



IDE
• cursos corporativos
• management
• online

**FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS
INSTITUTO SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS**

DAVID JUNIOR BRAS DOS REIS

**ANALISE DE UM PLANO DE NEGÓCIO PARA UMA EMPRESA DE
TREINAMENTO EMPRESARIAL NA REGIÃO DE LONDRINA/PR**

LONDRINA – PR

2015

DAVID JUNIOR BRAS DOS REIS

**ANALISE DE UM PLANO DE NEGÓCIO PARA UMA EMPRESA DE
TREINAMENTO EMPRESARIAL NA REGIÃO DE LONDRINA/PR**

Trabalho apresentado ao curso MBA em Gestão Estratégica de Empresa, Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, do Programa FGV Management da Fundação Getúlio Vargas, como pré-requisito para a obtenção do Título de Especialista.

José Carlos Franco de Abreu Filho
Coordenador Acadêmico Executivo

Theodomiro S. M. Delpim
Orientador

Londrina – PR
2015

REIS, David Junior Bras,

Análise de um Plano de Negócio para uma empresa de Treinamento Empresarial na região de Londrina/PR

Trabalho de conclusão de curso – Instituto Superior de Administração e Economia da Fundação Getúlio Vargas, FGV Management, MBA em Gestão Estratégica de Empresas, 2015.

1. Treinamento, 2. Desenvolvimento, 3. Eficiência, 4. Rentabilidade

Trabalho de Conclusão de Curso

“Analisar um Plano de Negócio para uma empresa de Desenvolvimento Empresarial na região de Londrina/PR”

Elaboradora por David Junior Bras dos Reis

e aprovado pela Coordenação Acadêmica do MBA em Gestão Estratégica de Empresas, foi aceito como requisito parcial para obtenção do certificado do curso de pós-graduação, nível de especialização, do Programa FGV Management.

Data da Aprovação: _____,_____,_____

José Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

Theodomiro S. M. Delpim

Orientador

TERMO DE COMPROMISSO

O aluno David Junior Bras dos Reis, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresa, Turma LD3/13 Londrina (11/2013), do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição conveniada ISAE, no período de 16/11/2013 a 31/08/2015, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado *“Analisar um Plano de Negócio para uma empresa de Desenvolvimento Empresarial na região de Londrina/PR”*, é autêntico e original.

Londrina, 29 de Dezembro de 2015

David Junior Bras dos Reis

Dedicatória

Dedico este trabalho a minha Esposa Allyne Holanda Bena pelo apoio neste empreendimento, aos meus sócios Rodrigo Nascimento e Ana Flavia Santos. Sem eles a execução deste desejo jamais teria ocorrido.

Dedico também a cidade de Londrina, que embora eu seja Paulistano, me sinto e reconheço como sendo mais daqui do que propriamente de São Paulo, espero que de alguma forma possamos retribuir o carinho da cidade oferecendo um negócio que aumente a produtividade da nossa região destacando a mesma ainda mais no cenário nacional.

Resumo

Palavras Chave: Treinamento, Desenvolvimento, Capacitação, Rentabilidade.

O bem da economia de uma nação é preponderando para a sua performance financeira, sendo constantemente um dos fatores principais para a falência de muitas que não resistem as crises do mercado. Mas muitas outras empresas, isto acaba passando sem comprometer significativamente a sua rentabilidade a ponto de ter que fechar. Acreditamos que o segredo destas organizações é basicamente única, equipe capacitada com conhecimento pleno do negócio e estratégias que proporcionam alternativas rentáveis para não deixar que o negócio seja prejudicado com ondas negativas nas áreas externas. Portanto, o foco deste trabalho de conclusão de curso é desenvolver um plano de negócio para uma empresa de Treinamento e Desenvolvimento que foque seu conteúdo na promoção da capacitação das equipes administrativas e gerenciamento para as questões de rentabilidade, sustentabilidade e eficiência aos seus clientes que são necessariamente outras empresas.

Abstract

Key Words: Training, Development, Training, Profitability

The good of a nation's economy is preponderant for its financial performance, constantly being a major factor in the failure of many who do not resist the market crises. But many other companies, it ends up spending without significantly compromising its profitability to the point of having to close. We believe that the secret of these organizations is basically unique, qualified staff with knowledge of business and strategies that provide cost effective alternatives to not let the business be harmed by negative waves in the outdoors. Therefore, the focus of this course conclusion work is to develop a business plan for a business of Training and Development that focuses its content in promoting the training of administrative staff and management to questions of cost efficiency, sustainability and efficiency to its customers that are necessarily other companies.

Sumário

1. INTRODUÇÃO	10
2. REFERÊNCIAL TEORICO	13
2.1. CONSIDERAÇÕES DA ÁREA DE NEGÓCIO.....	13
2.1.1. CONCEITUANDO TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL	13
2.1.2. CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL COMO FATOR DE GERAÇÃO DE RENTABILIDADE	15
2.2. MODELOS DE CONHECIMENTO.....	15
2.3. ANALISE DA REGIÃO DE LONDRINA.....	16
2.4. ANALISE DE MERCADO.....	20
2.4.1. ANALISE DO SETOR.....	20
2.5. ANALISE DE CENÁRIO	21
3. METODOLOGIA.....	23
4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	24
4.1. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	24
4.2. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	25
4.2.1. RAZÃO SOCIAL	25
4.2.2. LOCALIZAÇÃO	25
4.2.3. EQUIPE	25
4.2.4. PROPRIEDADE INTELECTUAL	27
4.3. SERVIÇOS E PRODUTOS	27
4.3.1. DESCRIÇÃO.....	27
4.3.2. CURSOS E CONTEÚDOS	27
4.4. PLANEJAMENTO DE MARKETING	28
4.4.1. ESTRATÉGIA DE MARKETING.....	28
4.4.2. PRODUTO.....	30
4.4.3. PREÇO	31
4.4.4. COMERCIAL.....	31

4.4.5.	PROMOÇÃO.....	31
4.5.	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	32
4.5.1.	VISÃO, MISSÃO E VALORES.....	32
4.5.2.	ANALISE SWOT.....	33
4.5.3.	AS CINCO FORÇAS DE POTER	35
4.5.4.	METAS.....	37
4.5.5.	OBJETIVOS.....	37
4.5.6.	FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA	37
4.5.7.	FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO.....	38
4.5.8.	IMPLEMENTAÇÃO	38
4.6.	PLANO FINANCEIRO	40
4.6.1.	DRE 2016 – ANO 1.....	40
4.6.2.	BALANÇO PATRIMONIAL 2016 – ANO 1.....	41
4.6.3.	DEMONSTRAÇÃO ECONÔMICO FINANCEIRA – PROJEÇÕES PARA 5 ANOS	41
4.7.	ANALISE DE DADOS	42
4.7.1.	ÍNDICES DE ESTRUTURA DE CAPITAIS/ENDIVIDAMENTO	42
4.7.2.	ÍNDICES DE LIQUIDEZ OU SOLVÊNCIA.....	43
4.7.3.	ÍNDICES DE RENTABILIDADE.....	45
5.	CONCLUSÃO.....	49

1. INTRODUÇÃO

A nossa economia convive com altos e baixos, longe de um cenário sólido, embora obtenha potencial imenso graças a peculiaridade da sua diversidade agrícola, minério, pecuário, *commodities* em geral, tudo dentro de uma territorialidade de proporções continentais, tem potencial para ser, mas não é, e não será exatamente neste contexto que queremos aprofundar nossa pesquisa, cujo propósito é oferecer um conteúdo que pode sim favorecer irmos além deste cenário externo. Me baseio em um discurso de Jorge Paulo Lemann em um evento promovido pela Endeavor, no dia 13/08/2015, em São Paulo / SP: “Os empreendedores é que vão salvar o Brasil”, segundo o *mega* empresário: “Dificuldade gera a necessidade de melhorar” e uma das tantas lições de Lemann que apresentou neste encontro, uma delas me chamou atenção: “Formar gente boa é o melhor negócio que se faz”, indo mais além, disse:

“O empreendedor tem que dar grande importância ao tópico de gente. Geralmente, ele olha mais para custos e vendas e contrata alguém de RH para se ocupar do assunto. Gente é algo em que o dono tem que estar envolvido.

Na época do banco, eu entrevistava 1.000 pessoas por ano e as acompanhava. Hoje em dia, a AB InBev tem 150 mil pessoas e, até quando vai para a China, o Conselho vai tomar café com os trainees de lá; é essencial essa mentalidade de que gente é realmente importante. O Carlos Brito, CEO, também é extremamente ligado: ele sabe de cor a lista dos ‘High Potentials’ da empresa, tem uma ideia de quais são os trainees bons, onde estão, e como estão evoluindo. O Conselho discute uma vez por ano as 500 principais pessoas da empresa, o que elas têm de bom e em que precisam evoluir.

