

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO OESTE, UNICENTRO

SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS, SESA

MBA ESTRATÉGIAS COOPERATIVAS

Ênfase em negócios e finanças

ALUNO – Angélica Cechim Reiter

Proposta de abertura de sala de negócios no município de Cascavel

Cascavel/Paraná

2020

ALUNO – Angélica Cechim Reiter

Proposta de abertura de sala de negócios no município de Cascavel

Plano de negócios apresentado ao curso de MBA Estratégias Cooperativas – Ênfase em negócios e finanças Universidade Estadual do Centro Oeste, UNICENTRO, como requisito para conclusão do curso.
Prof(a) Orientador(a). Altair dos Passos

Cascavel/Paraná

2020

CARTA DE ABERTURA

O projeto que lhes apresento abrange o CONCEITO DO PROJETO DE uma sala de negócios para Cresol Progresso na cidade de Cascavel – PR.

Baseia-se em um design inovador tendo como protagonista principal os negócios. O marco zero deste conceito leva em consideração o coworking com uma estrutura otimizada de pessoas, um lounge com sofá confortável e descontraído, mesas de gerentes de negócios ou assistentes em linha reta e pés em metal com armário de apoio e uma cafeteria induzindo o networking. Uma estrutura mais contemporânea com tons acinzentados e uma iluminação específica para cada ambiente de negócios. Este novo conceito tem como suporte a proximidade entre uma agência de negócios (no caso, esta em questão) à uma agência de porte maior com toda a estrutura necessária a contemplação de numerários. A definição de materiais e o mobiliário levam em consideração questões de design, marketing, durabilidade, facilidade de manutenção e ergonomia.

Segue algumas considerações a respeito do design para o projeto:

HALL DE ENTRADA

Tem um conceito aberto com transparência. Para possibilitar o acesso de pessoas com deficiência visual, há um piso direcionável que possibilita o acesso à porta detectora de metais, direcionando à um analista.

ATM – AUTO ATENDIMENTO

São utilizados vidros transparentes, pensando na segurança do cooperado. Quando o cooperado estiver neste ambiente realizando operações, ele pode ser visto por quem passa na rua, isso sem perder a privacidade entre cada ATM.

RETAGUARDA e TESOURARIA

Pensando em segurança de informações, é necessário manter este ambiente fechado na parte da fachada, com paredes internas executadas em dry wall e lã de vidro. .

GERENTE DE NEGÓCIO

Constituído por mobiliário adequado aos funcionários para atender da melhor forma possível os cooperados. Conta com cadeiras e mesas dentro da normativa de ergonomia e com conceito aberto para eventuais negociações.

LOUNGE

Formado por sofá confortável com mesa de apoio para um notebook ou celular e uma torre de tomadas também como apoio. Em alguns casos este ambiente é marcado por um piso diferenciado para tornar agradável ao usuário.

ESPAÇO CAFÉ

Ambiente aconchegante e descontraído, propício para o fechamento de bons negócios e network. Posicionado de forma a garantir uma boa visibilidade interna da agência.

TI

Local específico para situar um rack com os equipamentos de lógica e cabeamento estruturado. Situado na parte restrita da agência com equipamentos de ar condicionado para manter uma temperatura adequada dos equipamentos.

COPA

Local adequado para alimentação dos colaboradores. DML: Espaço de armazenamento dos materiais de limpeza para a manutenção geral da agência.

SANITÁRIOS

Sanitários feminino, masculino e para portadores de necessidade especiais, que contam com bacia sanitária específica para estes usuários, bem como barras de apoio nas paredes e nas portas para a abertura/fechamento.

FOLHA DE ROSTO

NOME DA COOPERATIVA: Cooperativa de Crédito Rural com Interação Solidária
Progresso – Cresol Progresso

ENDEREÇO: Rua Maringá 2182 bairro São Cristóvão – Cascavel PR

TELEFONE: (45)99997-7545

PROJETOS: Proposta de abertura de agencia de auto-atendimento no município
de Cascavel

RAMO DE ATIVIDADE: Cooperativa

PESSOA RESPONSÁVEL: Henrique Heinen

LOCAL E DATA: Cascavel 18 de maio de 2020

SUMÁRIO

1 RESUMO EXECUTIVO	2
2 A COOPERATIVA	3
3 METODOLOGIA	5
4 O PROJETO	8
4.1 Características Gerais	5
4.2 A Análise de Mercado	5
4.3 Tamanho e Localização	6
4.4 Estratégia para produtos e serviços	6
5 PLANO ECONÔMICO-FINANCEIRO	9
5.2 Análise de Viabilidade Econômica	10
6 OBSERVAÇÕES FINAIS	12
7 REFERÊNCIAS	14

1 RESUMO EXECUTIVO

O projeto em questão é uma análise da viabilidade para abertura de uma sala de negócios, basicamente são salas menores que não contemplam a estrutura tradicional de uma agência de atendimento, com conceito moderno mais voltado para o público urbano, com intuito de ampliação da área de abrangência de atendimento da Cresol Progresso no município de Cascavel.

