

ESTUDO SOBRE UM PLANO DE NEGÓCIO APLICADO EM UMA LAVANDERIA

FAGUNDES, Tayson Pansiera¹
STOLL, Fabricio Silveira¹
SOLANO, Martins¹
DA LUZ, Nara Beatriz Lopes Pires²
PRESTES, Caroline Soares²

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo aprimorar um plano de negócio, para uma empresa focada em higienização e que já está em andamento, visando a elaboração de uma análise de custos, montagem de um escopo, e uma possível indicação de consultoria em recursos humanos para a capacitação de novos colaboradores. O presente artigo tem como tema: Estudo de um plano de negócio aplicado em uma lavanderia é classificado como uma pesquisa aplicada. Quanto às características do objetivo é exploratório pois tende a explorar o tema de estudo, familiarizar-se com o objeto de pesquisa e obter uma visão geral sobre o assunto. O presente plano de negócios foi desenvolvido com o objetivo estratégico de fortalecer a posição financeira da lavanderia, atrair novos credores e aumentar a receita. Uma análise detalhada dos custos iniciais e das operações foi essencial para estruturar um modelo sustentável e identificar oportunidades. Concluindo, o desenvolvimento do modelo de negócios chama a atenção para os elementos-chave necessários para criar um negócio de sucesso. Além disso, o potencial de uma empresa só é limitado pelos recursos que ela pode produzir. Com um plano estratégico e um plano de negócio bem elaborado e metas alcançáveis, a empresa pode permanecer na vanguarda de seu setor.

Palavras-chave: PMBOK, Plano de negócio, oportunidades, operações, análise.

ABSTRACT: The aim of this article is to improve a business plan for a company focused on hygiene and which is already underway, with a view to drawing up a cost analysis, setting up a scope, and a possible recommendation for human resources consultancy to train new employees. The theme of this article: Study of a business plan applied in a laundry is classified as applied research. As far as the characteristics of the objective are concerned, it is exploratory because it tends to explore the subject of study, familiarize itself with the object of research and obtain an overview of the subject. This business plan was developed with the strategic aim of strengthening the laundry's financial position, attracting new creditors and increasing revenue. A detailed analysis of start-up costs and operations was essential in order to structure a sustainable model and identify opportunities. In conclusion, the development of the business model draws attention to the key elements needed to create a successful business. Furthermore, a company's potential is only limited by the resources it can produce. With a well-designed strategic and business plan and achievable goals, a company can remain at the forefront of its sector.

Keywords: PMBOK, Business plan, opportunities, operations, analysis.

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

No contexto específico de empresas de higienização, onde a qualidade dos serviços prestados é crucial para a saúde pública e o bem-estar dos clientes, a criação de um plano de negócio é ainda mais necessário.

É preciso salientar que um plano de negócio de qualidade acima de tudo deve-se por melhorias constantes, e revisões diárias sobre cada processo que vem sendo feito dentro da organização.

Conforme, César Simões (2005), “Plano de negócio é um documento que contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seus planos para conquistar uma fatia no mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros”.

O presente artigo tem como objetivo aprimorar um plano de negócio, para uma empresa focada em higienização e que já está em andamento, visando a elaboração de uma análise de custos, montagem de um escopo, e uma possível indicação de consultoria em recursos humanos para a capacitação de novos colaboradores.

Com o intuito de melhoria contínua para os seus sócios iremos analisar para a empresa as 10 áreas de conhecimento do PMBOK, e assim dar uma visão mais ampla do empreendimento diante do mercado, e seus concorrentes.

Isso nos faz imaginar a importância não só apenas da apresentação da limpeza como um fator importante, mas também a valorização dos processos administrativos dentro de uma organização para que assim ela possa ser organizada, dinâmica e de fácil compreensão.

Para, Mintzberg (1994), “São raros os casos de empresas que desenvolvem um plano de negócio tradicional. Lembrando que plano é uma declaração explícita de intenções, declaração que é específica, elaborada e documentada. “[...] Plano é o resultado do planejamento”.