Gente é tão importante quanto vender, é tão importante quanto produzir barato. E se delegar para alguém, provavelmente não vai dar certo.”
(LEMANN, 2015)

Estas palavras do Lemann (2015) me chamaram muita atenção, o que tomei como iniciativa para aprofundar neste assunto de desenvolvimento de gente, o que pode explicar o sucesso das suas empresas e ao mesmo tempo o fracasso de tantos outros: a atenção ao tema, zelo com o desenvolvimento e treinamento adequado ao seu time, como disse Lemann (2015), pessoas é o que há de mais importante nas empresas.

Toda empresa é feita de gente, para nos policiarmos na nossa condução aqui buscamos como referência um artigo do empresário Ricardo Nunes: “Toda empresa é feita de gente. Você deve saber disso e provavelmente ainda reproduz: ‘as pessoas são o principal patrimônio de uma empresa’, ‘as pessoas vêm em primeiro lugar’, ‘gente é o principal ativo’. O que implica em um clichê é essa exata combinação, entre a repetição excessiva de uma ideia e a sua não aderência à realidade, que vai desgastando o sentido original pelo mau uso.” (NUNES, 2013).

Este assunto não é nenhuma novidade, é até mesmo bastante obvio e difundido, mas então por que é tão pouco aderente? Se está sendo bem divulgado, provado que faz diferença, exemplos são inúmeros, onde estamos errando, que a aderência não ocorre em boa parte do negócios?

Justamente neste sentido que estruturaremos este trabalho, em como colocar em prática, assim como fazer acontecer em uma empresa através do desenvolvimento profissional das equipes que as compõe e em específico, analisaremos o desenvolvimento de uma empresa de Treinamento e Desenvolvimento para atender inicialmente a região de Londrina / PR, e que através de uma metodologia de trabalho interdisciplinar busque potencializar um conteúdo de treinamento afim de elevar a capacidade dos seus clientes para resolverem internamente as crises operacionais e estratégicas, que impactam a suas rentabilidades e sustentabilidade. No caso deste último termo, não agregamos para as questões ecológicas, e sim, sustentabilidade no que diz respeito a sustento, desenvolver o negócio com segurança dentro de uma perspectiva longa.

Tudo inicia-se através da relação de amigos de trabalho, que sempre tiveram a ânsia de empreenderem juntos, e ao mesmo tempo, de abrir um negócio voltado para a área de consultoria empresarial, mas não uma empresa que simplesmente diz o que há de errado, deixando toda a responsabilidade de resolução a cargo do cliente, queremos ir além. E mais importante que a ideia, temos isto em consenso, é a execução, que seguindo a linha de raciocínio de Fabio Yabu: “Uma ideia é um problema disfarçado de solução” (YABU, 2012) e continua: “Não há glória, não há vitória, não há nada enquanto não houver execução, frequência e disciplina empregados diariamente [...] não cabem adjetivos numa ideia, simplesmente por não

existir ideia boa ou ruim. Ter uma ideia é como fazer matrícula numa academia. É algo totalmente isento de valor.” (YABU, 2012).

Este texto, foi primordial para que saíssemos deste universo subjetivo da ideia e fossemos para a execução iniciar o negócio em si, traçar um plano e ir em frente, criar um negócio profissional com objetivo de regularizar crises empresariais através de treinamentos e desenvolvimento profissional, oferecendo aos nossos clientes, um apoio externo, cujos conceitos novos estivessem mesclados com a realidade da empresa, com as ferramentas e pessoas que a empresa mesmo possui.

Com o objetivo definido, através de um plano de negócio, buscaremos analisar a possibilidade desta proposta de negócio, para identificar se é de fato uma ideia viável e rentável do ponto de vista empresarial. O sentido de um plano de negócio é justamente este, indicar a viabilidade para dar segurança ao empreendedor, e assim investir com segurança.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Considerações da área de Negócio

Toda ação empreendedora tem como objetivo a rentabilidade como meta final, e ao mesmo tempo gerar valor e credibilidade em uma operação no aspecto de desafio, retorno e satisfação aos seus clientes. E justamente nestes dois pontos que projetamos a estruturação de um negócio. Obter ganhos financeiros com uma operação profissional que ajude outras empresas ganharem também.

Buscaremos estabelecer uma parceria comercial pelo viés da Negociação Interativa, que segundo Souza “Trata-se daquela negociação realizada em torno de vários objetos, ou de vários debates, onde os negociadores, nesse caso, nem merecem serem chamados de oponentes, pois a intenção aqui será a somatória de interesses e não a divisão deles” (SOUZA, 2015).

2.1.1. Conceituando Treinamento e Desenvolvimento Profissional

Treinamento

Para que o propósito dos treinamentos tenham êxito, é muito importante que siga um fluxo cíclico, onde busca continuamente repassar ou reciclar informações, atitudes e habilidades diretamente de tarefas ou otimização do trabalho, para aumentar qualidades nos recursos humanos, habilitá-los a serem mais produtivos e contribuir melhor para o alcance dos objetivos organizacionais. Seu alvo é aumentar a produtividade nas pessoas em seus cargos influenciando seus desempenhos e comportamentos fazendo com que o treinando alcance certo grau de eficiência exigido na realização das tarefas relacionadas a atividade.

Implantar uma rotina de treinamentos nas organizações é de extrema importância para seus resultados e desenvolvimento dos colaboradores, buscando continuamente a sua motivação e proporcionando qualidade de vida, tornando o ambiente de trabalho mais agradável, harmonioso, transparente, ético, e equilibrado. Alguns programas de treinamento tem por objetivo transmitir informações ao

funcionário sobre a organização, suas políticas e diretrizes, regras e procedimentos, missão e visão organizacional, produtos, serviços, clientes e concorrentes. Já outros estão concentrados em desenvolver as habilidades das pessoas e capacitá-las no seu trabalho. Há também aqueles que visam desenvolver conceitos e elevar o nível de abstração das pessoas para que elas possam pensar e agir em termos mais amplos.

Desenvolvimento:

Segundo Borinelli (2011) a área de Desenvolvimento já diverge mais que treinamento, embora ambas caminhem juntas, sendo completamente descartado qualquer tentativa de desmembramento, no caso, especifica-se às ações organizacionais de que estimulam o crescimento pessoal de seus integrantes.

No Brasil, o desafio de implantar uma área de Treinamento & Desenvolvimento é muito maior que nos países desenvolvidos, pois o nível de escolaridade da mão de obra no mercado ainda é com níveis muito baixos para desenvolver, o que impede qualquer disputa de mercado com os países desenvolvidos. Por isso, é de importância extrema a produção de conhecimentos e a adoção de novas tecnologias para dar suporte a área de Treinamento & Desenvolvimento.

Colaboradores treinados, capacitados e motivados notarão a importância da sua ação intelectual como um ser vital para a execução do fim proposto ao mesmo, estando cada vez mais dispostos a melhorar e elevar seus desempenhos na padronização das tarefas. Alinhando assim, toda a equipe de modo que os objetivos organizacionais e pessoais sejam atingidos.

A eficiência nesta área é imprescindível, sendo que não basta envolver apenas alguns. Para obter resultados, todos devem ter o mesmo objetivo, engajados em trabalhar juntos, qualificar e capacitar os colaboradores para que possam alcançar melhores resultados e maior competitividade organizacional.

“O treinamento tem que estar ligado ao ciclo de vida da organização, de nada adianta efetuar todas as etapas do treinamento se este não está sincronizado com a fase que a empresa se encontra no seu ciclo de vida. A vida de uma empresa é composta por períodos e estes por uma série de características a serem alcançadas, ao compasso que surgem novas características capazes de suprir as anteriores, estas passam a

ser obsoletas. Acompanhando esse processo, pode-se afirmar que a empresa ao alterar suas características, alcançando novas, está evoluindo no seu ciclo de vida.” (BORINELLI, 2011)

Desenvolver e treinar significa preparar seus funcionários a promover habilidades, conhecimentos, padronização das atividades e a sensação de ser inserido como um ser humano e não mais um ser descartável. Neste sentido, irá sempre melhorar seus resultados gerando um bom clima organizacional.

Segundo Araujo (2010) o treinamento inicia como solução a uma necessidade ou a uma oportunidade em um ambiente organizacional. Constituir o valor faz com que o círculo completo do fluxo seja executado completamente, pois enfoca as necessidades, os problemas e as oportunidades que ele busca resolver. Não fez antes, ou não fez tão bem, por exatamente não dominar a complexidade da ação designada.

2.1.2. Capacitação Profissional como fator de geração de Rentabilidade

O treinamento é um meio de desenvolver competências nas pessoas para que se tornem mais produtivas criativas e inovadoras, isto é, capacitadas a fim de ajudar a organização e se tornar cada vez mais competitiva. Sendo assim o treinamento é uma fonte de lucratividade ao permitir que as pessoas contribuam efetivamente para os resultados do negócio.

