



2022

**PROJETO DE CONSULTORIA
EMPRESARIAL**



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

CIÊNCIAS ECONÔMICAS

PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL

PROJEÇÕES EMPRESARIAIS

AGROPECUÁRIA RIO VERDE

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO 2022

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS
CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CIÊNCIAS ECONÔMICAS
PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL
PROJEÇÕES EMPRESARIAIS
AGROPECUÁRIA RIO VERDE

MÓDULO FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

Fundamentos de Administração – Prof. Frederico Fagnoli Ribeiro

Fundamentos de Contabilidade – Prof^ª. Elaina Cristina Paina Venâncio

Fundamentos de Economia – Prof. Ricardo Ibanhez

Fundamentos de Finanças – Prof^ª. Renata E. de Alencar Marcondes

Projeto de Fundamentos Empresariais – Prof^ª. Renata E. de Alencar Marcondes

Estudantes:

Breno Eduardo de Aquino, RA 22001206

Caio Henrique Carvalho, RA 22000322

Davi Peres Feltran, RA 220000665

Rafael Nogueira Teixeira, RA 22001384

Victor José Beli de Carvalho, RA 22000511

Monitores

Julia Agostinho Catini, RA 22000166

Marco Antonio Bento Junior, RA 22000367

Thalyta Paina Marçola, RA 22001058

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
NOVEMBRO 2022

SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO	4
2 - DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3 - PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL	6
3.1 - FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	6
3.1.1 - MISSÃO, VISÃO E VALORES EMPRESARIAIS	6
3.1.2 - ANÁLISE DE CLIENTES E DO QUE CRIA VALOR A ELES	7
3.1.3 - ANÁLISE DOS CONCORRENTES E AMEAÇAS	7
3.1.4 - AVALIAÇÃO DA ESTRUTURA DA EMPRESA	8
3.2 - FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE	9
3.2.1 - BALANÇO PATRIMONIAL (BP) E DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)	9
3.2.2 - ANÁLISE DA LIQUIDEZ, ENDIVIDAMENTO E LUCRATIVIDADE	11
3.3 - FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	12
3.3.1 - IDENTIFICAÇÃO DO TÓPICO FOCAL	13
3.3.2 - IDENTIFICAÇÃO E ANÁLISE DAS FORÇAS E FRAQUEZAS	14
3.4 - FUNDAMENTOS DE FINANÇAS	16
3.4.1 - VALOR PRESENTE LÍQUIDO	16
3.4.2 - VALOR PRESENTE	16
4 - CONCLUSÃO	17
REFERÊNCIAS	18

1 - INTRODUÇÃO

Realizaremos o projeto de consultoria empresarial com base na Agropecuária Rio Verde que situa-se em Itobi - SP e temos o objetivo de melhorar os âmbitos mercadológicos para que a empresa venha ter um aumento no seu rendimento. Tendo isso em mente será usado os conhecimentos adquiridos em Fundamentos de Contabilidade para apresentar o Balanço Patrimonial (BP) e a Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) da empresa e realizar a análise vertical e horizontal. Seguindo assim, realizaremos a análise de liquidez, de endividamento e da lucratividade da empresa para que possíveis investidores consigam ponderar os pontos para um possível investimento futuro.

Em Fundamentos de Administração demonstraremos a avaliação administrativa, que inclui o posicionamento estratégico, a análise de clientes e concorrentes e a estrutura organizacional da empresa.

Na parte de Finanças conceituaremos o valor presente líquido e usaremos a taxa selic de 13,75% para trazer os anos de 2022, 2023 e 2024 para o valor presente de 2021.

Nos elementos de Economia tomando como base o cenário otimista, identificaremos o tópico focal, logo após analisaremos as forças e fraquezas, oportunidades e ameaças para fazermos a análise de SWOT, a fim de descobrir qual a melhor estratégia a se aplicar para se obter um melhor resultado a longo prazo.

2 - DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Situada na Rua XV de Novembro, Nº 540 no centro da cidade de Itobi, São Paulo, a Agropecuária Rio Verde de razão social Luciano Costa & Silva - Me e CNPJ 15.279.278/0001-17 a qual o proprietário é o Luciano Costa e Silva.

A Agro Rio Verde é uma empresa voltada para o comércio de utilidades agropecuárias em geral como rações, adubos, fertilizantes, inseticidas, herbicidas, fungicidas, utensílios para pesca e camping, sementes, ferramentas, equipamentos de montaria, acessórios para máquinas agrícolas, medicamentos veterinários, entre outros.

A empresa tem em seus principais clientes os sitiantes, fazendeiros e as famílias locais nas de Itobi e arredores.