Neste trabalho, exploraremos como poderíamos fornecer à empresa um plano de negócio, já que é uma empresa que já se encontra em funcionamento, analisando as etapas que passam despercebidos pelos seus sócios, os modelos e as ferramentas relevantes para a sua atuação.

Ao criarmos esse plano para a empresa, estamos capacitados a desenvolver estratégias que não apenas impulsionam o desempenho organizacional, mas também contribuem para um ambiente mais limpo, saudável e seguro para todos.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Um plano de negócio

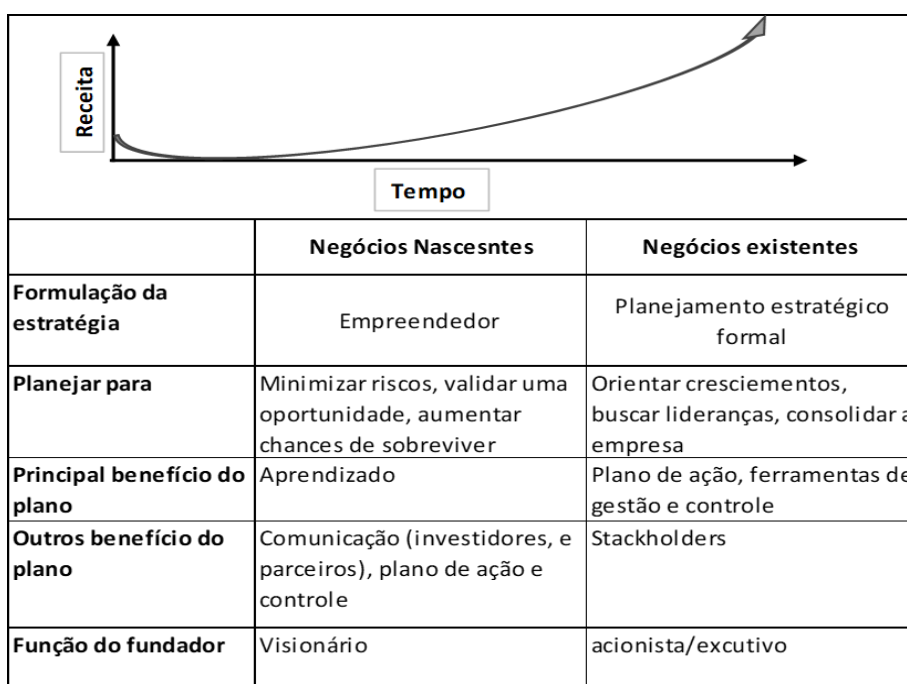
Um plano de negócio, com sua originalidade do termo em inglês *business plan*, para melhor entender, o plano de negócio possui alguns propósitos específicos para serem estudados, bem como: Lucros, Continuidade e Significados.

Os gestores nos dias de hoje têm algumas expectativas diferentes a respeito desses propósitos acima citados, Nakagawa 2011, acreditava ser possível promover uma discussão com esses gestores para saber qual deles conseguem elaborar ou não as suas estratégias de negócios.

Todavia, esses tipos de estratégias estão cada vez mais preciso na forma de como o gestor dirige a sua própria empresa, porém mesmo que de forma diferente de gerenciamento, um plano de negócio precisa ser induzido, organizado, documentado e gerenciado.

Ainda assim existe uma discussão sobre as escolas de planejamento estratégico, onde de certo modo é uma discussão saudável, porque os seguidores das mesmas defendem um plano de negócio mais tradicional, porque de certo modo ambas as escolas apresentam planos com benefícios claros e objetivos, mas não diferente de cada situação. Como o exemplo na figura criada por Nakagawa, Figura 01.

Figura 01: Papeis do plano de negócio.



Fonte: Nakagawa, 2008.

O quadro nos mostra que em empresas que estão recentemente começando o seu processo é praticamente tudo muito incerto e invisível, os recursos muitas vezes são limitados e ainda sofrem com o risco de insucesso, assim temos em conta que o principal benefício do plano de negócio hoje em dia é o aprendizado que ele nos traz. Por mais que tenham experiências como empresários, e mesmo assim empresários de primeira viagem, eles tendem a aprender muitos mais com um plano estratégico mais formal.