Contempla somente caixa eletrônico, porta detectora de metal (esta não sendo giratória) sala de coworking, café diferenciado disponível aos associados, com a aparência de uma “financeira” e não de um “banco”.

A Sala de negócios vai ter layout 2.0, conforme normas da Central Cresol Baser, com metragem mínima de 100m² e máxima de 130m², com horário diferenciado de atendimento que seria das 8:00 as 19:00 horas, a equipe irá contar com 5 colabores para atender o público urbano e rural, sendo 2 colaboradores para a abertura do dia (turno da manhã) com carga horária de trabalho de 6 horas e mais 2 colaboradores com as mesmas 6 horas de carga horária para o turno da tarde até o fechamento e 1 gerente para conectar as equipes trabalhando todo o portfólio de produtos e serviços conforme metas estabelecidas buscando a rentabilidade adequada.

Foram levantados os dados estatísticos do município para abertura da Sala de negócio no Centro da cidade de Cascavel:

Município de grande porte com 328 mil habitantes, sendo 94,93% urbano e 5,07% rural. Nos últimos anos teve crescimento populacional de 14,7 %, e elevação da renda média de 4,9% atingindo R\$ 5,3 mil, renda média do município acima do nível nacional que chega a R\$ 4,3 mil. Em comparativo o bairro centro contém 28,3 mil habitantes, sendo 100% urbano. Houve queda na renda média de -7,76% atingindo R\$ 10,3 mil, renda média do bairro bem acima do nível nacional que chega a R\$ 4,3 mil.

Das 256 mil pessoas que possuem renda, 76,5% estão trabalhando e 23,5% são inativas (aposentados ou pensionistas). Em comparativo com o bairro centro onde das 84 mil pessoas que possuem renda, 93,3% trabalham e 6,6% são inativas (aposentados ou pensionistas).

Quanto ao PIB o destaque é para setor de serviços com 56,1%, e o setor industrial ficam em segundo com 14,4%. O setor agropecuário representa apenas 4,8% do PIB do município. O Município teve aumento do PIB nos últimos anos de 1,4%, ocorrendo redução significativa no setor agropecuário com -8,64%, o industrial também perdeu mas apenas -0,9%.

O município possui um PIB per capita de R\$ 35,5 mil, um pouco acima da média nacional de R\$ 30,4 mil.

O investimento a ser desembolsado é de aproximadamente R\$230.000,00 por parte do investidor para reforma da sala e aproximadamente R\$300.000,00 por parte da Cresol Progresso (sendo movelaria e decoração R\$150.000,00, computadores e tecnologia R\$50.000,00, caixa eletrônico e máscara R\$100.000,00).

Diante disto, verifica-se que a abertura é viável, destaca-se como fator crítico de sucesso que a capacidade instalada permite aumentar a área efetiva de atuação, sem, no entanto, pôr em risco o que já foi até aqui construído, portanto tem-se a convicção da viabilidade deste e sua importância para o desenvolvimento sustentado da Cresol Progresso para os próximos anos.

2 A COOPERATIVA

Frente a circunstâncias e eventos que necessitam ocorrer para o projeto seja bem sucedido, tem-se como premissas de desenvolvimento dos negócios da Cresol Progresso:

