



## ESTUDO E VIABILIDADE DE UM EMPREENDIMENTO POR MEIO DE UM PLANO DE NEGÓCIO

Alda Rafaella S. Oliveira<sup>1</sup>  
Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite<sup>2</sup>

### RESUMO:

É de conhecimento geral, que em um mundo globalizado, que tudo tem se renovado e atualizado, as mudanças tecnológicas são um exemplo claro. Diante do cenário atual, é necessário a aparição de novos empreendimentos que acompanhe essa filosofia atual de auto renovação evitando o desgaste inicial comum em novas empresas por falta de uma análise prévia do negócio em si e do seu mercado vigente. Deste modo, a elaboração de um plano de negócio torna-se uma ferramenta essencial. Este artigo tem como objetivo analisar a viabilidade de abertura de uma empresa de Semijoias na cidade de Guarabira- PB. Quanto aos procedimentos de pesquisa, este se caracteriza como bibliográfica descritiva que toma forma como método de construção hipotético dedutivo, pois se trata de uma futura empresa que ainda não foi implementada. Através da elaboração do plano de negócio verificou-se a viabilidade da Alda Tavares Semijóias em razão de ser um empreendimento inovador que, através da ferramenta, notou-se a boa rentabilidade, lucratividade e curto período para o retorno do investimento inicial.

**Palavras-Chaves:** Plano de negócio. Empreendimento. Viabilidade.

### ABSTRACT:

It is common knowledge that in a globalized world, where everything has been renewed and updated, technological changes are a clear example. In view of the current scenario, it is necessary to have new ventures that follow this current philosophy of self-renewal, avoiding the initial wear and tear common in new companies due to the lack of a previous analysis of the business itself and its current market. In this way, the preparation of a business plan becomes an essential tool. This article aims to analyze the feasibility of opening a Semijóias company in the city of Guarabira-PB. As for the research procedures, this is characterized as a descriptive bibliography that takes shape as a hypothetical deductive construction method, as it is a future company that has not yet been implemented. Through the elaboration of the business plan, the viability of Alda Tavares Semijóias was verified due to the fact that it is an innovative enterprise that, through the tool, noted the good profitability, profitability and short period for the return of the initial investment.

**Key Words:** Business Pan. Development. Viability.

---

<sup>1</sup> Graduada do Curso de Ciências Contábeis pelo Centro Universitário UNIESP E-mail: josefa.rafaella@gmail.com

<sup>2</sup> Graduada em Pedagogia (UPE), Administração (UNICAP) e Filosofia (UFPE). Especialista em Gestão de Pessoas (UPE) e Gestão de Educação do Município (UFPB). Professora nos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Fisioterapia e Publicidade do Centro Universitário UNIESP. E-mail: anapaula@iesp.edu.br



## 1 INTRODUÇÃO

Empreendedorismo em um mundo globalizado é uma prática que colabora com a dinâmica de toda sociedade sendo esta singular no século XXI, não só pelas possibilidades de transformação pessoal e profissional que pode trazer ao empreendedor, mas como um ato de coragem, organização e perseverança, principalmente, no contexto atual, na situação social e econômica do país que em muitos momentos não apresenta condições de enfrentamento diante das dificuldades.

Segundo Wildauer (2011) empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa possui de formular uma ideia sobre um determinado produto ou serviço em um mercado, seja essa ideia nova ou não. Os empreendedores em algum momento tender a pensar na ideia e logo após eles veem a oportunidade. A essência do empreendedorismo, segundo Baggio (2014), estar na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios.

Oportunidade de empreender não pode ser uma ideia solta e sem finalidades definidas ou sem um planejamento bem elaborado, é preciso que não espere a sorte. Dornelas (2012) acrescenta que esta é parte fundamental do processo empreendedor, fazendo necessário que empreendedores têm que aprender a planejar suas ações, construir e desenvolver estratégias das empresas a serem criada ou em crescimento.

A ferramenta que pode ser o principal auxiliar nesse processo de planejamento e preparação de uma nova empresa é “o Plano de Negócio” Essa ferramenta tem norteado e embasado várias novas empresas ao redor do mundo. Conforme Dornelas (2012) O plano de negócio pode desenvolve três áreas da empresa, elas são: estratégia, viabilidade financeira e a segurança do investimento que será feito transmitindo confiança ao empreendedor.

O plano de negócio, por esse e outros motivos, passa a ser uma ferramenta enriquecedora e

poderosa para o empreendedor, seja ele inexperiente ou experiente podendo ser considerado e aplicado não apenas em novas empresas, mas também em empresas já ativas como afirma Dornelas (2012).