No Brasil o plano de negócio ganhou notoriedade a pouco tempo, já nos Estados Unidos ele vem se destacando desde a década de 60, quando o planejamento estratégico se tornou imprescindível para grandes empresas americanas.

Para, Thompson (1962) “As empresas passaram a utilizar o planejamento estratégico na década de 1960 como uma ferramenta gerencial de resolução sistemática de problemas organizacionais, os problemas até então eram enfrentados como *tentativas e erros*”.

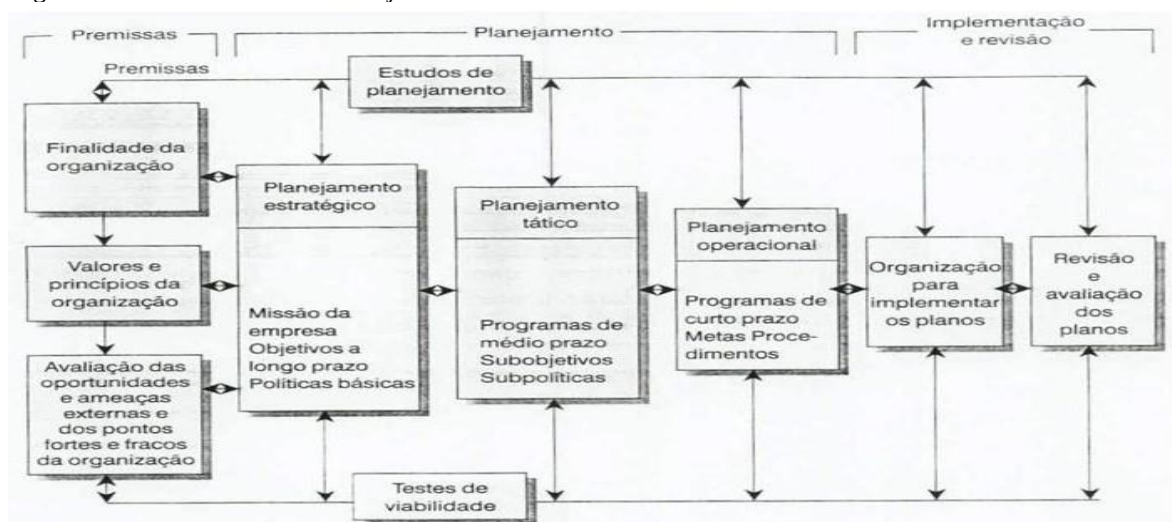
Com a adoção do planejamento estratégico, as empresas passaram a ser administradas como organismos sistêmicos, nos quais seus objetivos, orçamentos, estratégias e programas precisam ser integrados em um documento abrangente.

O plano de negócio no Brasil, só foi utilizado na década de 70 por instituições governamentais, e era o modelo mais simples existente, já o modelo que conhecemos hoje em dia, só foi ser utilizado no início dos anos 2000 pela emergência de ter conhecimentos sobre o assunto e importância do empreendedorismo no país e de pessoas interessadas em abrir o seu próprio negócio naquela época.

Mintzberg, explica que, inicialmente, esse documento era conhecido como plano mestre ou sistema de planos, logo mais o modelo que veio a se tornar mais popular foi o proposto por Steiner (1969).

Na figura 02, o modelo de Steiner explica que a primeira etapa diz respeito, determinação das premissas que serão utilizadas no plano de negócio em questões internas e externas da organização: Fatores internos: Fundamentos, Propósitos, Valores da alta direção, forças e fraquezas; Fatores externos: Problemas, Oportunidades externas.

Figura 02: Título: Modelo de Planejamento Steiner



Fonte: Livro Plano de Negócio, adaptado por Nakagawa, 2011

Esse modelo sistemático enfatiza o planejamento como uma prática necessária para alinhar os objetivos organizacionais com os recursos internos e as condições externas, e se tornou um modelo de abordagens mais influentes para a gestão estratégica de empresas.

O plano de negócio tem sido um dos recursos didáticos mais utilizados nos cursos de empreendedorismo do ensino superior brasileiro. Essa situação vem se mantendo inalterada e não há indicações de que o método do desenvolvimento do plano de negócio seja superado por outro nos próximos anos.