- Considerando seus objetivos e as implicações para a Cresol Progresso, bem como o princípio da visão sistêmica, a participação ativa de toda a diretoria e conselhos (acompanhamento dos indicadores, metas e ações) torna-se de suma importância para o sucesso desse trabalho.
- Em conformidade com as necessidades deste projeto, por objetivo principal, os Conselhos de Administração e Fiscal vão ter que acompanhar e monitorar o desenvolvimento da agência, verificando o andamento do negócio e a viabilidade do investimento, assim como, discutir, propor e deliberar sobre as estratégias de abordagem junto ao público alvo, contando sempre com o apoio da presidência.
- Com base na amplitude do segmento a ser explorado e nas características inerentes a uma operação de varejo – novo foco de atuação da Cresol Progresso.
- Visando a formação de rede e otimização dos recursos para o autoatendimento fora das agências (PAA's, ATM's, dentre outros), futuramente indica-se a utilização de atendimento em núcleos, repartições, regionais, etc., além da rede do Banco 24 horas – TECBAN sendo a 4º maior rede do mundo em caixas eletrônicos, há 35 anos no mercado, presente em mais de 430 cidades brasileiras.
- Com base na estatística de utilização da rede de Banco 24 horas, a cooperativa deve implantar de forma gradativa, a partir da análise de viabilidade, a sua rede de autoatendimento nos principais locais de circulação de pessoas.
- Especificamente em Cascavel, por conter uma área de atuação significativa no setor de serviços, nota-se a necessidade da

Cooperativa investir no público urbano, não deixando de lado o público rural.

- As políticas de crédito, captação e tarifação devem ser uniformes entre as agências e validades pelo Conselho de Administração da Cooperativa.
- As políticas de crédito comercial devem ser adequadas as práticas de mercado, adotando e aprimorando as flexibilizações em bandas mínimas e máximas, conforme a característica de cada negócio.
- Disponibilidade em consonância com a Central Baser, de tecnologia em conformidade com o mercado, fazendo frente à expectativa e exigência do público-alvo.
- Realização de alianças estratégicas com as entidades de classe para obter apoio no desenvolvimento da Agencia (Associação comercial, Sindicatos, Prefeitura, Câmara de vereadores, entre outros).
- Implantação de planos de desenvolvimento ascendente, visando a alavancagem patrimonial e atendimento as demandas dos associados.
- A orientação tática e supervisão do projeto devem ser de responsabilidade da Gerencia Geral da Cresol, em conformidade com a Direx e o Conselho de Administração da Cooperativa.

3: METODOLOGIA

Adotar uma metodologia para o desenvolvimento de uma pesquisa e o alcance dos objetivos se faz necessário e nesse contexto segundo Gil (2002, p17): “pesquisa é o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são apresentados”.

A pesquisa descritiva, também, segundo Heerdt e Leonel (2005, p.65), “tem como principal objetivo, descrever as características de determinadas populações ou fenômenos”. Assim sendo, este estudo descritivo, apresenta e analisa características de uma região sem que o pesquisador interfira.

Com relação a coleta de dados Gil (2002, p 46) “esse instrumento baseia-se em documentos que não foram ainda analisados analiticamente e em documentos que, de alguma forma já foram analisados, citando-se relatórios e dados estatísticos”. Assim, para o desenvolvimento desta proposta, analisa-se relatórios e documentos que trazem dados e informações do município de Cascavel.

4: O PROJETO

Todo empreendimento ou negócio a ser realizado necessita de um projeto e razões para que possa vir a acontecer. Portanto, este projeto pauta-se na necessidade de reposicionamento do plano de negócio, buscando dar maior visibilidade para a marca e ampliação da participação, tanto para sustentar o crescimento, quanto para diversificar as carteiras onde a Cooperativa está presente (hoje no público de pequenos produtores), focar principalmente onde está atuando, como também nas atividades e projetos de expansão para o novo público (urbano PF/PJ).

4.1 Características Gerais

Promover o desenvolvimento do Plano de negócios para abertura de sala de negócio da Cooperativa Cresol Progresso, por meio do estudo de viabilidade e payback, ampliando a forma de comunicação, através das melhores práticas de mercado, agregando valor para o segmento, para os associados e em consequência, para o aumento dos volumes de negócios.

Objetivos específicos:

Indicadores de desempenho:

Ampliar a participação de mercado da Cresol Progresso no município de Cascavel;	<ul style="list-style-type: none">• Variação de número de associados;• Variação no volume de recursos administrativos;• Variação no saldo em carteira de crédito;• Variação na participação do potencial;• Variação do resultado em relação ao proposto no projeto.
Ampliar a sinergia entre as agências (Sede administrativa, Cascavel, Rio da	<ul style="list-style-type: none">• Padronização das políticas de crédito, captação, atendimento

<p>Paz, Lindoeste, Santa Tereza do Oeste, Nova Aurora, Braganey e Altonia) viabilizando o resultado, apresentando uma nova proposta de valor aos associados (sentimento de pertencimento).</p>	<p>dos associados.</p>
<p>Consolidar o desenvolvimento da sala de negócios junto ao mercado e publico-alvo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Equilíbrio econômico-financeiro; • Ampliação da participação dos produtos e serviços no suprimento do custo fixo; • Redução do índice de custo fixo da agencia.
<p>Consolidar a imagem institucional da Cresol na região oeste do Paraná e no município de Cascavel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Percepção da marca da Cresol nesta região – pelos associados, população e entidades de classe, a ser mensurada por pesquisa.