Seus fornecedores são Magnus - Adimax, Special Dog Company, Luck Dog Rações e outras marcas de rações e de implementos agrícolas.

Os concorrentes são empresas que atuam no ramo da agropecuária que situam-se em Itobi e região.

3 - PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL

Estaremos desenvolvendo o Projeto de consultoria empresarial baseado na Agropecuária Rio Verde e aqui serão apresentados todos os conteúdos e o desenvolvimento do nosso Projeto.

3.1 - FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

Nesta parte do PE, iremos realizar uma avaliação administrativa da empresa, definindo a missão, visão e valores, avaliando os clientes, os concorrentes e a estrutura da empresa.

3.1.1 - MISSÃO, VISÃO E VALORES EMPRESARIAIS

Missão: É o propósito da empresa existir. É sua razão de ser.

Visão: É a situação em que a empresa deseja chegar (em período definido de tempo).

Valores: São os ideais de atitude, comportamento e resultados que devem estar presentes nos colaboradores e nas relações da empresa com seus clientes, fornecedores e parceiros. (Nakagawa, 2010)

A Agro Rio Verde tem por sua missão fornecer produtos de alta qualidade, atendendo e superando as expectativas do mercado, gerando satisfação nos clientes e colaboradores, proporcionando um ambiente agradável de trabalho, conquistando a credibilidade, a confiança, o respeito e a admiração de todos, sendo conscientes da necessidade de melhoria contínua.

A sua visão é ser reconhecida como a melhor opção de agropecuária na cidade, criando soluções para melhor atender o mercado, integrando clientes e colaboradores, gerando melhores resultados nos negócios e na vida de cada um.

E seus valores são ética e transparência com tudo e com todos, sempre prezando pela verdade, para sermos dignos de credibilidade e respeito do mercado; companheirismo e união onde tudo em conjunto se resolve com mais facilidade; valorização humana os colaboradores são a alma da empresa, temos que saber reconhecê-los e valorizá-los; comprometimento o engajamento de todos é o segredo do sucesso da empresa.

3.1.2 - ANÁLISE DE CLIENTES E DO QUE CRIA VALOR A ELES

Neste tópico iremos analisar os interesses dos clientes conforme as suas necessidades, levando em conta o que lhes traz satisfação e seus motivos para comprar na Agro Rio Verde.

Todos os nomes são meramente fictícios, para que não degrida a imagem de nenhum dos envolvidos.

Família Antunes: Devido a serem uma família têm diferentes interesses como ração para gato e cachorro, mudas de plantas, ferramentas e remédios para bovinos e equinos. E preferem a loja pela forma de pagamento mensalista e a amizade de longa data com o empresário.

Túlio: Conveniente a seus inúmeros gatos sempre pega ração e petiscos para eles, e gosta da Agro Rio Verde pelo seu preço mais acessível.

Giuliano e Clebinho: Costumam pegar ferramentas e utensílios para piscina e jardinagem e usufruem da forma de pagamento mensalista.

Ivone: Suas necessidades são ração para cães e gatos, coelho, aves e ela prefere comprar devido a sua relação de amizade com o dono.

Maria: Consentâneo a sua pouca mobilidade ela prefere a loja pela proximidade e pela entrega que é feita, e geralmente ela compra ração e petiscos para gatos.

Carlinho da Sorveteria: Como ele é o único funcionário da sua loja e utiliza das entregas que são feitas e também que a sua loja é próxima da Agro Rio Verde. Utensílios para pesca, ração de coelho. Pela proximidade e entrega.

Diante de tudo analisamos que mesmo com todas as diferenças nos seus interesses e necessidades a Agro Rio Verde consegue atender a todos os clientes da melhor forma possível para que todos fiquem satisfeitos.

3.1.3 - ANÁLISE DOS CONCORRENTES E AMEAÇAS

Os concorrentes e as ameaças serão avaliadas neste tópico a fim de que a empresa não perca espaço no mercado em que está inserida, e venha a crescer apenas.

Agropecuária Itobiense: No mercado há mais de 30 anos, Localização próxima, Preço, Imóvel mais espaçoso.

Agropecuária Casa Nova: Localização boa, Igualdade nos produtos fornecidos.

Agropecuária Filhos do Tião: Recém inaugurada, localização privilegiada.

Pet Shop Arca de Noé: Serviço de Pet shop, horário de funcionamento.

Diante de tudo isso analisamos que para todos esses aspectos não venham afetar o rendimento da Agro Rio Verde, a mesma deve manter ficar atenta às novidades que seus concorrentes apresentam, deve manter a excelência em seus atendimentos, tentar sempre ser um destaque no mercado para que sempre se mantenha “nos olhos” dos consumidores.