2.2 Gerenciamento de projetos e Pmbook

Em 1999, Tom Peters, publicou um artigo sobre gerenciamento de projetos que nele afirmava que cada profissional deveria ser a sua própria “marca”, gerenciando assim a sua carreira, o seu trabalho como um projeto pessoal. Ele afirmava que nos próximos vinte anos todos os trabalhos seriam desenvolvidos a partir de projetos, e ele não está errado.

Assim como ele, David Cleland conhecido como o pai de gerenciamento de projetos, também afirmava em suas escritas que o futuro haveria mudanças, e que o gerenciamento de projetos seria utilizado para mudanças em todos os tipos de infraestruturas do país. Suas contribuições ajudaram a estabelecer o Project Management Institute (PMI) como uma das principais instituições no campo e influenciaram práticas que, hoje, são amplamente utilizadas por empresas e profissionais ao redor do mundo.

A PMI realizou uma pesquisa sobre o assunto em meados de 1983, e constatou que no futuro cerca de 25% da economia mundial seria aplicada a projetos, uma demanda com grande potencial de gerar milhões de funções na área, como manufaturas, serviços, finanças, construções, tecnologias e etc.

Mas o que é um Projeto? - *Empreendimento não repetitivo, caracterizado por uma sequência lógica e clara de eventos, com início, meio e fim, com objetivos pré definidos.* O projeto tem grandes capacidades de inovação e adaptação, onde existem riscos, e esses riscos são modelos clássicos para quem está com um projeto em desenvolvimento.

Para, Cleland (1997), “ Um projeto é uma combinação de recursos organizacionais, colocados juntos para criarem ou desenvolverem algo que não existia antes, de modo a prover o aperfeiçoamento da capacidade de desempenho em planejamento e nas estratégias organizacionais”.

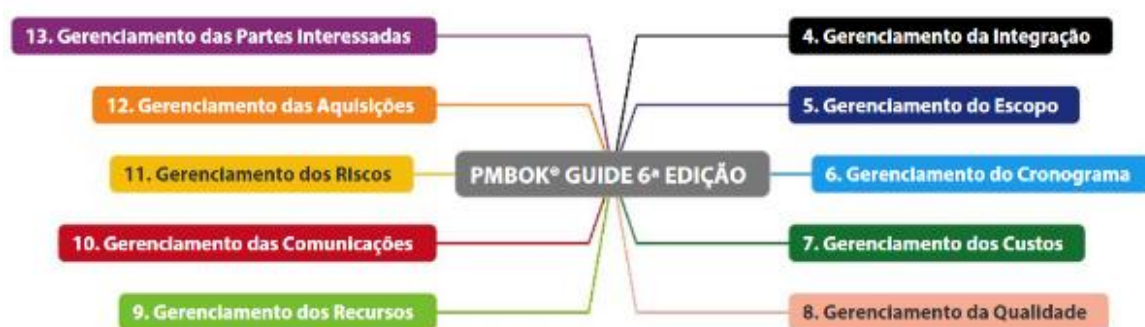
Deste modo podemos então dizer, ou simplificar que projetos é um conjunto de ações, executado de maneira coordenada, no qual insumos alocados, necessário para alcançar os objetivos em um determinado prazo.

A *Project Management Institute* criou um guia de gerenciamento chamado PMBOK, da qual nos fornece conceitos fundamentais para a criação de um projeto, atualmente esse guia é de acesso gratuito nos parceiros da PMI. O PMBOK, baseia-se nas contribuições necessárias que os profissionais necessitam para a criação de um projeto novo.

O guia inclui conhecimentos já comprovados, através das práticas tradicionais de gerenciamento, assim como práticas mais inovadoras e avançadas. De fácil entendimento, o guia oferece uma terminologia e um glossário mais comum, dentro dos conhecimentos de um gerenciamento de projetos.

O PMBOK, é um guia formado por 49 processos, divididos em 10 áreas de conhecimentos práticos, descrevendo um fluxo de processos. Conforme figura 03.