4.2 Análise de Mercado

Em relação ao mercado financeiro (apenas dados de bancos, não inclui cooperativas):

- Possui R\$ 4.7 bilhões de Crédito Comercial demandado no município.
- Quanto ao Crédito Rural, são R\$ 1.023 bilhões entre custeios e investimentos.
- Quanto às captações, o município possui R\$ 1.2 bilhões de poupança e R\$ 1.6 bilhões depósito a prazo, totalizando R\$ 1,8 bilhões .

Conhecida como o polo econômico da região Oeste do Paraná e totalizando 328 mil habitantes, Cascavel é uma cidade planejada, com avenidas e ruas largas, em bairros bem distribuídos. A cidade é também pólo cultural de expressão mundial. Sedia eventos anuais de música, dança, teatro, cinema e artes plásticas. Cascavel também destaca-se como polo universitário e pela produção agrícola. Tudo isso faz de Cascavel uma cidade que alia tradição e modernidade e que está preparada para receber turistas do Brasil e do mundo.

O setor econômico de agronegócio, contém mais de 4.000 estabelecimentos agropecuários. Ainda há cerca de 14.458 estabelecimentos comerciais, industriais e de serviços. O município tem o 6º maior PIB do Paraná e o 90º do Brasil. Pela sua localização, o município prosperou no comércio e na prestação de serviços, com destaque para o setor atacadista, de saúde e de ensino superior. Outros ramos que têm experimentado forte crescimento são os de metalurgia e confecção.

Em 2018, a consultoria Urban Systems, especializada em pesquisas sobre o desenvolvimento, indicou Cascavel como a terceira melhor cidade do Paraná e a vigésima terceira do Brasil para se fazer negócios, conforme matéria da Revista Exame.

o Bairro Centro tem renda média boa (onde pretende-se por em prática o projeto da sala de negócios), sendo 93,3% das pessoas que possuem renda estão trabalhando. O maior percentual do PIB é do setor de serviços, seguido do setor industrial. PIB per capita um pouco acima da média nacional, sendo 116%.

A Cresol, visando associar esses potenciais cooperados, vai realizar prospecções diárias apresentando seu negócio, desenvolvendo companhias com os objetivos de incentivar os próprios cooperados a divulgarem a cooperativa, visto que esta estratégia, vai possibilitar a Cresol, uma vantagem competitiva pelo fato de ser referência no crédito rural.

