créditos ICMS**. 12. Ed. São Paulo: Revista Direito Fgv, 2015. ISSN 2317-6172. Disponível em: 20 Out. 2021.

Ribeiro, P., R. **Planejamento Estratégico: Vantagens da utilização do planejamento estratégico em micro e pequenas empresas**. Universidade do Paraná. Curitiba 2015.

Disponível em: <https://www.acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/54280/R%20-%20E%20%20PAULO%20RICARDO%20RIBEIRO.pdf?sequence=1&isAllowed=y> - Acesado em Agosto de 2021.

Santos, P.; Lima, N; Carvalho, L. **Um estudo acerca da sobrevivência de micro e pequenas empresas (MPES)**. IX Simpósio de engenharia de produção da região Nordeste. Juazeiro, Baia 2018. <https://doity.com.br/media/doity/submissoes/artigo-a22d65bb67c7b2d9305a9c470baa0ec45b3f00f-arquivo.pdf> - Acessado em Julho de 2021.

Schindler, F. (2021). Adapt [MicroBusiness]. **IEEE Microwave Magazine**, 22(9), 14-15. doi:10.1109/MMM.2021.3086376

Sebrae – **Software plano de negócios 3.0** (Julho 2014) disponível em: <http://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Software/Software-Plano-de-Negocio-30> - Acessado em Julho de 2021.

Tosida, E. T., Permana, A., Karlitasari, L., Ardiansyah, D., Andria, F., Bon, A. T. (2020). **Digital tourism education collaboration for strengthening micro business and post covid-19 sustainable education models**. Paper presented at the Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, (August) 2-10

ABSTRACT

The crisis that affects Brazil resulting from the Covid-19 pandemic, has a great impact on all business segments, affecting many professionals who just lost their jobs. This article aims to develop a business plan for microbusiness opening, focused on the service sector, as a possible solution for a business opening. The quality of service sector plays a key role in the opening of any microbusiness, since is a segment that becomes increasingly competitive and has a wide reach in the national market. The proposed business plan aims to provide a good maintenance and water quality through an effective cleaning, disinfection, and filtering operation of swimming pools. The pool's maintenance takes place on the clients' properties, and the microbusiness head office takes place in the owner's shed. For this business opening, a local market analysis was carried out, with analysis of competitors, marketing approach, survey of possible suppliers, preparation of a scenario forecast, and an analysis of SWOT matrix. Finally, the economic feasibility for this type of business was verified according to the region under study, with a payback period of 6 months.

Keywords: Microbusiness, Business-Plan, Services Sector.