Título: Mapa das 10 áreas de conhecimento



Fonte: Livro gerenciamento de projetos, por Ricardo Viana

Esse guia, vem sofrendo grandes mudanças ao longo dos anos, desde a sua primeira edição foi em 1983 criada pela PMI. Desde então, as adições mais recentes foram colocando informações, mais adaptáveis, e refletindo as mudanças do cotidiano.

Por exemplo, a última edição lançada é de 2021, onde ela explora uma estrutura centrada em processos para uma abordagem baseada em princípios e áreas de desempenho. Isso reflete a crescente complexidade e necessidade de flexibilidade nos projetos, reconhecendo que diferentes tipos de projetos exigem diferentes abordagens e metodologias.

PMBOK Guide é baseado em práticas globais e busca integrar uma diversidade de métodos e culturas no gerenciamento de projetos. Continua sendo uma referência essencial para

profissionais que desejam seguir práticas reconhecidas no setor e obter um conhecimento abrangente sobre a gestão de projetos, seja em ambientes mais estruturados, híbridos ou ágeis.

2.3 Análise de Custos para um projeto

Podemos considerar que o gerenciamento de custos de um projeto é o pontapé inicial de todo o projeto, porque, antes mesmo de um projeto começar a ter vida é feito um estudo de viabilidade financeira, para se ter uma base se o projeto irá se tornar rentável ou não ao longo do tempo. Que desta forma quem está à frente do projeto, decide se vale a pena o esforço e o investimento feito no mesmo.

Entendemos que a viabilidade de custos de um projeto, tende a ser mais complicado de se entender no início do projeto, pelo fato de que nem todos os custos são conhecidos no início, e muito menos negociados. Deste modo, o gerenciamento de custo se torna um papel crucial no planejamento estratégico do projeto, porque é desse modo que sai as informações que alimentam o sistema para uma possível tomada de decisão futura.

Segundo Denerval Bruzzi (2008), “o gerenciamento do custo de projeto tem, em sua essência, a finalidade de reduzir a incerteza e garantir o atendimento às expectativas financeiras dos investidores, clientes e patrocinadores dentro do que foi orçado”.

Importante se fazer o nivelamento dos custos de qualquer projeto que se irá dar andamento, assim a gente consegue dividir os custos uniformemente em todo o projeto e alocar os recursos necessários. Assim, ao longo do projeto conseguiremos identificar a taxa de consumos dos recursos, e fazer as ações corretivas se caso for necessário, de modo que um projeto precise obter um planejamento feito com antecedência, para que não tenha um impacto contrário ao sucesso no seu final.

Os custos de um projeto podem ser divididos em quatro partes básicas:

- Custo de produtos: Materiais, mão-de-obra, despesas gerais;
- Custo de capital: equipamentos, ferramentas, peças de reposição, encargos financeiros, sistemas de apoio, entre outros;
- Custo operacional: energia, utilitários, maquinário não durável, suprimentos de manutenção, entre outros;

- Custo de gerenciamento do projeto: pessoal, despesas viárias, viagens, treinamento, suporte para sistemas, etc.

Muitas vezes um projeto tem seus recursos mais limitados, assim tendo uma atenção mais cuidadosa em si. Nem sempre é necessário olhar apenas os custos visíveis ao projeto, e atentar aos que não têm custos, mas, todavia, que no futuro pode gerar uma despesa desnecessária no projeto, como por exemplo: falta de funcionários qualificados, capacidade de tecnologia de equipamentos críticos, espaço físico e o próprio tempo.

Segundo Kerzner (2003), a participação dos representantes de cada área envolvida no projeto, desde o início, é imperativa. Pois são eles quem conhecem com mais detalhes as atividades, de 38 forma que podem definir mais de uma alternativa para a execução, facilitando a escolha daquela mais econômica.

Vale salientar que um gerenciamento eficaz de um projeto, é necessário o conhecimento total de todas as áreas que o abrange, assim antes de abordar uma estimativa de custo, precisamos considerar o custo da empresa que gerencia ou que irá executar um projeto.

Esses custos podem ser previstos segundo um critério e metodologia de cada organização e, assim, distribuídos pelos projetos. Existem, portanto, custos distintos, são eles: custos diretos; custos indiretos; custos fixos; custos variáveis; custos totais; custos incorridos e; custos de oportunidade.