3.1.4 - AVALIAÇÃO DA ESTRUTURA DA EMPRESA

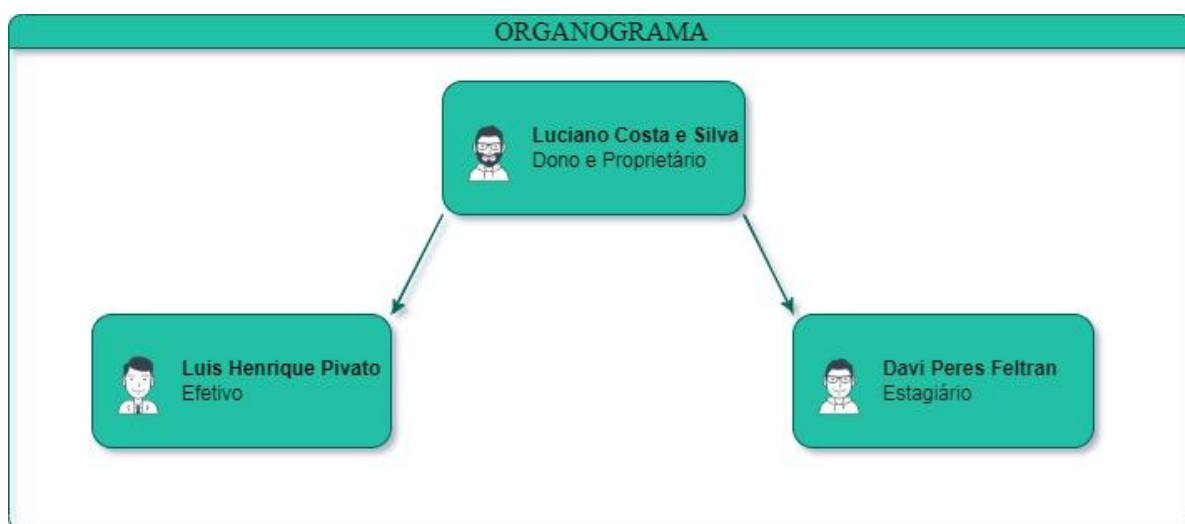
A empresa é constituída por 3 indivíduos seguindo o sistema hierárquico em que o dono coordena o funcionário efetivo e o estagiário, ao qual nenhum dos dois tem qualquer hierarquia sobre o outro. Sendo assim é um sistema pequeno mas muito bem definido e organizado.

Dono: Coloca os preços, participa das vendas, cuida das áreas administrativas, gestão, analisa o mercado, cuida da parte jurídica, pagamento de despesas, controle de vendas.

Efetivo: Controle do estoque, vendas, cuida da organização dos produtos, etiquetação, controle de vendas.

Estagiário: Cuida da limpeza, vendas, marketing, cuida da organização dos produtos.

Segue um organograma para modo de ilustração:



Fonte: Autoria de Caio Henrique Carvalho, Davi Peres Feltran.

3.2 - FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE

Nesta parte do PE, iremos analisar o Balanço Patrimonial e a Demonstração de Resultado do Exercício (DRE), cujo objetivo é fazer uma análise financeira da empresa considerando sua liquidez, endividamento e rentabilidade, para que isso venha a ajudar a empresa a ter um auxílio em suas tomadas de decisão, a partir dos dados apurados.

3.2.1 - BALANÇO PATRIMONIAL (BP) E DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)

Iremos apresentar o Balanço Patrimonial, a DRE e suas análises verticais e horizontais dos anos de 2019, 2020 e 2021.

O balanço patrimonial apresenta, de forma ordenada, a parte do ativo por liquidez e o passivo por prioridade de pagamento. Uma descrição de um determinado período de tempo de forma detalhada do conjunto de bens, direitos, obrigações e o patrimônio líquido da entidade, e seus respectivos saldos.