Um treinamento a ser considerado investimento, precisa mostrar resultados, que só serão alcançados se tiverem objetivos claros, conteúdos que agreguem valor e cobrança efetiva que aplique o que foi aprendido. O projeto de Treinamento e Desenvolvimento visa identificar falhas e criar alternativas que proporcionem melhorias nos processos. Tal projeto demonstra ser um importante elo entre a dimensão do conhecimento, valorização e desempenho das pessoas, além das demais práticas de Recursos Humanos.

2.2. Modelos de Conhecimentos

De acordo com SEMPRE (2009), os padrões de aprendizagem podem ser definidos como atitudes ou métodos pelos quais as pessoas aprendem ou constroem

conhecimentos. Assim, as diversas teorias de aprendizagem podem ser agrupadas em:

1. Conhecimento Tácito: é aquele adquirido com a experiência da prática, ao longo da vida, que proporciona uma habilidade pelo fazer. Embora subjetivo, é um dos casos mais comuns, sendo pouco explorado nas organizações. Quem já fez tanto algo, muitas e muitas vezes, a facilidade na execução tende a ser maior do que aquele que apenas leu, pesquisou, mas não praticou.

2. Hipóteses de Ambientalistas: nessas teorias o conhecimento é resultado da ação de pessoas que sabem algo, ou sabem fazer alguma coisa, e ensinam a outros aquilo que sabem. Essas teorias se atrelam à educação escolar.

3. Hipóteses Inatistas: abrangem a aprendizagem como sendo congênita ao indivíduo; são teorias que se conectam ao conceito de autodidatismo e a ideia de que a aprendizagem deriva de aptidões essenciais à pessoa.

4. Hipóteses Sócio interacionistas: idealizam a aprendizagem como decorrência direta da influência mútua entre as pessoas, influência mútua que se manifesta por meio da troca de ideias, diálogo, discussão e da crítica.

Os modelos, na prática, que são mais utilizados para capacitação empresarial são treinamentos presenciais, treinamentos à distância, oficinas, seminários, palestras motivacionais, palestras show, dinâmicas de grupo, consultoria.

2.3. Análise da Região de Londrina

O foco do nosso trabalho é atingir empresários, profissionais liberais, de administração, gerências e interessados em geral em desenvolvimento profissional, que estejam interessados em aumentar o conhecimento das suas Equipes e manter-se atualizado sobre as novas práticas do mercado de trabalho. O foco principal são para os profissionais de Londrina e Região, embora, cogitamos em um futuro próximo expandir o mercado através de parcerias com outras empresas do ramo, que pela troca de experiência, pode se tornar algo viável como um padrão de Redes Cooperadas.

Mas no início das operações, não pretendemos desviar a atenção para a região onde temos conhecimento pleno.

Segundo dados da Prefeitura Municipal de Londrina, a população de Londrina é a maior do Norte do Paraná e também a maior cidade próxima do interior sul de São Paulo, só a região metropolitana de Londrina tem uma população de 1.067.214, sendo em Londrina 548.249, dados do ano de novembro de 2013, mais a Região de divisa com o Estado de São Paulo, que tem 553.778 habitantes. Total da região próxima de Londrina, passa de 1.600.000.

Para aprofundar nossa análise a respeito da Região de Londrina, iremos expor dados e tabelas colhidas em um estudo realizado pela Prefeitura de Londrina, que foi divulgada oficialmente em sua home page: www.londrina.pr.gov.br, sob responsabilidade da secretaria de Planejamento, Orçamento e Tecnologia, material intitulado: “Londrina em Dados – 2014 (Ano base 2013) – 1 Coordenadas Geopolíticas”:

NÚMERO DE DOMICÍLIOS SEGUNDO USO E TIPO - 2010

DOMICÍLIOS	URBANA	RURAL	TOTAL
TOTAL DE DOMICÍLIOS	175.905	5.262	181.167
Coletivos	245	7	252
Particulares	175.660	5.255	180.915
Ocupados	161.280	3.777	165.057
Não ocupados	14.380	1.478	15.858
De uso ocasional	3.432	745	4.177
Vagos	10.948	733	11.681

FONTE: IBGE - Censo Demográfico

NOTA: Dados da sinopse.

POPULAÇÃO CENSITÁRIA SEGUNDO FAIXA ETÁRIA E SEXO - 2010

FAIXA ETÁRIA (anos)	MASCULINA	FEMININA	TOTAL
Menores de 1 ano	3.372	3.213	6.585
De 1	3.282	3.072	6.354
De 2	3.189	2.967	6.156
De 3	3.240	3.213	6.453
De 4	3.318	3.272	6.590
De 1 a 4	13.029	12.524	25.553
De 5	3.412	3.331	6.743
De 6	3.368	3.296	6.664
De 7	3.379	3.161	6.540
De 8	3.346	3.248	6.594
De 9	3.588	3.449	7.037

FAIXA ETÁRIA (anos)	MASCULINA	FEMININA	TOTAL
De 5 a 9	17.093	16.485	33.578
De 10	4.181	3.912	8.093
De 11	3.951	3.715	7.666
De 12	4.021	3.895	7.916
De 13	4.025	3.848	7.873
De 14	4.036	3.975	8.011
De 10 a 14	20.214	19.345	39.559
De 15	4.211	4.135	8.346
De 16	4.063	3.960	8.023
De 17	4.100	4.064	8.164
De 18	4.156	4.287	8.443
De 19	4.209	4.480	8.689
De 15 a 19	20.739	20.926	41.665
De 20 a 24	22.309	22.917	45.226
De 25 a 29	21.624	22.620	44.244
De 30 a 34	19.927	21.319	41.246
De 35 a 39	17.492	18.863	36.355
De 40 a 44	17.264	19.709	36.973
De 45 a 49	16.176	18.788	34.964
De 50 a 54	13.926	16.606	30.532
De 55 a 59	11.725	14.020	25.745
De 60 a 64	9.161	11.318	20.479
De 65 a 69	7.003	8.486	15.489
De 70 a 74	5.232	6.571	11.803
De 75 a 79	3.429	4.708	8.137
De 80 anos e mais	3.344	5.224	8.568
TOTAL	243.059	263.642	506.701

FONTE: IBGE - Censo Demográfico

NOTA: Dados do universo.

POPULAÇÃO CENSITÁRIA SEGUNDO TIPO DE DOMICÍLIO E SEXO - 2010

TIPO DE DOMICÍLIO	MASCULINA	FEMININA	TOTAL
Urbano	235.638	257.882	493.520
Rural	7.421	5.760	13.181
TOTAL	243.059	263.642	506.701

FONTE: IBGE - Censo Demográfico

NOTA: Dados do universo.

POPULAÇÃO OCUPADA SEGUNDO AS ATIVIDADES ECONÔMICAS - 2010

ATIVIDADES ECONÔMICAS (CNAE Domiciliar 2.0)	Nº DE PESSOAS
Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura	9.890
Indústrias extrativas	156
Indústrias de transformação	33.403
Eletricidade e gás	721
Água, esgoto, atividades de gestão de resíduos e descontaminação	2.080
Construção	18.889
Comércio; Reparação de veículos automotores e motocicletas	53.216
Transporte, armazenagem e correio	12.345
Alojamento e alimentação	11.543
Informação e comunicação	5.530
Atividades financeiras, de seguros e serviços relacionados	4.602
Atividades imobiliárias	1.827
Atividades profissionais, científicas e técnicas	12.030
Atividades administrativas e serviços complementares	10.892
Administração pública, defesa e seguridade social	8.339
Educação	17.608
Saúde humana e serviços sociais	16.305
Artes, cultura, esporte e recreação	2.698
Outras atividades de serviços	8.642
Serviços domésticos	15.207
Organismos internacionais e outras instituições extraterritoriais	42
Atividades mal especificadas	15.962
TOTAL	261.930

FONTE: IBGE - Censo Demográfico

NOTA: Atividade econômica segundo a CNAE Domiciliar 2.0.
Resultados gerais da amostra.

Impostos sobre produtos líquidos de subsídios a preços correntes	2.371.572 mil reais	
PIB a preços correntes	12.826.470 mil reais	
PIB per capita a preços correntes	24.871,62 reais	
Valor adicionado bruto da agropecuária a preços correntes	193.060 mil reais	
Valor adicionado bruto da indústria a preços correntes	1.783.041 mil reais	
Valor adicionado bruto dos serviços a preços correntes	8.478.797 mil reais	

Fonte: IBGE, em parceria com os Órgãos Estaduais de Estatística, Secretarias Estaduais de Governo e Superintendência da Zona Franca de Manaus - SUFRAMA.

