

PLANO DE NEGÓCIOS E DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL: ANÁLISE ESTRATÉGICA E FINANCEIRA DE UMA EMPRESA VAREJISTA DE EMBALAGENS

MICHELLI, G. G.¹, BARBOSA, B. S.² PEREIRA, J. A.³

RESUMO

O estudo tem como objetivo elaborar um plano de negócios para uma empresa varejista de embalagens, produtos de limpeza e itens diversos, visando melhorar sua eficiência e competitividade. A pesquisa adotou abordagem qualitativa e exploratória, utilizando análise de mercado, diagnóstico organizacional e levantamento de dados financeiros. Os resultados indicam que, embora a empresa possua potencial de crescimento, enfrenta desafios como inadimplência e ausência de marketing digital. Conclui-se que, com a aplicação das estratégias propostas, a empresa poderá fortalecer sua estrutura, ampliar sua presença no mercado e alcançar melhores resultados operacionais.

Palavras-chave: Plano de negócios. Diagnóstico organizacional. Análises.

¹ Gabriel Giovanni De Michelli. Acadêmico do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana - FAP. Apucarana - Pr. 2025.

² Bruno Da Silva Barbosa. Acadêmico do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana - FAP. Apucarana - Pr. 2025.

³ José Alcione Pereira. Orientador da Pesquisa. Docente Doutor do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Apucarana - FAP. Apucarana - Pr. 2025.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como tema a elaboração de um plano de negócios voltado ao setor varejista de embalagens, produtos de limpeza e itens diversos, buscando oferecer uma visão estratégica e estruturada para o desenvolvimento da empresa analisada. Diante do cenário competitivo e das constantes mudanças nas demandas do mercado, torna-se essencial que os empreendimentos adotem ferramentas de planejamento que orientem suas decisões e fortaleçam sua atuação. De acordo com Dornelas (2015, p.95), o plano de negócios pode ser compreendido como um documento que descreve o empreendimento e o modelo que sustenta a empresa, representando um processo de aprendizado e autoconhecimento que permite ao empreendedor compreender melhor o ambiente em que atua. A construção deste plano justifica-se pela necessidade de entender os desafios internos e externos enfrentados pela organização e de propor ações que promovam seu crescimento sustentável, aumentem sua competitividade e melhorem sua eficiência operacional.

OBJETIVO

Elaborar um plano de negócios para uma empresa do setor varejista de embalagens e produtos de limpeza, buscando fortalecer sua gestão e aumentar sua competitividade no mercado. Para isso, propõe-se avaliar a estrutura organizacional e operacional, sugerindo melhorias que tornem os processos mais eficientes; mapear o perfil do mercado consumidor, concorrentes e fornecedores, identificando oportunidades estratégicas; e analisar o ambiente interno e externo da empresa, reconhecendo os fatores que influenciam diretamente em seu desempenho e crescimento.

MÉTODO

A presente pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso de natureza aplicada e abordagem qualitativa, voltado à análise e ao desenvolvimento de um plano de negócios para uma microempresa do setor varejista de embalagens, produtos de limpeza e artigos diversos, localizada no distrito do Pirapó, no município

de Apucarana (PR). A coleta de dados foi realizada por meio de observação direta durante o período de estágio supervisionado, complementada pela análise de documentos internos da empresa e pelo levantamento de informações referentes à sua estrutura organizacional, processos operacionais, perfil do mercado consumidor, concorrência e desempenho financeiro. O estudo concentrou-se no exercício de 2024, período no qual foram analisadas as principais práticas administrativas e operacionais da organização. As informações obtidas foram organizadas e tratadas de maneira descritiva, possibilitando a elaboração de diagnósticos e a formulação de estratégias que subsidiaram a construção do plano de negócios apresentado neste trabalho.

RESULTADOS

Os resultados obtidos ao longo do estudo demonstraram que a empresa analisada apresenta um cenário com potencial significativo de crescimento, mas que enfrenta desafios importantes em áreas estratégicas. A análise do ambiente interno e externo revelou fatores que impactam diretamente o desempenho organizacional, como a dependência de fornecedores, a ausência de estratégias estruturadas de marketing e a prática recorrente de vendas fiado, que afetam o fluxo de caixa e a lucratividade. Por outro lado, foram identificadas forças relevantes, como a qualidade dos produtos, os preços competitivos e a localização estratégica, além de oportunidades de expansão e inovação que podem ser exploradas a médio e longo prazo.

O estudo do mercado consumidor e do ambiente competitivo confirmou que a maior parte da receita é proveniente de empresas e estabelecimentos comerciais, reforçando a importância de estratégias voltadas a esse público. Já a análise financeira indicou que a organização opera acima do ponto de equilíbrio e mantém receitas estáveis ao longo do ano, embora a inadimplência impacte negativamente nos resultados finais. O diagnóstico evidenciou também a necessidade de aprimoramentos na estrutura organizacional e operacional, apontando caminhos para tornar os processos mais eficientes e alinhados às metas estratégicas.

De forma geral, os resultados estão alinhados aos objetivos traçados, pois possibilitaram a compreensão aprofundada da realidade da empresa, do mercado em que atua e dos fatores que influenciam seu desempenho. Além disso, permitiram

propor estratégias viáveis para fortalecer sua gestão, otimizar recursos e ampliar sua presença competitiva no setor. Esses achados servem como base para a elaboração do plano de negócios apresentado, oferecendo subsídios práticos para decisões futuras e contribuindo para a consolidação e expansão do empreendimento.

CONCLUSÃO

O estudo possibilitou compreender de forma clara a realidade atual da empresa e apontar caminhos para o seu crescimento. As análises mostraram que, apesar de possuir pontos fortes importantes, como qualidade dos produtos e fidelidade dos clientes, a empresa ainda enfrenta desafios em áreas como marketing, gestão financeira e dependência de fornecedores. O plano de negócios desenvolvido apresenta estratégias viáveis para superar essas fragilidades e aproveitar as oportunidades de mercado, contribuindo para o fortalecimento da gestão e o aumento da competitividade. Conclui-se que os objetivos propostos foram alcançados e que as ações sugeridas podem orientar decisões futuras, promovendo o desenvolvimento sustentável do negócio.

REFERÊNCIAS

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5. Ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2015.