Balanço Patrimonial

	2019		2020			2021		
	AV		AV	AH	AV	AH		
Ativo Circulante								
Disponível								
Caixa	R\$ 128.851,60	40,94%	R\$ 124.601,70	41,78%	-3,30%	R\$ 127.501,02	40,02%	2,33%
Banco	R\$ 70.768,21	22,49%	R\$ 68.719,79	23,04%	-2,89%	R\$ 71.601,02	22,47%	4,19%
Direito Realizável								
Créditos								
Duplicatas a receber	R\$ 9.753,40	3,10%	R\$ 5.290,87	1,77%	-45,75%	R\$ 6.789,56	2,13%	28,33%
Estoque								
Mercadoria para revenda	R\$ 78.654,50	24,99%	R\$ 72.327,15	24,25%	-8,04%	R\$ 86.456,14	27,14%	19,53%
Embalagens	R\$ 2.000,00	0,64%	R\$ 3.200,76	1,07%	60,04%	R\$ 3.750,62	1,18%	17,18%
Despesas do exercício seguinte								
Impostos	R\$ 2.500,00	0,79%	R\$ 2.950,00	0,99%	18,00%	R\$ 2.750,00	0,86%	-6,78%
Total do ativo circulante	R\$ 292.527,71		R\$ 277.090,27			R\$ 298.848,36		
Ativo não Circulante								
Imobilizado								
Equipamentos	R\$ 15.000,00	4,77%	R\$ 14.302,17	4,80%	-4,65%	R\$ 13.915,46	4,37%	-2,70%
Veiculos	R\$ 7.000,00	2,22%	R\$ 6.657,45	2,23%	-4,89%	R\$ 5.814,23	1,82%	-12,67%
Intangível								
Marcas	R\$ 200,00	0,06%	R\$ 200,00	0,07%	0,00%	R\$ 200,00	0,06%	0,00%
Total do Ativo Não Circulante	R\$ 22.200,00		R\$ 21.159,62			R\$ 19.752,69		
Total do Ativo	R\$ 314.727,71	100,00%	R\$ 298.249,89	100,00%		R\$ 318.601,05	100,00%	

Passivo Circulante									
Salários a pagar	R\$ 24.000,00	7,63%		R\$ 25.080,00	8,41%	4,50%	R\$ 26.400,00	8,29%	5,26%
Fornecedores	R\$ 83.723,00	26,60%		R\$ 81.576,33	27,35%	-2,56%	R\$ 89.606,76	28,13%	9,84%
Impostos a pagar	R\$ 12.024,71	3,82%		R\$ 10.365,64	3,48%	-13,80%	R\$ 11.524,29	3,62%	11,18%
Encargos a pagar	R\$ 12.180,00	3,87%		R\$ 12.727,92	4,27%	4,50%	R\$ 13.398,00	4,21%	5,26%
Contas a pagar	R\$ 19.800,00	6,29%		R\$ 18.500,00	6,20%	-6,57%	R\$ 21.672,00	6,80%	17,15%
Total do Passivo Circulante	R\$ 151.727,71			R\$ 148.249,89			R\$ 162.601,05		
Passivo Não Circulante									
Financiamentos a Longo Prazo	R\$ 10.000,00	3,18%		R\$ 8.000,00	2,68%	-20,00%	R\$ 9.000,00	2,82%	12,50%
Total do Passivo Não Circulante	R\$ 10.000,00			R\$ 8.000,00			R\$ 9.000,00		
Patrimônio Líquido									
Capital Social	R\$ 125.000,00	39,72%		R\$ 125.000,00	41,91%	0,00%	R\$ 125.000,00	39,23%	0,00%
Reserva de Lucro	R\$ 13.000,00	4,13%		R\$ 7.000,00	2,35%	-46,15%	R\$ 10.000,00	3,14%	42,86%
Ajuste de Avaliação patrimonial	R\$ 15.000,00	4,77%		R\$ 10.000,00	3,35%	-33,33%	R\$ 12.000,00	3,77%	20,00%
Total do Patrimônio Líquido	R\$ 153.000,00			R\$ 142.000,00			R\$ 147.000,00		
Total do Passivo	R\$ 314.727,71	100,00%		R\$ 298.249,89	100,00%		R\$ 318.601,05	100,00%	

Fonte: Autoria de Breno Eduardo de Aquino, Caio Henrique Carvalho, Davi Peres Feltran, Rafael Nogueira Teixeira, Victor José Beli de Carvalho
Todos os dados são fictícios

A (DRE) demonstração do resultado do exercício é um relatório feito pela parte contábil de uma empresa ou um terceiro (Escritório Contábil) onde conseguimos analisar a partir da receita líquida sob um determinado período, onde poderemos chegar a conclusão se a empresa teve lucro ou prejuízo.