3 METODOLOGIA

O presente artigo tem como tema: Estudo de um plano de negócio aplicado em uma lavanderia é classificado como uma pesquisa aplicada. Segundo Prodanov e Freitas (2013), esse tipo de pesquisa visa gerar conhecimento que possa ser aplicado na prática para resolver problemas específicos.

Quanto às características do objetivo é exploratório pois tende a explorar o tema de estudo, familiarizar-se com o objeto de pesquisa e obter uma visão geral sobre o assunto.

No que diz respeito à abordagem, a pesquisa é classificada como qualitativa sendo que, está preocupada com o significado, de como as pessoas atribuem isso ao seu ambiente e à maneira como o vivenciam. em função disso, é comumente referida como pesquisa interpretativa (POPE; MAY, 2005, p. 13,).

Surgiu a necessidade de abrir uma empresa de lavanderia, e um prédio onde se tinha um contrato de aluguel de 1 ano, com a oportunidade muitas surgindo, foi feito o acerto de abrir uma lavanderia. com isso, foi feito um levantamento de custos fixos, e variáveis.

O prédio localizado em uma área onde não existe concorrência, e consegue abranger e atender diversos tipos de segmentos, como condomínios, clubes, mercados e etc.

Deste modo a empresa pensou em um diferencial, como o sistema de coleta e entrega de roupas, atendendo várias exigências, como lavagem de carpetes, cobertores, estofados, a empresa foi aberta em 7 de agosto de 2024, na Av. espanha 1343- Bagé-RS.

Como sugestão e conforme estudado em sala de aula foi estudado a criação de um plano de negócio para a empresa, mesmo ela já tendo iniciado os seus trabalhos, para que os sócios tenham uma visão mais ampla da capacidade de crescimento do empreendimento.

Foi criado um modelo PMBOK, com as 10 áreas de conhecimento para a empresa que posteriormente ajudara na elaboração do plano de negócios. Os dados foram coletados mediante perguntas feitas ao sócio do empreendimento, que também colaborou para o preenchimento dos quadros.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Plano de negócios da Lavanderia

O presente plano de negócios foi desenvolvido com o objetivo estratégico de fortalecer a posição financeira da lavanderia, atrair novos credores e aumentar a receita. Uma análise detalhada dos custos iniciais e das operações foi essencial para estruturar um modelo sustentável e identificar oportunidades.

4.2 Objetivo e Projeções Financeiras

Com base nos investimentos realizados para o início das atividades, foi definida uma meta de faturamento mensal de R\$6.000,00, o que representa 100% do montante necessário para recuperar o valor inicial investido em cinco meses.

A lavanderia iniciou suas operações em agosto com dois funcionários contratados, remunerados com salário-base. Nesse mês, a demanda superou as expectativas, especialmente nos serviços de lavagem de roupas pesadas e cobertores, resultando em um aumento de 20%

nos gastos previstos com insumos. Foram investidos R\$400,00 em insumos, além de R\$2.000,00 em despesas fixas, totalizando 48% do faturamento de R\$5.000,00 no período.

4.3 Expansão e Captação de Novos Clientes

Em setembro, a empresa investiu em marketing e publicidade, o que gerou um aumento de 140% no faturamento, encerrando o mês com R\$12.000,00. Os gastos com insumos foram de R\$2.000,00, representando 16,7% do faturamento total, enquanto as despesas fixas mantiveram sua proporção.

4.4 Novos Serviços e Investimentos

Em outubro, a empresa ampliou seus serviços e captou novos clientes, incluindo hotéis e pousadas, alcançando um faturamento de R\$16.000,00 — um crescimento de 33% em relação ao mês anterior e de 220% em comparação a agosto. Os gastos com insumos foram de R\$2.000,00, equivalentes a 12,5% do faturamento.

Nesse mesmo período, a lavanderia investiu em um novo colaborador, com um custo adicional de R\$1.540,00 (9,6% do faturamento), e adquiriu novos equipamentos ao custo de R\$3.000,00, representando 18,75% do faturamento de outubro.