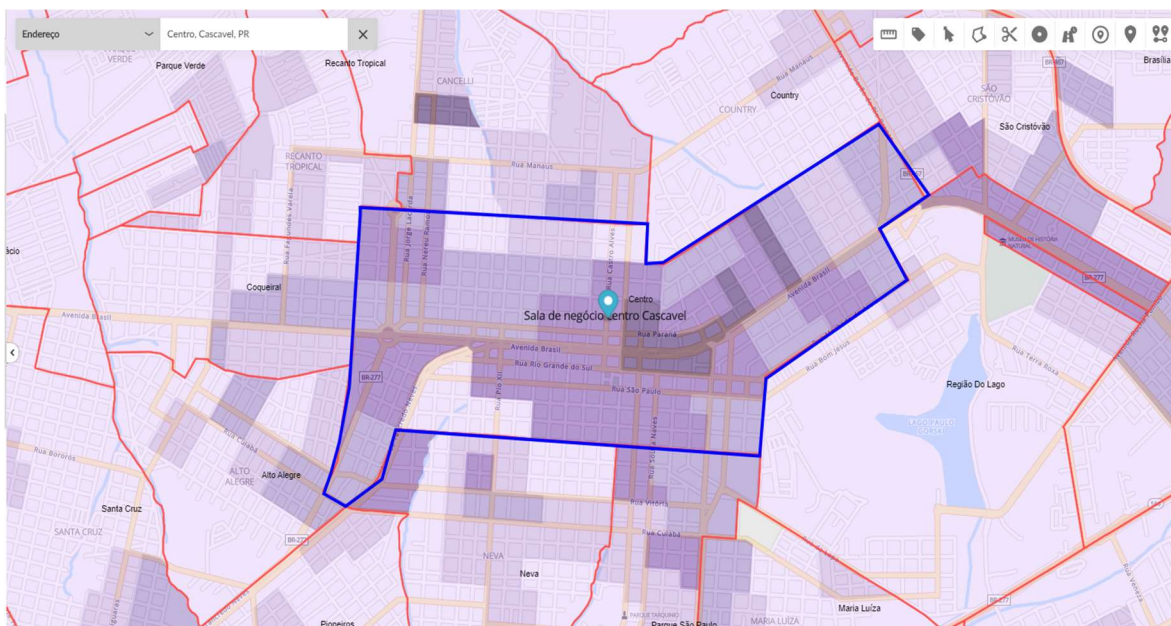
Os trabalhos de análise de crédito, controles internos, gestão de risco e recuperação de crédito, vão ser realizados conforme política sistêmica, citando-se: análise de crédito realizado na sede administrativa da Cresol Progresso, onde possui dois colaboradores exclusivos para esta função, verificando a capacidade de pagamento do cooperado, análise de garantia, análise de renda e patrimonial, consultas do CPF aos órgãos reguladores de crédito. Os controles interno da nova sala de negócios, vão ser fiscalizados pelo Conselho Fiscal da cooperativa de forma mensal, além de colaboradores de controles internos da sede administrativa que vai se deslocar sempre que necessário para fiscalizar a documentação de abertura de conta, empréstimos, dentre outros da rotina operacional da unidade.

Considerando-se o tamanho do mercado, a diversidade de realidades encontradas na cidade e a necessidade de ter alto grau de precisão nas estratégias a serem adotadas, foi desenvolvido um estudo do real potencial desse mercado o qual teve como objetivo, “tornar conhecidos para a CRESOL PROGRESSO os elementos que apoiam a formulação estratégica sobre como e o que a cooperativa deve fazer para atingir o maior contingente de pessoas no segmento urbano”.

4.3 Tamanho e Localização

A Sala de negócios vai ter metragem mínima de 100m² e máxima de 130m², localizada no Centro da Cidade de Cascavel, onde apresenta maior visibilidade da marca e maior presença do público que desejamos atingir (urbano PF/PJ) com este projeto.

O Município possui mapa de calor, para verificação e escolha do ponto, como a cooperativa já tem uma ideia de local, apenas verificar a localização das outras instituições financeiras e verificar sempre o lado da rua onde tem maior fluxo de pessoas:



Mapa de calor de movimentação de pessoas.

Foi considerado no projeto que a Sala de negócios vai ter uma lotação inicial de 5 colaboradores.

4.4 Estratégia para Produtos e Serviços

A seguir, mostra-se algumas das principais estratégias que podem ser utilizadas para cada produto, com base na percepção diária do mercado.

-Capital Social

Devido a sua importância, sugere-se que além da capitalização do associado, a criação de planos de capitalização permanentes, ou seja, que o capital social seja encarado como investimento de longo prazo. Tal estratégia sustenta-se nos seguintes atrativos para os associados investirem em seu capital:

- Formação de uma reserva de capital com projeção de uma remuneração atrativa, perante as perspectivas futuras de queda das taxas de juros no país e a expectativa do desempenho eficaz da cooperativa, sendo que também faz frente à composição dos limites individuais de cada sócio.

- Percepção de que quanto maior o volume de negócios da cooperativa, maior será o resultado e conseqüentemente maior a remuneração de seu capital.

- Conta Salário:

É uma conta destinada exclusivamente ao pagamento e movimentação dos salários, proventos, saldos, vencimentos, aposentadorias de pessoas físicas. É uma conta que possui cadastro simplificado, onde a identificação dos beneficiários, pessoas físicas, é de responsabilidade do empregador, o que vai facilitar a sua abertura. É uma alternativa que permite que as pessoas tenham suas folhas fechadas com outras instituições e possam vir a movimentar na Cresol Progresso com facilidade e sem custos adicionais.

- Seguro de Vida:

Serviço que exige baixo esforço de vendas (apenas uma venda) e garante a perenidade dos negócios com o associado. Além das vendas de balcão, deve se estar atrelado a todas as liberações de crédito e limites de cheque especial, aliando rentabilidade e segurança.

