

LOGÍSTICA DE EMPREENDEDOR DE PEQUENO NEGÓCIO

Bianca Regina Vendramini Proscimo¹, Bernadete Rossi Barbosa Fantin², Paulo André de Oliveira³

¹Tecnóloga em Logística pela Faculdade de Tecnologia de Botucatu – FATEC, Botucatu, SP, Brasil.

Biancavendramini.06@gmail.com

²Professora Mestre da Faculdade de Tecnologia de Botucatu – FATEC, Botucatu, SP, Brasil.

bfantin@fatecbt.edu.br

³Professor Doutor da Faculdade de Tecnologia de Botucatu – FATEC, Botucatu, SP, Brasil.

poliveira@fatecbt.edu.br

1. INTRODUÇÃO

O Empreendedorismo é um tema que desperta, desde os anos 90, bastante interesse da comunidade científica e da sociedade de forma geral, uma vez que, por meio da capacidade empreendedora, é possível expandir o número de empresas ampliando as possibilidades de geração de emprego e renda.

Segundo o SEBRAE (2009), as micro e pequenas empresas correspondem a 98% das empresas do país, 28% do faturamento total do setor privado, 53,4% do PIB e 2 % das exportações brasileiras, tornando assim as principais geradoras de riquezas no comércio Brasileiro.

Com base nestes dados percebe-se no empreendedorismo o pilar para o desenvolvimento socioeconômico.

Segundo Rezende (2013) a logística se tornou essencial no empreendedorismo e indispensável nos meios econômicos e sociais. Trabalhar de forma mais simples e mais econômica propicia fortes avanços nas questões administrativas, e assim a logística deixa de ser uma simples ferramenta de controle de transportes, fretes e tempo de entrega, começando a ser um meio de redução de custos, aprimoramento e fator decisivo na competitividade operacional de atendimento ao cliente.

Portanto, Logística do Empreendedor é uma nova forma de analisar resultados, valorizar o cliente, ser competitivo continuamente, inovando a cada oportunidade.

Salati (2014) salienta que o Professor da Fundação Instituto de Administração (FIA), Célio Placer, concorda com a análise de Balian e afirma que, atualmente, as pessoas estão tendo maior acesso à informação de como iniciar seus negócios. Mesmo que tudo pareça ser claro e óbvio é preciso ter uma boa organização, é necessário planejar para isso o plano de negócio, o qual é uma forte ferramenta para analisar e concretizar um empreendimento. Um plano de negócio é como uma ferramenta estratégica, utilizado para orientar a implantação de um negócio, avaliar objetivos e metas, monitorar o desenvolvimento da empresa, além de se caracterizar como um poderoso instrumento para captação de recursos. É muito importante manter uma boa qualidade na logística pois

ela impacta o planejamento dos recursos, o controle do fluxo de mercadorias, equipamentos e informações, com resultados sobre toda a empresa.

Esse trabalho tem como finalidade analisar estratégias logísticas de uma microempresa e indicar seus pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaça, e se a empreendimento é algo viável.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

O estudo de caso foi feito em um comércio de pequeno porte na cidade de Botucatu, com horário de funcionamento de segunda a sexta-feira das 13:00 às 18:00 horas e sábado das 9:00 as 17:00 horas, possuindo diversos clientes. O consumidor típico de um comércio ambulante é de todas as faixas etárias, todas as classes sociais, voltada a funcionários dos bancos, lojas comerciais e diversos outros.

A metodologia utilizada, foi a observação das ações desenvolvidas pela microempresa em estudo, no próprio ambiente de trabalho, tanto no local de estocagem dos insumos, como nos pontos de comercialização dos produtos. A empresa estudada foi observada por um período de seis meses, sem o uso de um roteiro específico, porém com foco nos processos de compras, armazenagem dos insumos e principalmente, na distribuição e comercialização dos produtos. Conta com apenas uma pessoa para desenvolver todas as suas atividades. O estudo foi feito através da aplicação de um software livre, para elaboração de Plano de Negócios, fornecido pelo SEBRAE – MG.