2.4. Análise de Mercado

2.4.1. Análise do Setor

O Mercado de treinamento está bastante aquecido, nunca se falou tanto em empresas assim, obviamente pelo déficit intelectual e as novas exigências do mercado, por isto este é um dos setores que mais crescem no mundo. Uma condição especial é vivida pelos países ditos emergentes, como a Rússia, Índia, China e Brasil, onde o mercado de trabalho ainda se desenvolve e tudo muda numa alta velocidade. A demanda das empresas por pessoas capacitadas, empreendedoras e solucionadoras de problemas, torna-se a mola propulsora do setor, fazendo com que, a cada dia, o ramo de capacitação profissional se transforme de extremo interesse pelos empresários e profissionais da área de negócios.

“A boa notícia da pesquisa é que a crise não acabou com os investimentos nesta área, como seria natural inferir, já que corte de custos é o tema mais frequente na gestão empresarial brasileira neste momento difícil para a economia.”

“Não temos visto isto acontecer no Brasil. O que ocorre é que os gastos com treinamento e desenvolvimento precisam ser muito bem fundamentados e justificados, sobretudo em tempos de crise, o que está sendo feito (COZZO, 2015).”

Diz Igor Cozzo, diretor de comunicação da Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento (ABTD).

“O levantamento teve a participação de 425 empresas do setor de Treinamento e Desenvolvimento (T&D) e seus resultados serão discutidos nesta semana durante o 30º Congresso Brasileiro de Treinamento e Desenvolvimento (CBTD) 2015, entre os dias 25 e 27 de novembro, em Santos (SP).” (COZZO, 2015).

A procura pode ser grande, mas juntamente, a concorrência em treinamento empresarial é ainda maior. Desde cursos técnicos, palestras, cursos superiores em tecnologia, seminários, cursos à distância, infinitas escolas de treinamentos EAD e consultores que estão diversificando seus serviços, para treinamento e desenvolvimento. O mercado é realmente disputado, variando desde escolas técnicas locais a palestrantes renomados, porém, não percebemos nenhuma empresa com participação avassaladora, temos percebido que as empresas, que ainda assim, em sua maioria, são mesmo de atuação regional, no caso do mercado de Londrina, são poucas empresas que realmente incomodam, digamos que o mercado ainda tem muito espaço para atuarmos.

2.5. Análise de Cenário

A nossa empresa nasce num momento de turbulências, a crise econômica avassala nossas empresas e empregos, porém surge rica de oportunidades para empreendedores atentos a bons negócios. Internamente, o Brasil passa por um período de retenção de crescimento, apresentando alto índice de desemprego, queda no PIB – Produto Interno Bruto e desequilíbrio da balança comercial. As taxas de juros continuam altas. Um cenário completamente avesso ao empreendedorismo, contudo, entendemos que há um aspecto predominante, somos um país ineficiente, profissionalmente falando.

Seguindo essa linha de raciocínio temos um texto escrito para a Exame de Humberto Maia Junior (MAIA, 2015), que elucida de forma muito clara a questão da produtividade de um Brasileiro, quando comparado com um Americano:

“Segundo No início do século 20, o americano Henry Ford cunhou uma frase que continua presente nos manuais de gestão: ‘Há uma única regra para um industrial: faça produtos com a melhor qualidade possível, ao menor custo, pagando os salários mais altos que puder.

Hoje óbvia, a lição de Ford foi tirada das experiências da primeira linha de montagem de carros, criada em 1913, em Highland Park, em Michigan. Nela, o operário passou a repetir a função de inserir as peças nos veículos, movidos numa esteira. O propósito dessa organização foi ganhar produtividade.

Cada empregado da Ford recebia 5 dólares ao dia — o dobro da média americana da época. No sistema fordista, um carro passou a ser montado em 98 minutos, com qualidade, preço baixo e volume de produção. O método, que exigia grande investimento em máquinas, foi amplamente copiado e transcendeu as fronteiras do setor automotivo e dos Estados Unidos.

Um século depois, a obsessão de Ford pelo aumento de produtividade de homens e máquinas continua a ser um mantra. Do chão de fábrica, ela migrou para a agricultura, para a construção e para os serviços — e ganhou a dimensão das nações.

A capacidade de fazer mais com os recursos disponíveis se tornou também um atalho para o desenvolvimento. “A melhor maneira de um país enriquecer é conseguir que cada trabalhador produza mais”, diz o economista José Alexandre Scheinkman, professor da Universidade de Princeton.

A má notícia é que o Brasil, país de renda média que almeja ser rico um dia, emperrou nesse quesito. De acordo com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, a produtividade brasileira está estagnada há três décadas. Nos anos 80, ela encolheu 1,35% ao ano. Continuou a cair à média de quase 1% ao ano na década seguinte.

Nos anos 2000, avançou apenas 0,9% por ano, cifra insuficiente para zerar os tombos anteriores. O que está em jogo não é mais uma estatística mirrada, como tantas outras do Brasil. Trata-se da capacidade de o país continuar crescendo com vigor. O crescimento da economia na última década ocorreu graças à incorporação de milhões de pessoas ao mercado de trabalho e à forte demanda internacional por nossos produtos.

Tudo isso foi ótimo para o Brasil. Mas dificilmente esses fenômenos se repetirão daqui por diante. Agora, o país vai precisar tirar mais de cada máquina e de cada trabalhador. Para reconquistar o brilho, precisamos, imediatamente, vencer a batalha da produtividade.” (JUNIOR, H, 2015).

O que podemos dizer que hoje há pelo menos uma consciência para este déficit que com certeza explica o fato de sermos tão improdutivos e rentáveis, por isto acreditamos que negócio na área de treinamento, vai muito além de uma necessidade simples, como oportunidade de ganhos, trata-se de uma necessidade real para o desenvolvimento da nação, portanto, nossa maior crise é na verdade de Eficiência, e neste aspecto que desenvolveremos a abertura da nossa empresa.

3. METODOLOGIA

Este trabalho de conclusão de curso consiste em analisar um plano de negócio para uma empresa de Treinamento e desenvolvimento, a qual busca estabelecer-se em um novo nicho de mercado, capacitação e treinamento a partir de da identificação de um cenário crítico do cliente, para que esse trabalho reverta os resultados para um caminho.

Trata-se de uma empresa que estamos buscando desenvolver, ou seja, não estamos analisando uma empresa externa ao autor do trabalho e sim uma empresa que o próprio está abrindo.

Considerando ser oportuno o momento de colocar em pratica o conteúdo adquirido no curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresa da Fundação Getúlio Vargas, e assim, praticar para a realização de um sonho.

As informações para a elaboração deste plano de negócio voltou-se para uma pesquisa própria observando que na região de Londrina, há uma demanda reprimida por consultorias que busca oferecer resolução de crises financeiras baseada na capacitação do time da empresa de atuação. Portanto, não temos um referencial pratico de uma empresa existente e sim de um projeto de uma empresa prestes a existir e se consolidar.

4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

4.1. Sumário Executivo

A Empresa FOCO E RESULTADOS CONSULTORIA E TREINAMENTOS, será uma empresa que através da diversificação dos serviços oferecidos em consultoria e treinamento empresarial executará seus serviços através de um time igualmente diverso constituído por profissionais das áreas de Tecnologia da Informação, Economia, Administração de Empresas, Psicologia, Matemática, Marketing e Contabilidade. Desta forma poderemos oferecer diferentes visões para um mesmo problemas, sendo, portanto, através da interdisciplinaridade, Capacitar, Empresários, Executivos, Gerentes e demais profissionais com interesse em aumentar seu nível de conhecimento em negócios empresariais.

O nosso foco é o mercado de Londrina e Região Metropolitana, desta forma ofereceremos um serviço personalizado para atender as empresas com a característica da economia local, e assim oferecer conteúdo próximos da realidade das empresas que aqui estão fundadas.

Ofereceremos como prestação de serviços e produtos consultoria, treinamento e capacitação empresarial, através de encontros, vídeos conferências, formulação de estudos, seminários, palestras, oficinas, dinâmicas de grupo, com material produzido pela própria empresa, como também o que está disponível no mercado, o qual será filtrado para fins específicos da demanda procurada.

Para o início das atividades, será necessário investirmos R\$ 100.000,00, que com o cumprimento das metas estabelecidas, descritas em detalhes a seguir, prevê uma Taxa Interna de Retorno (TIR) de 314,63%, em 5 anos e Prazo Payback de 0,32 anos, indicando a recuperação do capital investido logo no primeiro ano de vida do empreendimento, com um VPL – Valor Presente Líquido de R\$1.057.828,20 (5 exercícios).

4.2. Descrição do Empreendimento

4.2.1. Razão Social

FOCO EM RESULTADOS CONSULTORIA E TREINAMENTOS LTDA.

4.2.2. Localização

Localizado na área central de Londrina, na Av. São Paulo, 150, Ed. São Paulo Towers, 14º Andar. Este prédio conta com estacionamento amplo e conveniado, sendo anexado a um mini shopping com ampla praça de alimentação, dispondo também de um espaço para convenções para eventos até 300 pessoas.