DRE

	31/12/2019		31/12/2020		31/12/2021		
		AV		AV	AH	AV	AH
Receita Bruta	R\$ 314.727,71		R\$ 298.249,89			R\$ 318.601,05	
(-) Impostos e Deduções	R\$ 81.370,29		R\$ 76.551,97			R\$ 82.551,87	
Devolução de vendas	R\$ 800,00		R\$ 200,00		-75,00%	R\$ 990,00	395,00%
COFINS - 18%	R\$ 23.919,31		R\$ 22.666,99		-5,24%	R\$ 24.213,68	6,82%
ICMS - 7,6%	R\$ 56.650,99		R\$ 53.684,98		-5,24%	R\$ 57.348,19	6,82%
Receita líquida	R\$ 233.357,42	100,00%	R\$ 221.697,92	100,00%		R\$ 236.049,18	100,00%
(-) Custo de produtos vendidos	R\$ 110.794,47	-47,48%	R\$ 102.348,14	-46,17%	-7,62%	R\$ 112.967,74	-47,86%
(=) Lucro Bruto	R\$ 122.562,95	52,52%	R\$ 119.349,78	53,83%		R\$ 123.081,44	52,14%
(-) Despesas operacionais	R\$ 20.700,00	-8,87%	R\$ 19.197,83	-8,66%		R\$ 22.058,71	-9,34%
Despesas Comerciais	R\$ 17.800,00	-7,63%	R\$ 16.500,00	-7,44%	-7,30%	R\$ 19.672,00	-8,33%
Despesas de ADM	R\$ 2.000,00	-0,86%	R\$ 2.000,00	-0,90%	0,00%	R\$ 2.000,00	-0,85%
Outras despesas (Amortização e Depreciação)	R\$ 900,00	-0,39%	R\$ 697,83	-0,31%	-22,46%	R\$ 386,71	-0,16%
(=) Lucro antes das desp. financeiras	R\$ 101.862,95	34,78%	R\$ 100.151,95	36,52%		R\$ 101.022,73	33,45%
Despesas Financeiras	---		---			---	
Receita Financeira	---		---			---	
(=) Lucro/Prejuízo antes do impostos	R\$ 101.862,95	34,78%	R\$ 100.151,95	36,52%		R\$ 101.022,73	33,45%
Provisão do IRPJ - 15%+10% sobre excedente	R\$ 25.465,74	-25,00%	R\$ 25.037,99	-25,00%	-1,68%	R\$ 25.255,68	-25,00%
Provisão do CSLL - 9%	R\$ 9.167,67	-9,00%	R\$ 9.013,68	-9,00%	-1,68%	R\$ 9.092,05	-9,00%
(=) Lucro líquido	R\$ 67.229,55	28,81%	R\$ 66.100,29	29,82%		R\$ 66.675,00	28,25%

Fonte: Autores Breno Eduardo de Aquino, Caio Henrique Carvalho, Davi Peres Feltran, Rafael Nogueira Teixeira, Victor José Beli de Carvalho
Todos os dados são fictícios

A análise vertical é uma maneira de avaliar as demonstrações financeiras da empresa. E também é uma prática utilizada por investidores com o intuito de analisar a dimensão de um dado financeiro em relação ao total.

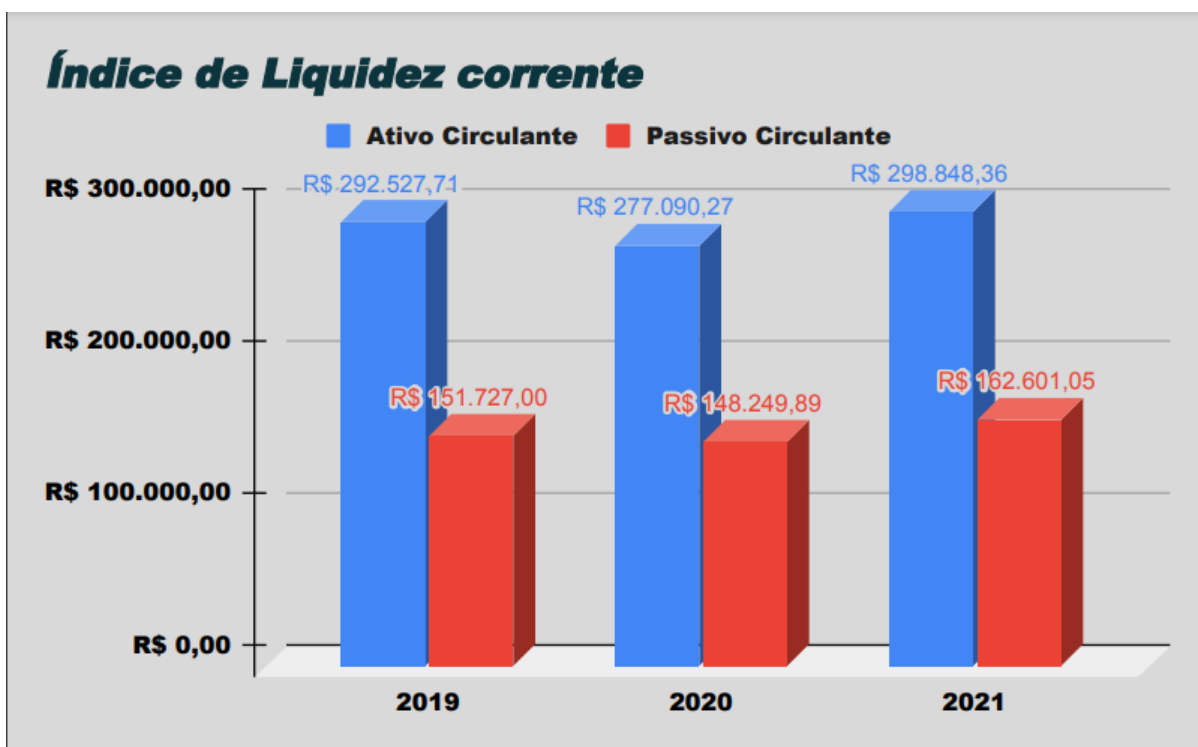
É mostrar cada conta em comparação à demonstração financeira a que pertence, comparando com padrões do ramo ou percentuais da própria empresa no período analisado. Na última linha da análise vertical encontra-se o valor restante. Se for positivo, significa que a empresa ganhou mais do que gastou e, portanto, está dando lucro. (Oliveira, 2021)