4.5 Os 10 conhecimentos do PMBOK

Conforme a tabela 01, foram ideias representadas nas 10 áreas de conhecimentos formam a conceitualização do negócio, ou seja, a forma como irá operar, ou uma ideia de como poderia ter sido feito antes de abrir a empresa, definindo o escopo e processos, permitindo uma análise e visualização de como seria, caso tenhamos feito antes da abertura da empresa.

Aprimoramos as áreas de conhecimento através da empresa já aberta, para termos uma dimensão de como serão os próximos passos da empresa, quais estimativas, e quais objetivos futuros poderemos esperar.

Tabela 01: As 10 áreas de conhecimento para a lavanderia.

PMBOK PARA UM PLANO DE NEGÓCIO DE UMA LAVANDERIA				
Integração	Escopo	Tempo	Custos	Qualidade
A empresa tem como atividade o ramo de lavanderia, atendendo a domicílio, empresas, entre outros.	O objetivo do projeto é identificar possibilidades de novos serviços, criar uma estratégia para aumentar clientes.	O tempo que temos para executar o projeto foi de 5 semanas.	Foi estimado um custo de R\$10.000,00 reais, para a execução do projeto.	A qualidade vai atender as expectativas das partes interessadas.
Aquisições	Recursos	Comunicação	Gerenc. de Riscos	Gerenc. das partes
Para executar esse projeto, a empresa precisa adquirir máquinas extratoras, produtos.	Para executar essa atividade a empresa vai precisar de equipamentos, e 1 funcionário para executar o serviço.	Criar uma estratégia de comunicação, onde seja fácil das informações importantes circulem. foi pensado em documentos impressos, grupo de mensagens.	Criar uma planilha para controle de manutenção de máquinas, peças trocadas, garantias e etc.	As partes interessadas nesse projeto são, donos da empresa, fornecedores, público alvo.

Fonte: Elaborado pelo autor 2024.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluindo, o desenvolvimento do modelo de negócios chama a atenção para os elementos-chave necessários para criar um negócio de sucesso. Além disso, o potencial de uma empresa só é limitado pelos recursos que ela pode produzir. Com um plano estratégico e um plano de negócio bem elaborado e metas alcançáveis, a empresa pode permanecer na vanguarda de seu setor.

Nos próximos meses, a lavanderia buscará aumentar sua base de clientes no setor hoteleiro, com foco em parcerias estratégicas que representam até 30% do faturamento mensal. Além disso, a empresa planeja negociar com fornecedores para reduzir os custos de insumos em pelo menos 10%, mantendo a qualidade.

O plano de negócios oferece um direcionamento claro para a consolidação e expansão da lavanderia, destacando ações externas à captação de parceiros no setor hoteleiro e a otimização de custos operacionais, garantindo a qualidade e a sustentabilidade do negócio.

Em conclusão, o PMBOK oferece um escopo mais claro e amplo de qual caminho a empresa irá seguir para alcançar os seus objetivos, permitindo que a empresa desenvolva estratégias eficazes para navegar nesse cenário complexo e dinâmico, atenção contínua nesses fatores será crucial para alcançar o sucesso desejado.



Um novo conceito na formação!



INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO
EDUCACIONAL DO ALTO URUGUAI
FACULDADES IDEAU



REFERÊNCIAS

ANDREIA, C., CÉSAR, S., NELSON, H., SILVANA, RAMAL. **Construindo Planos de Negócios**. 3º Ed, Rio de Janeiro, 2005.

HENRY, Mintzberg. **Ascensão e queda do planejamento estratégico**, Pag. 31, 1994.

NAKAGAWA, Marcelo. **Plano de negócio: Teoria geral**. Barueri, SP. 2011.

THOMPSON, James. **Organizações em ação: Bases das crenças sociais para a área administrativa**, EUA. 1967.

STEINER, George. **Planejamento estratégico: o que todo gestor precisa saber**, EUA, 1969.

CLELAND, David. **Gerenciamento de projetos: Planejamento estratégico e implementação**, Philadelphia, 1997.

BRUZZI, Denerval. **Gestão de custos em projetos**, Fundação Getúlio Vargas, 2018.

KERZNER, Haroldo. **Gestão de projetos: As melhores práticas**, John Wiley, 2003.