Para a inserção dos dados no programa do plano de negócios foram levantados vários fatores e feitas várias análises referentes à empresa como: dados do empreendimento, estudo de concorrentes, clientes e fornecedores, produtos oferecidos, preços praticados, estrutura de comercialização, ponto de localização, layout da empresa, capacidade comercial, processos operacionais, estimativa de investimentos. Foi feita também uma análise estratégica, utilizando o método FOFA (SWOT), para identificação dos pontos fracos e fortes da empresa, suas oportunidades e ameaças.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Atualmente o comércio ambulante é um empreendimento que atende às necessidades de um grande número de pessoas presentes em todos os centros das cidades, oferecendo gêneros alimentícios variados, tais como: pipoca salgada, pipoca doce e batata chips. Este tipo de empreendimento atua com estoques e espaço físico reduzido, e apresenta a característica de exigir baixo investimento.

Na empresa observada, a mercadoria é vendida tanto diretamente ao consumidor final, como para distribuidores. Assim, a distribuição dos produtos exigem que estes sejam embalados de forma adequada para evitar danos aos produtos e para segurança alimentar. Para isso, a empresa usa sacos plásticos PP 15x30, que proporcionam que a vida útil dos produtos passe a ser de 20 dias, viabilizando o repasse a revendedores.

A análise de mercado demonstrou que o empreendimento comercial atende pessoas físicas com faixa etária bem variada, e que frequentam o empreendimento diariamente comprando sempre pequenas quantidades.

O número de concorrentes é pequeno e não há concorrentes com potencial competitivo. O suporte logístico para o funcionamento da comercialização se faz pela estocagem dos insumos, a um nível de 6 dias de estoque de segurança, com compras semanais. A armazenagem é realizada na residência da proprietária, de onde o carrinho de pipoca se desloca para a distribuição na região central da cidade.

O carrinho permite a estocagem temporária dos produtos, mantendo sua qualidade, devendo ser repostos diariamente. Diariamente o carrinho é higienizado, e eventualmente ele pode permanecer no centro da cidade, em local adequado. Nestas situações, ele é higienizado neste local. O levantamento dos itens comercializados possibilitou a identificação dos fornecedores, condições de pagamentos e prazo de entrega, conforme demonstrado na Tabela 1.

Tabela 1 – Estudo dos fornecedores

Descrição dos itens comercializados	Nome do fornecedor	Condições pagamento	Prazo de entrega
Milho de pipoca	Mercadão	À vista	Pronta entrega
Açúcar	Mercado Dia	À vista	Pronta entrega
Óleo	Mercado Dia	À vista	Pronta entrega
Sal	Mercado Dia	À vista	Pronta entrega
Corantes	Tresko	À vista	Pronta entrega
Embalagem	Tresko	À vista	Pronta entrega
Batata	Barra Bonita	À vista	1 semana
Botijão de gás	Zilogás	À vista	Pronta entrega
Gordura vegetal	Hipermercado Tenda	À vista	Pronta entrega

Nos meses normais, em que não há datas significativas como Natal, o empreendimento comercial atende a um fluxo satisfatório de clientes gerando vendas mensais médias de R\$ 6.950,00, trabalhando em horário normal de funcionamento.

E no final de ano, o movimento cresce em até 100%, quando são contratados mais funcionários para viabilizar o funcionamento do carrinho até as 22:00h. Feito um levantamento dos itens comercializados e as quantidades adquiridas de cada item, necessários ao atendimento da demanda, chegou-se a um estoque inicial de R\$ 273,00.

Verificou-se que o prazo médio de vendas gira em torno de 1 dia, mesmo tempo identificado para o prazo médio de compra; além disso, identificou-se a cada 6 dias são realizadas as compras dos insumos, para o reabastecimento dos estoques. A logística de reposição destes estoques está condicionado ao fato destes insumos se tratarem de alimentos perecíveis, exceto as embalagens. Os fornecedores são de fácil acesso, já que os insumos não se caracterizam como itens especiais, ou muito elaborados. São alimentos encontrados com uma certa facilidade em diversos supermercados, entretanto não é interessante a formação de estoques elevados, já que pode ocorrer perdas pela presença de contaminantes, insetos, etc.