Análise horizontal é um método comparativo que utilizamos para medir se a empresa teve um aumento ou diminuição de um ano para outro no balanço patrimonial e DRE, de tal maneira que comparamos os valores de cada grupo a fim de que seja mais fácil avaliar o crescimento ou declínio da empresa.

3.2.2 - ANÁLISE DA LIQUIDEZ, ENDIVIDAMENTO E LUCRATIVIDADE

Nesta parte do trabalho iremos analisar o índice de liquidez que mostra se a empresa é capaz de honrar as suas contas que são o passivo circulante, sobre determinada parte do ativo. Também será analisado o índice de endividamento que analisa o passivo da empresa e se ela é capaz de debitar os seus créditos, já com o índice de rentabilidade conseguiremos medir o retorno sobre o investimento gerado pela empresa.

Abaixo será apresentado um gráfico sobre o índice de liquidez corrente:



A tabela mostra os índices:

	2019	2020	2021
Índice de Liquidez Corrente	1,93	1,87	1,84
Índice de Liquidez Seca	1,4	1,36	1,28
Índice de Liquidez Imediata	1,33	1,3	1,22
Índice de Liquidez Geral	1,81	1,77	1,74
Indicadores de Endividamento Geral	0,51	0,52	0,54
Composição do Endividamento	0,94	0,95	0,95
Índice de participação de Capital de Terceiros	1,06	1,1	1,17
Taxa de Retorno sobre Investimentos	21,36%	22,16%	20,93%
Taxa de retorno sobre Patrimônio Líquido	43,94%	46,55%	45,36%

Sobre os índices de liquidez corrente, seca, imediata e geral podemos observar que a empresa consegue pagar todas as suas contas a curto prazo onde consegue sobrar uma certa quantia, que vem decaindo ao longo dos anos de 2020 e 2021, que pode ser correlacionado com os anos da pandemia.

O indicador de endividamento geral mostra que os valores dos recursos aplicados por terceiros vem crescendo, enquanto que na composição de endividamento vemos que as contas a curto prazo da empresa vem aumentando.

Utilizando o índice de rentabilidade percebemos que de 2019 para 2020 tivemos um aumento na taxa de retorno sobre investimentos e sobre o patrimônio líquido, porém em contrapartida de 2020 para 2021 tivemos uma queda na rentabilidade da organização nos mesmos aspectos.

3.3 - FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

A construção de cenários é uma ferramenta utilizada para desenvolver planejamentos estratégicos futuros, sendo eles o otimista, pessimista e atual, demonstrando possíveis caminhos a serem percorridos, avaliando as consequências e eventos após a ação escolhida.

“que prevê situações baseadas em projeções reais do seu negócio. Essa ferramenta estuda os diferentes caminhos que a empresa pode optar por seguir”. (Macedo, 2019).

O cenário atual é o cenário onde mostra como a empresa está na sua situação atual com todas as suas expertises e deficiências.

No cenário pessimista a empresa terá todas as piores perspectivas.

Já no cenário otimista cria-se uma perspectiva em que tudo vai dar certo na empresa, ela é feita para ver se a visão da empresa é realmente concretizada.