- Produtos de Crédito:

A carteira de crédito vai ser o principal meio de rentabilidade dos recursos administrados por esta agência. Portanto, torna-se fundamental a análise criteriosa dos fatores críticos para alavancagem sustentada desta, sob pena de comprometer todo o projeto.

- Cheque Especial:

Trabalhar principalmente os apelos econômicos do produto, lembrando que no mercado tradicional cerca de 90% dos clientes possuem cheque especial. O produto associa diluição do risco e alta rentabilidade, o que sugere que se definam critérios que permitam a ampla colocação do produto junto ao quadro de associados.

- Capital de giro e desconto de recebíveis:

Produto altamente competitivo para o segmento das empresas de pequeno e médio porte, com taxas atrativas e flexíveis para se adequar conforme as demandas. Juntamente com a cobrança, são os produtos de entrada no mercado que vão dar início a grande maioria dos relacionamentos com os associados, lembrando sempre, que deve ser trabalhada a política de indicação, parcerias, convênios e pulverização dos valores para a redução do risco.

- Cartão de crédito

Pelo perfil do público a ser atendido nesta região, onde grande parte das pessoas possuem contas em outras instituições da cidade e acabam possuindo pelo menos um cartão de crédito ou débito para suas necessidades, os cartões Cresol tornam-se fundamentais para fidelização dos associados.

Para ser competitivo neste produto é importante que a Cresol Progresso possua uma política adequada no estabelecimento de limites nos cartões de crédito, pois um limite baixo vai forçar o associado a utilizar os cartões de outras instituições financeiras e o limite acima da capacidade de pagamento acarreta risco de inadimplência. Também, se sugere para este produto, o estabelecimento de uma tabela regressiva na anuidade a ser cobrada do associado conforme sua utilização, ou a troca desta pela capitalização permanente, onde o mesmo opta em capitalizar um valor mensal ao invés de pagar a anuidade.

- Auto-atendimento:

O serviço de auto-atendimento, inclui-se neste, os serviços a serem disponibilizados pela Cresol Progresso (caixa eletrônico) assim como serviços de internet, débito em conta corrente, etc., tornam-se fundamentais. Razão pela qual, recomenda-se ter nas agências uma ampla sala tendo este espaço para acompanhar o ritmo de crescimento dos negócios.

Por fim, lembra-se que os associados buscam uma proposta de valor, por isso, a mescla de diferentes produtos utilizados pelos mesmos é que vai determinar o aumento da rentabilidade dos postos de atendimento, uma vez que o custo já está gerado.

5 PLANO ECONÔMICO-FINANCEIRO

Quanto ao faturamento esperado, não se tem estimativa, considerando ser uma cidade grande, de 230 mil habitantes, pois o objetivo é, onde a concorrência tem de 8 ou 9 agencias semelhantes, o aluguel da sala é caro, não conseguiríamos conquistar capilaridade, o intuito é de estar com mais presença da marca na cidade e a capilaridade vem com o tempo, objetivo é ter um lugar para fazer negócios e levantar a marca

5.1 Análise de Viabilidade Econômica

Para a efetividade dos objetivos propostos neste projeto, há necessidade de a Cresol Progresso investir na ampliação da rede de atendimento, na execução de um plano de comunicação que mobilize o segmento, na composição de uma equipe capacitada para o atendimento. Para tanto, vai ser detalhada a real necessidade de investimentos em cada item acima citado, em propostas futuras.

6: OBSERVAÇÕES FINAIS

A visão do futuro do empreendimento, considerando o atual estágio da CRESOL PROGRESSO na região, com relação a governança, produtos e serviços, tecnologia, gestão de pessoas, conclui que a capacidade instalada permite aumentar a área efetiva de atuação no município de Cascavel, sem, no entanto, por em risco o que já foi até aqui construído.

Encerrada a fase de elaboração do projeto, conclui-se que os objetivos indicados foram cumpridos, apresentando uma proposta condizente com as perspectivas de mercado e aderente a realidade da CRESOL PROGRESSO.

O desafio está lançado. Acredito que com o apoio incondicional da diretoria, dos conselhos, Central e colaboradores, o sucesso está assegurado.

7: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIL, ANTONIO CARLOS (2007). Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo:

HEERDT, Mauri Luiz; LEONEL, Vilson. Metodologia científica: disciplina na modalidade a distância. 2. ed. rev. Palhoça: UnisulVirtual, 2005.