4.2.3. Equipe

A empresa será composta por 4 Sócios/Diretores e mais 10 Funcionários.

O time de sócios é constituído por:

- David Junior Bras dos Reis, Economista com especialização e Historiador formado pela Universidade Estadual de Londrina. Será responsável pela diretoria comercial e estratégica, além de ser o presidente da empresa.

Participação societária: 35%

- Allyne Holanda Bena, Pedagoga com especialização pela Universidade Estadual de Londrina. Será responsável pela diretoria de Conteúdo e RH.

Participação societária: 21.67%

- Ana Flavia Costa Santa, Administradora formada pela Universidade Estadual de Londrina. Será responsável pela Diretoria de Administração e Operações.

Participação societária: 21.67%

- Rodrigo Nascimento, Analista de Sistemas formado pela Universidade Estadual de Londrina. Será responsável pela diretoria de Inovação e TI.

Participação societária: 21.67%

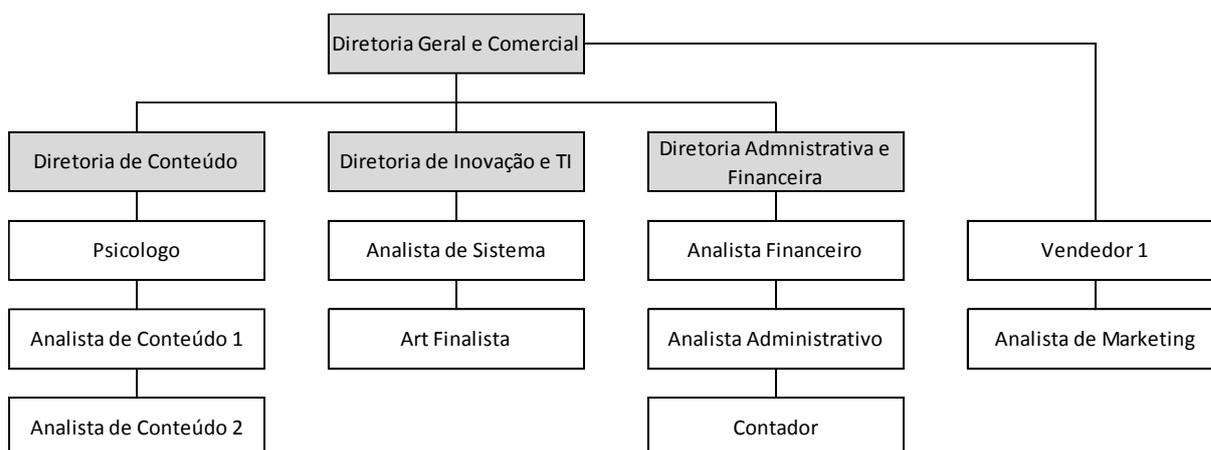
Todos os sócios terão duas atribuições, a primeira é a responsabilidade inerente ao funcionamento do negócio com as atribuições administrativas diretas.

A outra é o negócio em si, no caso, o conteúdo dos cursos e consultoria para os nossos clientes. Por isto é constituída por um time tão diverso nas formações acadêmicas.

Equipe de Funcionários:

- Diretoria Geral e Comercial, composto por 1 Vendedor e 1 Analista de Marketing.
- Diretoria de Conteúdo, composto por 1 Psicólogo, 2 Analistas de Conteúdo.
- Diretoria de Inovação e TI, composta por 1 Analista de Sistema e 1 Art Finalista.
- Diretoria Administrativa e Financeira, composta por 1 Analista Financeiro, 1 Analista Administrativo e 1 Contador.

Organograma:



4.2.4. Propriedade Intelectual

A propriedade intelectual dos nossos produtos será conduzida ao rigor da da Lei 9.610, de 19.02.1998. Sendo contratado assessoria de escritórios de Advocacia e Contabilidade, para preservação dos nossos direitos.

4.3. SERVIÇOS E PRODUTOS

4.3.1. Descrição

Desenvolvemos nosso negócio focado em Processo, Pessoas e Produtos, para assim aplicamos o serviço de consultoria, treinamento e desenvolvimento empresarial sob estes aspectos. Para referido objetivo, traçamos uma emenda de cursos de duração variada, voltados para a capacitação, ampliação e aprimoramento do nível de performance de equipes de trabalho e profissionais interessados no aperfeiçoamento nos negócios empresariais. Ministraremos palestras motivacionais, comportamentais, de autoestima, treinamento dirigido, seminários, oficinas, dinâmicas de grupo e criação de material didático para capacitação profissional.

4.3.2. Cursos e Conteúdos

- Cursos de Liderança
- Cursos de Análises Financeiras e Resultados
- Cursos de Excel Avançado para Empresas
- Cursos de Gestão de Crise
- Cursos de Gestão Estratégica
- Curso de Sustentabilidade

Estes cursos não serão oferecidos de forma livre como se fosse uma escola, nossa proposta é aplica-los após o diagnóstico identificado na empresa que nos contratar.

4.4. PLANEJAMENTO DE MARKETING

4.4.1. Estratégia de Marketing

Plano de ações

- Objetivo
 - Criar ações de marketing para elevar nossa colocação no mercado frente aos concorrentes, e assim expor o que fazemos e o que temos de diferencial.
- Ações
 - Divulgar vídeos de treinamentos curtos gratuitos em página própria do YouTube e Redes Sociais, e assim divulgar a empresa com ações práticas, pretendemos também divulgar material de apresentação em formato Impresso, onde demonstraremos todo o nosso negócio e diversificação que oferecemos, para sermos reconhecidos como a única empresa de treinamento e capacitação empresarial vinculado a consultoria na Cidade de Londrina, com estrutura adequada e preços compatíveis com os praticados pelo mercado;
 - Patrocinar e promover eventos gratuitos em instituições de classes, em Londrina a Acil, para que possíveis clientes possam comprovar o serviços que oferecemos;
 - Realinhar seus preços, de modo que estejam competitivos com aqueles praticados no mercado local;
 - Criar indicadores de performance, para o monitoramento do nosso serviços, a exemplo de índices de liquidez, giro de ativo, rentabilidade, endividamento, retorno do capital investido e acompanhamento das despesas administrativas;
 - Nosso posicionamento no mercado é para uma empresa que representa a qualidade em capacitação profissional baseada em geração de rentabilidade, pois nosso proposito jamais visa atuar em áreas subjetivas que mesmo agregando de certa forma para o bom desempenho da

empresa, não explicita uma ação direta reconhecida como inerente na geração de sustentabilidade e segurança financeira.

- Resultados Esperados
 - Reconhecimento do mercado como uma empresas de treinamento e capacitação profissional;
 - Exposição da Marca com vínculo a sua atuação e definição de mercado;
 - Integração de empresários e funcionários em torno do Plano de Ação;
 - Otimização do resultado gerencial da empresa;
 - Gestão profissional do negócio decorrente do proposito de executar o negócio com a preocupação de gerar segurança financeira.

Plano de comunicação

- Objetivo
 - Desenvolver plano de comunicação dentro de um investimento estimado de R\$ 50.000,00 anual, classificadas como Merchandising e Marketing Direto
- Ações
 - Eventos Gratuitos com Investimento de R\$ 30.000,00 anual, sendo projetado a realização de 24 eventos em um ano, com palestrantes próprios da empresa, onde o custo de cada evento será de R\$ 1.250,00. Estes eventos terão dois propósitos: O primeiro é para promovermos nossa marca e serviços oferecidos de forma comprobatória, o segundo motivo é baseado no viés de responsabilidade social, entendemos que a promoção da educação no mundo empresarial é um ato de promoção da cidade e economia local, que no final o retorno é para a própria empresa.

- Promoção de Vendas – recursos estimados: R\$10.000,00
 - Investimento destinado para a produção de material de treinamento, que no caso será para os custos com edição e licenças de programas, no caso utilizaremos boa parte de programas gratuitos disponíveis que oferecem excelente qualidade, como é o caso do sistema CANTASE. Um dos programa pagos será o Player Move que tem um custo anual de R\$ 4.000,00, e R\$ 6.000.00 será para o desenvolvimento de filmagens e edições e compra de imagens disponível da Internet.

- Merchandising - recursos estimados: R\$5.000,00
 - Encomendar pequenos brindes, como canetas, pastas, chaveiros e agendas, para distribuições para empresas que acreditamos que podemos fechar negócio;
 - Pagamento de anúncios pagos do Facebook e campanhas do AdWords do Google para que as buscas por temas como treinamento, consultoria, capacitação profissional, entre outros temas, seja vinculado com a nossa empresa.

- Marketing Direto – recursos estimados: R\$5.000,00
 - Constituir banco de dados, para contato direto com os consumidores, buscando conhecer o seu comportamento, acolher críticas, sugestões, através de mala direta e telemarketing;
 - Buscar conhecer o comportamento do público masculino/feminino, do profissional liberal, das pessoas com idade entre 21 a 50 anos, da classe social A/B, de modo a provocar um aumento do consumo por parte desses públicos-alvo, especificamente.