Matriz de swot é uma ferramenta que analisa a empresa e utilizamos ela para fazer a análise da parte interna (forças e fraquezas) e externa (oportunidades e ameaças) onde gera as estratégias que cruzando as informações coletadas garante maior aproveitamento, maximizando os ganhos e minimizando as perdas.

A estratégia é a mobilização dos recursos da empresa visando atingir os objetivos em longo prazo, seu objetivo é ter uma maior flexibilidade em relação às contingências imprevisíveis.

Com base nisso segue as possíveis estratégias:

Ofensiva: É quando os pontos fortes podem ajudar com as oportunidades assim podendo ajudar no crescimento da empresa.

Defesa: Quando a pior situação pode ocorrer, ela ajuda a minimizar os danos que a empresa pode sofrer.

Confronto: É usada para que os pontos fortes diminuam as chances de ameaça.

Reforço: É utilizada para que as fraquezas não tenham tanto impacto assim aumentando as influências da oportunidade.

3.3.1 - IDENTIFICAÇÃO DO TÓPICO FOCAL

Utilizando o cenário otimista como base e usando as estratégias formuladas prevemos um grande aumento no público frequentado podendo chegar no mínimo 20% a mais de público alcançado, caso venha a ter um funcionário a mais sem perder o outro, já seria uma maneira de acompanhar o crescimento da clientela sem perder a eficiência. Com tudo isso a maneira mais eficaz de segurar e fidelizar os novos clientes seria com as promoções e bons preços juntamente com a qualidade e produtos diversificados dos fornecedores.

3.3.2 - IDENTIFICAÇÃO E ANÁLISE DAS FORÇAS E FRAQUEZAS

Matriz: após nosso período de análise utilizando a ferramenta de SWOT que busca as informações internas (forças e fraquezas) e externas (oportunidade e ameaças), conseguimos identificar os seguintes itens abaixo dando grande ênfase nas forças na parte interna e nas ameaças da mesma.

Matriz SWOT

Fatores Internos	Forças	Fraquezas
	Preço	Falta de organização no estoque
	Produtos únicos	Falta de espaço
	Local - Centro	Marketing digital fraco
	Ótimos Feedbacks	
	Boa parceira com Fornecedores	
Fatores Externos	Oportunidades	Ameaças
	Eventos regionais	Novos concorrentes
	Consolidada no mercado	Promoção nos outros concorrentes
		Divulgação de marcas nas outras lojas
	Mudanças no ambiente (legislação, economia...)	Notícias sobre produtos
		Aumento de custos
	Perda de trabalhadores que são fundamentais na empresa;	

SWOT Cruzada

Pontuação dos Quadrantes		
	Oportunidades	Ameaças
Forças	176	237
Fraquezas	222	301

Estratégia Ofensiva
Estratégia de Defesa

Estratégias

FORÇAS/FRAQUEZAS	CLASSIFICAÇÃO	Oportunidades/ameaças	No seu negócio	ESTRATÉGIA
Preço	Força	Eventos regionais	Oportunidade	Ofensiva
Produtos unicos	Força	Consolidada no Mercado	Oportunidade	Ofensiva
Local-Centro	Força	Mudanças no ambiente (legislação, economia...)	Oportunidade	Ofensiva
Otimos Feedbacks	Força	Novos concorrentes	Ameaça	Confronto
Boa parceria com fornecedores	Força	Promoção nos outros concorrentes	Ameaça	Confronto
Falta de organização no estoque	Fraqueza	Divulgação de marcas nas outras lojas	Ameaça	Defesa
Falta de espaço	Fraqueza	Noticias sobre produtos	Ameaça	Defesa
Marketing digital fraco	Fraqueza	Aumento de custos	Ameaça	Defesa
	Fraqueza	Perda de trabalhadores que são fundamentais	Ameaça	Defesa

Conforme os elementos apontados na tabela da Matriz de SWOT, destacamos que a melhor estratégia para a empresa seria a Ofensiva e a de Defesa, que consistem em fortalecer as forças quanto às oportunidades para combater as fraquezas e ameaças.

Estratégia Ofensiva: Tendo eventos regionais, e um dos melhores preços do mercado, a divulgação de tais por meio dos mesmos, seria uma ótima alternativa para a divulgação dos preços.

Sendo uma empresa já consolidada no mercado, as pessoas têm uma ótima avaliação de seus produtos que são relativamente únicos no mercado em que está situada, e seu local ajuda na sua consolidação visto que é um local bem visto e de alta visibilidade, utilizando esse fator como primordial caso venha a realizar promoções ou eventos seria melhor assimilado pelo público e bem visto pelo clientes e futuros clientes.