A análise financeira da viabilidade do negócio indicou alguns aspectos interessantes. As diferença entre os recursos em que se encontram fora do caixa (contas a receber + estoque) e os recursos de terceiros (fornecedores), permitiu calcular a necessidade líquida de capital de giro em dias, conforme demonstrado na tabela 2.

Tabela 2 - Capital de giro

Recursos da empresa fora do caixa	Número de dias
1. Contas a receber - Prazo médio de vendas	1
2. Estoque - Necessidade média de estoque	6
Subtotal recursos fora do caixa	7
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores - Prazo médio de compras	1
Subtotal recursos de terceiros no caixa	1
Necessidade líquida de capital de giro em dias	6

Calculando a necessidade média de estoque, que é a permanência dos produtos no estoque, abrangendo desde a data do pedido ao fornecedor até a venda, observou-se um caixa mínimo conforme demonstrado na tabela 3.

Tabela 3 - Caixa mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$1.021,01
2. Custo variável mensal	R\$ 1.807,00
3. Custo total da empresa(1+2)	R\$ 2.828,01
4.Custo total diário	R\$ 94,27
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	6
Total de B – Caixa Mínimo	R\$565,60

Após reunirem-se todas as informações sobre o faturamento e os custos totais, foi possível prever o resultado da empresa onde foi verificado que a mesma encontra-se viável, conforme demonstrado na Tabela 4.

Tabela 4 - Demonstrativo de resultado

Descrição	Valor Mensal	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 6.950,00	R\$ 83.400,00	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$1.112,00	R\$13.344,00	16,00
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 695,00	R\$ 8.340,00	10,00
Total de custos Variáveis	R\$ 1.807,00	R\$ 21.684,00	26,00
3. Margem de Contribuição	R\$ 5.143,00	R\$ 61.716,00	74,00
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$1.021,00	R\$ 12.252,12	14,69
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$4.121,99	R\$ 49.463,88	59,31

Foi realizada também uma avaliação estratégica da empresa através do método FOFA(SWOT) – Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças, conforme Figura 1.

Figura 1 - Matriz F.O.F.A.

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	FORÇAS A empresa atua no ramo há 6 anos. Já possui boa parte do material necessário para criação de um novo ponto e mercado.	OPORTUNIDADES Concorrência não é tão forte. Tem pipocas doces com alta variedade de cores, alguns concorrentes só trabalham com pipocas salgadas. Trabalha com outros produtos do ramo alimentício como batata. A empresa trabalha com revendedores.
PONTOS FRACOS	FRAQUEZAS Possui sum só ponto de venda.	AMEAÇAS A logística utilizada é facilmente reproduzida pela concorrência, não sendo um fator de diferenciação.

4. CONCLUSÕES

Considerando a análise foram traçadas definições importantes para o presente trabalho o que demonstra a importância do planejamento logístico de qualquer empreendimento. O Plano de Negócios demonstrou que a empresa estudada apresenta lucro mensal de 59,31%. Todavia, as informações aqui constantes não são estáticas e, conforme o desenvolvimento do negócio, devem ser revistas e ampliadas, para que este seja um instrumento eficiente no acompanhamento do crescimento e desenvolvimento da empresa. O planejamento logístico é adequado a localização do ponto comercial é estratégia e o plano de negócios revela que o micro empreendimento é viável.

5. REFERÊNCIAS

REZENDE, J. **Logística + empreendedorismo.** Artigo de logística e empreendedorismo, 03 de janeiro de 2013. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/academico/o-empreendedorismo-na-area-de-logistica/69967/>. Acesso 11 set. 2015

SALATI, **Índice de mortalidade de pequenas empresas caiu pela metade nesse ano.** Jornal DCI-19/11/2014. Disponível em: <http://www.ibracon.com.br/ibracon/Portugues/detNoticia.php?cod=2336>. Acesso em: 7 set. 2015.

SEBRAE-SP. **As micro e pequenas empresas na economia.** Disponível em: <[Http://www.sebraesp.com.br/conhecendo_mpe/mpe_numero/pequena_empresa_economia](http://www.sebraesp.com.br/conhecendo_mpe/mpe_numero/pequena_empresa_economia)>. Acesso em: 11 set. 2015.