4.4.2. Produto

Treinamento, capacitação profissional e Consultoria empresarial, em forma de cursos, vídeos, palestras, seminários, apostilas, E-Books e oficinas de aprendizagem.

4.4.3. Preço

- Estudar preços ajustadas com a qualidade dos produtos e competitivos com o mercado.
- Constituição dos preços a partir dos custos dos materiais e despesas agregadas, em vez de a partir do preço da concorrência.
- No início trabalharemos com pequenas margens de lucros.
- Fazer pesquisa de mercado para obter conhecimento dos preços e práticas pela concorrência da região.

4.4.4. Comercial

- Comercializaremos nossos serviços e produtos com equipe direta e própria;
- Em cada evento que promoveremos instalaremos um ponto comercial para fechar possíveis negócios;
- Divulgar os preços à vista, com destaque ao valor das parcelas;
- Promover comercialização nos canais digitais, oferecendo aos nosso clientes a opção de fechar negócios pela Internet (e-commerce).

4.4.5. Promoção

- Promover ações promocionais periódicas, através da oferta de pacotes, descontos, parcerias e convênios com outras empresas;
- Oferecer pequenos brindes e premiação para os maiores clientes;
- Lançar campanhas de afinidades, oferecendo descontos para os cliente conforme aumentarem o número de contratações;
- Dar a opção pelo pagamento parcelado, no boleto ou no cartão;
- Ações de relacionamento, lembrando as datas festivas para os clientes e entregando brindes para homenagear a referida data.

4.5. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

4.5.1. Visão, Missão e Valores

Valores:

Promover capacitação profissional em prol do desenvolvimento sustentável das organizações e em busca de uma relação comercial estabelecida pelos aspectos do Ganha-Ganha.

Missão:

Através de treinamento e capacitação profissional gerar rentabilidade para nossos clientes, sendo este um ímpeto consolidado e reconhecido por quem nos contrata.

Valores:

Não pegamos atalhos, Nunca estamos completamente satisfeitos com os nossos resultados, que são o combustível da nossa empresa. Foco e tolerância zero ajudam a garantir uma vantagem competitiva duradoura.

Liderança pelo exemplo pessoal é o melhor guia para nossa cultura. Fazemos o que falamos.

O cliente é o patrão. Nossas ligações com nossos clientes são realizadas por meio de experiências do nosso atendimento o do que entregamos: capacitação profissional que promova rentabilidade.

Não pegamos “atalhos”. Integridade, trabalho duro e consistência são a chave para construir nossa empresa.

Paixão pela Performance, paixão pelo nosso negócio: execução com brilho nos olhos.

4.5.2. Análise SWOT

Cenário (situação, aspectos gerais, políticos, econômicos, sociais da empresa)

- Taxa de juros em alta (Selic)
- Inflação com 2 dígitos
- Regressão da Economia Brasileira
- Crise Econômica Aguda
- Crise Política (ingovernabilidade federal no ano de 2015)
- Crise na Economia Internacional
- Rebaixamento do Grau de classificação de Risco pelas agencias regulamentadoras (Standard & Poor's)
- Crescimento do Desemprego
- Muitos Jovens sendo formados anualmente
- O mundo de olho na Sustentabilidade
- Demanda reprimida por profissionais Capacitados

Pontos Fracos

- Empresa nova no setor, ainda desconhecida no mercado
- Cultura da Equipe para vendas ainda insipiente
- Pouco investimento em Publicidade e propaganda
- Preço ainda em formação
- Credibilidade ainda em avaliação

Pontos fortes

- Solida Experiência em Planejamento estratégico
- Sistema de informatização própria e com conteúdo inteiro desenvolvido
- Diversificação na prestação do serviço, já que identificamos o problema e remediamos com capacitação para os próprios colaboradores, gerentes, diretores e empreendedores solucionarem.

- Localização em área central, com sede ampla e muito bem estruturada
- Moderna metodologia de ensino, baseado na interdisciplinaridade, considerando que uma das sócias é pedagoga, com especialidade em Treinamento e Desenvolvimento Profissional.
- Capital de Giro Disponível por 6 meses
- Única empresa em Londrina que oferece o mix completo de diagnóstico empresarial, vinculado com sistema de treinamento e desenvolvimento agrupado para a geração de rentabilidade.

Ameaças

- Surgimento de novos concorrentes
- Concorrência com novos produtos
- Treinamentos à distância
- Atuação de palestrantes renomados
- Empresas com treinamento próprio
- Clientes tendem a comprar de empresas mais conhecidas e já estabilizadas
- Crise financeira interna o que leva as empresas cortarem gastos com treinamentos e desenvolvimentos que muitas vezes irão gerar resultados a médio prazo.

Oportunidades

- Existência de municípios próximos (Região Metropolitana de Londrina, Maringá e interior de São Paulo com divisa com o Paraná)
- Procura elevada das empresas por Treinamentos e Desenvolvimento
- Existência de público-alvo consumidor dos seus produtos
- Demanda por capacitação profissional
- Mercado pouco criativo, oferecendo os mesmos produtos, sem sistemas próprios.
- Mercado sem produtores de conteúdo, o que nos favorece como uma oportunidade de negócio no que tange a comercialização de conteúdo para outras empresas de treinamentos.

4.5.3. As Cinco Forças de Porter

Aplicada a FOCO EM RESULTADOS (2006), o “entendimento das forças competitivas de um ramo de negócios é fundamental para o desenvolvimento da estratégia”. O modelo das Cinco Forças de Porter da competitividade permite uma análise do ambiente externo. Através desse modelo, é possível analisar o grau de atratividade da FOCO EM RESULTADOS dentro da economia. Esse modelo permite que se identifiquem as cinco forças que afetam a competitividade.



A importância da utilização dessa estrutura para a análise das empresas de acordo com Porter é que a partir dessa análise as empresas podem se posicionar e definir suas estratégias através da análise do mercado no qual elas estão inseridas. Assim, segue uma análise das Cinco Forças de Porter para a FOCO E EXECUÇÃO.

- **Rivalidade entre concorrentes:**

A FOCO E EXECUÇÃO entra no mercado com uma proposta nova, sendo sua consultoria ligada diretamente aos tramites de capacitação, como o próprio nome já diz, de fato apontamos e executamos o problema para que o foco, que são os resultados da empresa sejam elevados, isto com certeza irá mexer com o mercado da região de Londrina. A proposta é nova, mas nossa preocupação é sermos realmente reconhecidos como uma empresa diferente, e ao mesmo tempo sermos copiados por outras inúmeras empresas. No início nossa empresa não terá grandes investimentos financeiros, frente a outras empresas já consolidadas aqui, na qual podemos ser incomodados com questões de plágio, imitadores de estratégia. Hoje temos infinitas empresas aqui, mas todas com foco em ser consultoria, sem foco em resultados diretamente.

- **Ameaça de novos entrantes:**

Com relação aos novos entrantes no mercado do qual a FOCO E RESULTADO faz parte, a estratégia de diferenciação é uma barreira para os novos entrantes nesse mercado. Dessa forma, pode-se considerar que apenas novas empresas com abordagem voltada para consultoria, treinamento e desenvolvimento com foco em gerar rentabilidade, pode realmente nos incomodar.

- **Ameaça de produtos (serviços) substitutos:**

Com relação aos produtos substitutos, pode ser que surjam outras empresas que ofereçam serviços similares aos da FOCO E EXECUÇÃO, mas o fato de ter sido pioneira na abordagem de projetos de capacitação profissional e rentabilidade faz com que a empresa esteja um passo à frente das concorrentes.

- **Poder de barganha dos clientes:**

Pode até existir poucas empresas que fazem o que fazemos, mas existe alternativas como as empresas fazerem treinamentos internos, inscrever seus próprios funcionários em instituições educacionais de grande porte, como é o caso de SENAI, Fundação Getúlio Vargas, Sebrae, embora acreditemos que estas empresa

tem um foco diferente, sendo mais algo de interesse do aluno propriamente dito do que algo tão específico que é o treinamento baseado na crise identificada na empresa a qual estamos executando um serviço de consultoria.

- **Poder de barganha dos fornecedores**

O objetivo da FOCO E EXECUÇÃO é a de não ter fornecedores e sim, formar alianças para o compartilhamento de conteúdo através de um canal de Rede, onde os direitos dos fornecedores de conteúdo sejam resguardado, com valores negociados dentro de um fluxo de parcerias e assim, valores menores entre os membros da rede.

4.5.4. Metas

- Treinar 5.000 pessoas, ao final dos primeiros 5 anos
- Faturar R\$1.000.000,00 por ano, já a partir do primeiro ano de instalação da empresa
- Em 5 anos, formar carteira com 200 clientes pessoa jurídica.