Estratégia de Defesa: Ter um estagiário para prevenir a perda de um funcionário fundamental, o ideal é treinar-lo ao máximo em um curto período de tempo, para que ele consiga cumprir e realizar as funções do outro membro, incluindo nesse treinamento funções de marketing digital que capacitaria o colaborador numa área carente e provendo aos clientes, informações nas redes sociais.

Supondo que o funcionário consiga suprir bem as tarefas do último possibilitaria na contratação de mais um estagiário que seria treinado pelo atual suprimindo a falta de membros na loja.

E para finalizar com a elevação de custo seria importante buscar parcerias com fornecedores, talvez buscar até uma exclusividade para não afetar ou até diminuir os preços da loja.

3.4 - FUNDAMENTOS DE FINANÇAS

Nos fundamentos de finanças faremos uma análise com base na DRE do valor presente líquido e do valor presente a fim de avaliarmos a rentabilidade futura da empresa.

3.4.1 - VALOR PRESENTE LÍQUIDO

Após a coleta de dados contábeis chegamos no período de verificar as projeções das nossas propostas, mudanças e análises. Usando como base o VPL (valor presente líquido) que por Renata (2017) é uma ferramenta de estimativa do fluxo de caixa da empresa, que traz para a data zero os fluxos de caixa (positivos e negativos) de um projeto de investimento que é isso que mostraremos nesta parte de finanças.

3.4.2 - VALOR PRESENTE

O Valor presente é a valorização do dinheiro no tempo, em que é feito um cálculo para que todos os valores sejam transformados para a real quantia que seria o dinheiro na data presente.

Projeção de Aumento

	2021	2022	2023	2024
LUCRO	R\$ 66.675,00	R\$ 68.008,50	R\$ 71.408,93	R\$ 78.549,82
Taxa de Crescimento		2,00%	5,00%	10,00%
Taxa Selic (13,75%)				
VPL (valor presente líquido)	R\$ 66.675,00	R\$ 59.787,69	R\$ 55.188,64	R\$ 53.369,23

VPL Final	R\$ 235.020,56
------------------	-----------------------

Na parte de lucro, esperamos que o ano de 2022 tenha um pequeno aumento de 2% com o surgimento de novos concorrentes e a melhora nos casos de COVID-19. Já no ano de 2023 fizemos uma estimativa que a empresa tenha um aumento de 5% com a implantação do projeto utilizando as estratégias de defesa e ofensiva, como referência. Pensando nisso, em 2024 é esperado que a empresa cresça substancialmente já com o projeto implantado e com seu lugar no mercado retomado, devido às perdas pelos concorrentes.

4 - CONCLUSÃO

Concluimos que a Agro Rio Verde tem sua estrutura organizacional muito definida, e seus clientes têm relações muito próximas com o dono da empresa, o que ajuda a criar um vínculo. Seus concorrentes têm ganhado espaço no mercado, porém a expectativa é que com o projeto, a Agro Rio Verde venha a retomar seu lugar de destaque no mercado.

Complementando, feito todas as análises de liquidez, endividamento e lucratividade constatamos com base no balanço patrimonial e na DRE, que mesmo com a queda nos números de 2020 a empresa ainda se mantém forte e uma boa opção para quem quer investir nela.

De acordo com a projeção de aumento, esperamos que com a implementação do projeto a lucratividade da empresa venha crescer exponencialmente fazendo assim com que ela seja mais atraente para possíveis investidores.

Utilizando do cenário otimista, identificamos as forças e fraquezas, oportunidades e ameaças a fim de fazermos uma análise de swot e obtivemos como resultado as estratégias de defesa e ofensiva que se bem aplicadas podem levar a empresa a ser uma das melhores no ramo em que está.

REFERÊNCIAS

CAMARGO, Renata Freitas De. **Veja como o Valor Presente Líquido (VPL) ajuda na análise de viabilidade de um investimento.**

Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/valor-presente-liquido0-vpl/>. Acesso em: 29 out. 2022.

MACEDO, Ana Clara. **O que é construção de cenários de uma empresa.** Disponível em: <https://betterfly.com/pt-br/blog/o-que-e-construcao-cenarios>. Acesso em: 29 out. 2022.

NAKAGAWA, Marcelo. **Missão, Visão, Valores.** Disponível em:

https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Missao-Visao-Valores.PDF. Acesso em: 29 out. 2022.

OLIVEIRA, Geordânia. **Entenda a diferença entre análise horizontal e análise vertical.**

Disponível em:

<https://blog.fortestecnologia.com.br/gestao-financeira/entenda-a-diferenca-entre-analise-horiz-ontal-e-analise-vertical/>. Acesso em: 29 out. 2022.