4.5.5. Objetivos

- Em 5 anos, estar entre as 10 principais empresas do Estado do Paraná
- Trabalhar com profissionais de reputação comprovadamente inatacável, mantendo a qualidade do serviço prestado e dos produtos oferecidos
- Em 10 anos, instalar Filiais em São Paulo, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Florianópolis e Curitiba, consolidando nossa empresa nos principais centros do Sul e Sudeste do Brasil.
- Criar uma rede com empresas do ramo para facilitar a expansão do nosso conteúdo e compartilhamento de materiais.

4.5.6. Formulação de Estratégia

Nossa estratégia é vincular treinamento como uma condicionante de rentabilidade, o que deverá atrair o interesse das empresas mais céticas em relação a contratação de consultorias, as quais aponta um determinado problema, diz o que

fazer, mas não acompanha realmente a mudança, o que em sua maioria tá na essência do negócio: a execução, e para a boa execução é preciso saber fazer de fato, ter conhecimento das ferramentas certas, saber os caminhos para a melhor resposta.

4.5.7. Fatores Críticos de Sucesso

Podemos apontar como fatores críticos para o sucesso de uma empresa os itens que devem ser observados durante o planejamento e execução de um projeto para que a empresa consiga obter sucesso ao final do projeto. Partindo dessa visão, podemos apontar os seguintes pontos críticos para o sucesso da FOCO E EXECUÇÃO:

- Excelência no desenvolvimento dos primeiros projetos de consultoria;
- Qualidade e comodidade do local onde as aulas dos cursos serão fornecidas;
- Atualização dos conteúdos fornecidos durante os cursos;
- Benchmarking em busca das melhores práticas no mercado;
- Expansão do networking.

4.5.8. Implementação

- Descrição do empreendimento, definindo razão social, equipe de gestão, localização, organograma e questões de segurança
- Definição de produtos e serviços, sua aplicação, recursos utilizados, fornecedores, propriedade intelectual, modelos e variantes
- Analisar o mercado, visão setorial, descrição do segmento de mercado, fazer análise SWOT,
- Elaborar Plano de Marketing, contemplando estratégia de marketing, planos de ações, resultados esperados, plano de comunicação, definir ações de propaganda, promoção de vendas, merchandising, marketing direto, direcionamentos mercadológico imagem na cabeça das pessoas e mote de campanha), definir produto, preços, propaganda, praça e promoção

- Elaborar o Planejamento Estratégico, definindo a visão, missão, análise de ambientes interno e externo, metas, objetivos
- Fazer o Planejamento Financeiro, com DRE, Balanço Patrimonial, Fluxo de Caixa, análise de indicadores e avaliação do empreendimento.

4.6. PLANO FINANCEIRO

4.6.1. DRE 2016 – ano I

Receita Operacional Bruta		Qtde de Clientes	Qtde de Horas	Valor Unit. (média)	Total
(+)	Centro de Resultado				R\$ 1.126.000
(+)	Receita com Consultoria	110	580	R\$ 300	R\$ 174.000
(+)	Receita com Treinamentos	95	1080	R\$ 400	R\$ 432.000
(+)	Receita com Formulação de Conteúdos	1200		R\$ 250	R\$ 300.000
(+)	Receita com Eventos e Palestras	5500		R\$ 40	R\$ 220.000
Deduções da receita Operacional Bruta			Total da Receita	Alíquota (%)	Total
(-)	Simples Nacional		R\$ 1.126.000	10,26%	R\$ 115.528
Custos			Qtde	Valor Unit. (média)	Total
(-)	Centro de Custo				R\$ 18.976
(-)	Formulação de Conteúdo		32	R\$ 540	R\$ 17.280
(-)	Licenças		32	R\$ 53	R\$ 1.696
Receita Operacional Líquida					Total
(=)	Simples Nacional				R\$ 991.496
Despesas					Total
(-)	Centro de Despesas				R\$ 776.100
(-)	Despesas com Pessoal				R\$ 395.200
(-)	Pro-labore Fixo				R\$ 300.000
(-)	Despesas Administrativas				R\$ 26.100
(-)	Despesas Comerciais				R\$ 32.500
(-)	Despesas Financeiras				R\$ 6.000
(-)	Despesas Operacionais				R\$ 9.000
(-)	Outras Despesas				R\$ 7.300
Lucro Operacional Líquido					Total
(=)	Resultado				R\$ 215.396
(%)	Despesas com Pessoal				22%

4.6.2. Balanço Patrimonial 2016 – ano I

ATIVO		PASSIVO	
Circulante	R\$ 310.324,00	Circulante	R\$ 96.090,00
Disponibilidades	R\$ 68.324,00	Obrigações a Fornecedores	R\$ 20.000,00
Créditos	R\$ 215.000,00	Obrigações Financeiras	R\$ 10.000,00
Realizável a Longo Prazo	R\$ 85.760,00	Obrigações Trabalhistas	R\$ 20.000,00
Duplicatas a Receber	R\$ 85.760,00	Provisões	R\$ 16.090,00
Permanente	R\$ 130.000,00	Exigível a Longo Prazo	R\$ 16.000,00
Investimentos	R\$ 50.000,00	Obrigações a Fornecedores	R\$ 16.000,00
Imobilizado	R\$ 80.000,00	Patrimônio Líquido	R\$ 413.994,00
		Capital Social	R\$ 100.000,00
		Reservas	
		Lucros/Prejuízos Acum.	R\$ 313.994,00
Total do Ativo	R\$ 526.084,00	Total do Passivo	R\$ 526.084,00

4.6.3. Demonstração Econômico Financeira – projeções para 5 anos

DEMONSTRAÇÃO ECONÔMICO FINANCEIRA – VENDAS, FLUXO DE CAIXA, VPL, TIR, PE e PAYBACK							
	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Total
(+) Investimento	R\$ 100.000						
(+) Vendas		R\$ 1.126.000	R\$ 1.238.600	R\$ 1.362.460	R\$ 1.498.706	R\$ 1.648.577	R\$ 6.874.343
(-) Imposto (Simples Nacional) Alíquota (%)		10,26%	10,26%	10,76%	11,51%	12,00%	11,05%
(-) Imposto (Simples Nacional) Valor (R\$)		R\$ 115.528	R\$ 127.080	R\$ 146.601	R\$ 172.501	R\$ 197.829	R\$ 759.539
(-) Custos		R\$ 18.976	R\$ 20.874	R\$ 22.543	R\$ 24.347	R\$ 26.295	R\$ 113.035
(=) Receita Operacional Líquida		R\$ 991.496	R\$ 1.090.646	R\$ 1.193.316	R\$ 1.301.858	R\$ 1.424.453	R\$ 6.001.769
(-) Despesas		R\$ 721.300	R\$ 793.430	R\$ 856.904	R\$ 925.457	R\$ 999.493	R\$ 4.296.584
(=) Lucro Operacional Líquido		R\$ 270.196	R\$ 297.216	R\$ 336.411	R\$ 376.401	R\$ 424.959	R\$ 1.705.184
(%) Variação		27%	27%	28%	29%	30%	28%

Avaliação

VPL – Valor Presente Líquido
R\$ 1.164.970,50

TIR – Taxa Interna de Retorno
280%

PE - Ponto de Equilíbrio (break even)	PE = Custo Fixo
R\$ 227.747,62	(Margem de Contribuição/Vendas)

Prazo Payback	Payback = Investimento Inicial
0,32 anos ou 3,84 meses (ano 1)	Geração de caixa

4.7. ANÁLISE DE DADOS**4.7.1. Índices de Estrutura de Capitais/Endividamento**

São abordados em percentuais, com critério de análise de “quanto menor, melhor”; porém, não se pode concluir a situação da empresa apenas com estes índices já que são simples indicadores observados em dado momento.

a) Participação de Capitais de Terceiros

$$PCT = \frac{\text{Passivo Exigível Total}}{\text{Patrimônio Líquido}} = \frac{112.090,00}{413.994,00} = 0,27 \times 100 = 27,00\%$$

Patrimônio Líquido: 413.994,00

Obs: o indicador mostra quanto a empresa possui de dividas em relação ao Patrimônio Líquido; em geral é aceito quando está abaixo de 100%, demonstrando um equilíbrio entre as origens de recursos

b) Composição do Endividamento

$$CE = \frac{\text{Passivo Circulante}}{\text{Passivo Exigível Total}} = \frac{96.090,00}{112.090,00} = 0,86 \times 100 = 86,00\%$$

$$\text{Passivo Exigível Total} \quad 112.090,00$$

Obs: o indicador evidencia a participação das dívidas a curto prazo no total das dívidas; uma participação muito alta das dívidas a curto prazo pode indicar dificuldade financeira para a empresa

c) Imobilização do Patrimônio Líquido

$$IPL = \frac{\text{Ativo Permanente}}{\text{Patrimônio Líquido}} = \frac{130.000,00}{413.994,00} = 0,31 \times 100 = 31,00\%$$

$$\text{Patrimônio Líquido} \quad 413.994,00$$

Obs: o indicador demonstra qual o percentual do capital próprio está aplicado em ativos permanentemente utilizados na atividade da empresa

d) Imobilização dos Recursos Não-Correntes

$$IRNC = \frac{\text{Ativo Permanente}}{\text{PL + Passivo Exig Longo Prazo}} = \frac{130.000,00}{429.994,00} = 0,30 \times 100 = 30,00\%$$

$$\text{PL + Passivo Exig Longo Prazo} \quad 429.994,00$$

Obs: o indicador mostra qual o **percentual** do capital próprio e dívidas a longo prazo está aplicado em ativos utilizados na atividade da empresa

4.7.2. Índices de Liquidez ou Solvência

São evidenciados em indicadores numéricos (sem variação percentual); medem a efetiva capacidade da empresa pagar seus compromissos e demonstra o grau de solvência em caso de encerramento total das atividades; o critério de análise é “quanto maior, melhor”

a) Liquidez Geral

$$\text{LG} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Ativo Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Exigível a Longo Prazo}}$$

$$\text{LG} = \frac{396.084,00}{112.090,00} = 3,53$$

Obs: a liquidez geral estima a correlação entre os bens e direitos a serem realizados a curto e longo prazos e as dívidas totais ou passivo exigível total (circulante e exigível a longo prazo)

Liquidez Corrente

$$\text{LC} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

$$\text{LC} = \frac{310.324,00}{96.090,00} = 3,23$$

Obs: a liquidez corrente estima a correlação entre os bens e direitos a serem realizados a curto prazo e as dívidas a curto prazo ou passivo circulante

b) Liquidez Seca

$$\text{LS} = \frac{\text{Ativo Circulante} - \text{Estoques}}{\text{Passivo Circulante}}$$

$$\text{LS} = \frac{283.324,00}{96.090,00} = 2,95$$

Obs: a liquidez seca estima a correlação entre os bens e direitos a serem realizados a curto prazo exceto os estoques e as dívidas a curto prazo ou passivo circulante

c) Liquidez Imediata

$$\text{LI} = \frac{\text{Disponibilidades}}{\text{Passivo Circulante}}$$

$$LI = \frac{68.324,00}{96.090,00} = 0,71$$

Obs: a liquidez imediata é mais arrojada, ou seja, avalia a capacidade que a empresa tem de saldar as dívidas de curto prazo apenas com seus fundos disponíveis (caixa, bancos, conta movimento)

4.7.3. Índices de Rentabilidade

São indicadores que evidenciam a rentabilidade das vendas em vários níveis de resultado e avalia o retorno sobre os recursos investidos; a análise é “quanto maiores, melhores”

a) Giro do Ativo

$$GA = \frac{\text{Vendas Líquidas}}{\text{Ativo Total}}$$

$$GA = \frac{654.750,00}{526.084,00} = 1,24$$

Obs: o Giro do Ativo, é um indicativo que evidencia o número de vezes que os recursos aplicados no ativo total da empresa representam nas vendas líquidas (receita operacional líquida)

b) Margem Líquida

$$ML = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Vendas Líquidas}}$$

$$ML = \frac{313.994,00}{654.750,00} = 0,48 \times 100 = 48,00\%$$

Obs: a margem líquida evidencia o percentual que representa o Lucro Líquido diante da receita operacional líquida; é a análise do resultado que será incorporado ao Patrimônio Líquido da empresa

c) Rentabilidade do Ativo

$$RA = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Ativo Total}}$$

Ativo Total

$$RA = \frac{313.994,00}{526.084,00} = 0,60 \times 100 = 60,00\%$$

Obs: a rentabilidade do ativo mensura o retorno total final obtido sobre o total dos recursos aplicados na empresa, considerando os próprios e de terceiros

d) Rentabilidade do Patrimônio Líquido

$$RPL = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Patrimônio Líquido}}$$

Patrimônio Líquido

$$RPL = \frac{313.994,00}{413.994,00} = 0,76 \times 100 = 76,00\%$$

Obs: a rentabilidade do patrimônio líquido mensura a rentabilidade total final obtida sobre os recursos dos sócios, representado pelo PL (Patrimônio Líquido); é o alvo de análise que tem maior atenção dos acionistas da empresa.

5. CONCLUSÃO

As demonstrações Financeiras e contábeis de uma empresa está ligada à tomada de decisões, sendo subsídios valiosos para apreciação de diretores, credores, concorrentes, acionistas, governo, empregados, sindicatos e quem mais possa se interessar por outros motivos na empresa.

Usados para o monitoramento da performance, para avaliação de retorno de investimentos, para aferição da capacidade de pagamento, para proporcionar comparativos e também fiscalização, indicadores como aqueles oferecidos nos itens 2.7 e 2.8 do Plano de Negócios servem para mostrar o ritmo de atividades da empresa, avaliando a força da gestão dos negócios; mostram as grandes linhas das decisões em termos de obtenção de capital e também demonstram a rentabilidade do capital investido, o grau de êxito econômico da empresa e sua capacidade de geração de riqueza.

Sob esse enfoque, destacamos os principais pontos projetados para a FOCO E RESULTADOS:

- Pouca dependência de capitais de terceiros (27%); a empresa tem dinheiro interno.
- Moderada imobilização do Patrimônio Líquido (31%).
- Todos os Índices de Liquidez são positivos, o que revela total solvência do empreendimento.
- Excelente Margem Líquida (48,4%), Rentabilidade do Ativo (60,5%) e Rentabilidade do Patrimônio Líquido (76,5%), demonstrando poder de geração de resultados e atração para novos investidores e parceiros.
- Valor Presente Líquido - VPL de R\$ 1.050.000, maior que zero, indicando o investimento para 5 anos.
- Excelente Taxa Interna de Retorno – TIR de 316% (em 5 anos)
- Ponto de Equilíbrio no valor de R\$ 205.000,00 no primeiro ano, bem abaixo do valor do faturamento
- Prazo de Payback de 0,30 anos ou 3,80 meses (ano 1), indicando a recuperação do capital investido já no primeiro ano do empreendimento.

Portanto, após a elaboração deste plano de Negócio, consideramos viável constituir negócio para a empresa: FOCO E RESULTADOS, sem a análise de uma metodologia crítica de avaliação de negócio como este, jamais teríamos a oportunidade de realmente agir com segurança para empreender.

O mais interessante que só o fato de elaborarmos o plano de negócio, o negócio em si já foi até alterado, para que alcancemos a rentabilidade com a empresa, muitos itens foram cortados para que a viabilidade fosse realmente alcançada, cortes estes, nada comprometedores, que se fossemos em frente seriam um desperdício de investimento e tempo.

Por conseguinte, temos duas resposta para a nossa pergunta inicial, que faz título ao trabalho, sim, o negócio é viável, e a simples construção de uma plano de negócio, favoreceu isto de forma interdependente.

REFERÊNCIAS

ENDEAVOR. **Os Desafios do Brasil Empreendedor**. Disponível em <https://br.financas.yahoo.com/noticias/toda-empresa-%C3%A9-feita-de-gente-141342719.html>. Acesso em 03/12/2015, 22:05hs.

LONDRINA. **Dados Estatísticos de Londrina**. Disponível em: http://www1.londrina.pr.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=543&Itemid=558&limitstart=1. Acesso em 22/11/2015, 15:32hs

BENTES, Antônio Carlos Lima. **Fundamentos de Administração**. Brasília: MSD Editora, 2008. 174 p.

BRASIL. **Síntese de Indicadores Sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira 2014**. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/sinteseindicsoais2014/indic_sociais_2014.pdf Acesso em 05/12/2015, 23:20hs

IAPMEI. **Desenvolver estratégia empresarial**. Disponível em <http://www.iapmei.pt/iapmei-art-03.php?id=299>. Acesso em 02/11/2015, 10:10hs.

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary. **Introdução de Marketing**. São Paulo: LTC, 1999.

KOTLER, Philip e KELLER, Kevin. **Administração de Marketing - 12a Edição**. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

PRAZERES, Helvio Tadeu Cury. **Como Administrar Pequenas Empresas**. Viçosa MG, CPT, 2005.

SEBRAE. **Plano de negócios**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/modelos-plano-negocio/> Acesso em 29/10/2015, 10:12h.

UNB/CEAD/INEPAD. **Gestão de Marketing**. Brasília: 2006.

Universidade Federal de Minas Gerais. **Legislação sobre propriedade intelectual**. Disponível em: <http://www.ufmg.br/prpq/LegPICT&IT.html>. Acesso em 09/12/2009, 16:51h.

EXAME, **Brasileiro recebe metade do treinamento de um americano**. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/carreira/noticias/brasileiro-recebe-metade-do-treinamento-de-um-americano>, Acesso em 27/11/2015, as 10:30hs