Estabelece-se assim o seguinte problema de pesquisa: Como o Plano de Negócios pode apresentar a viabilidade de uma empresa de bijuterias e semijoias em Guarabira - PB? Assim, para responder a este questionamento, objetiva-se apresentar como a estratégia do plano de negócio pode apresentar a viabilidade de um empreendimento.

Neste sentido, este estudo intenciona demonstrar por meio de um aprofundamento teórico como a abertura de um empreendimento de bijuterias e semijoias apesar da alta demanda e concorrência, pode se tornar atrativo e se apresentar como um diferencial. Nesse caso, o plano de negócio se apresenta como uma estratégia de planejamento de produção e logística.

Assim sendo, pretende-se contextualizar o empreendedorismo no mundo e no Brasil; Esmiúçar sobre plano de negócio para empreendimento; analisar a viabilidade de um empreendimento por meio do plano de negócios.

Este estudo justifica-se que, para empreender precisa-se de algumas habilidades dos indivíduos, como: organização, planejamento, formar equipes, liderar, negociar, resolver



problemas e entre outras, esse estudo irá mostrar o estudo, o entendimento sobre empreendimento e como aplicar o plano de negócio no empreendimento.

Para Dolabela (1999, p. 87) a “oportunidade é uma ideia que está vinculada a um produto ou serviço que agrega valor ao seu consumidor, seja através da inovação ou da diferenciação”. Portanto não basta apenas ter uma boa ideia, é preciso saber diferenciá-la de uma oportunidade.

A ideia empreendedora consta de um planejamento que requer um estudo elaborado e específico sobre o projeto, e para auxiliar a abertura de empresa ou empreendimento podemos contar com a ferramenta do plano de negócio. O objetivo desta ferramenta é desenvolver uma empresa, verificando e mensurando os riscos do empreendimento, se o mesmo é viável ou não, e o melhor meio para o empreendedor conhecer melhor o seu negócio.

Este trabalho de estrutura em: introdução, fundamentação teórica, metodologia e considerações finais.

Analisar a viabilidade da abertura de uma empresa de bijuterias e semijoias em Guarabira-PB.

- Revisar conceitos de empreendedorismo;
- Empreendedorismo no Brasil
- Analisar a viabilidade do negócio;

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Abordaremos o Referencial Teórico que serviu de base para esse estudo, buscando entender o termo empreendedorismo objeto tema do presente trabalho assim como também o próprio empreendedor, o empreendedorismo no Brasil e o próprio plano de negócio, dessa forma teremos um entendimento amplo e geral de todas as variáveis para a implantação de um empreendimento.

### 2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo não é novidade para certos países, apesar de que no Brasil ele está sendo bastante difundido nos últimos anos. Esse tardio conhecimento atrasou os inúmeros benefícios que o empreendedorismo apresenta para a sociedade. Segundo Chiavenato (2006 pág.03) “O empreendedorismo não é somente um fundador de novas empresas ou construtor de novos negócios, mas também a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias”.

Não há dúvidas que o papel do empreendedor sempre foi fundamental na Sociedade, e um dos seus mais importantes papéis é a diminuição do desemprego fazendo perceber o fruto da sua coragem e determinação irradiando também para a sociedade.

O avanço tecnológico é um dos principais motivos do crescimento do empreendedorismo, por isso Dornelas (2001) afirma que estamos vivendo a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando



novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riquezas para a sociedade. Podemos entender que o empreendedorismo vai além de uma resolução para a queda do índice de cinco desempregos, pois nos Estados Unidos, por exemplo, os jovens têm desenvolvido práticas empreendedoras para melhorar as condições com a finalidade de enfrentar o mundo na fase adulta.

O empreendedorismo não engloba apenas empresas ou a criação de um novo negócio ou algum novo serviço que determinada empresa vai começar a oferecer a sociedade, muito além do que muitos pensam o empreendedorismo não tem limites quando observamos que a inovação em todos os âmbitos de um negócio, podendo ser produtos, processo, negócio ou ideias, faz parte do empreender e que esse processo está longe de ser esgotado. (CHIAVENATO 2006).

## 2.1 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O movimento empreendedor começou no Brasil na década de 90, juntamente com organizações como o SEBRAE e a Softex (Sociedade brasileira para Exportação de Software). A falta de conhecimento foi a principal dificuldade para que essa onda começasse. Mas o surpreendente resultado divulgado pela SEBRAE durante o ano de 2014/2015 demonstra a taxa de desenvolvimento de novos empreendimentos na última década: saltou de 23% para 34,5%. Hoje, cerca de 1 a cada 3 pessoas economicamente ativas possuem o seu próprio negócio. É uma ótima notícia, dado que empreender também significa desenvolvimento, trazendo mais tecnologia e inovação para o Brasil. Além das empresas já existentes, cerca de 70% dos brasileiros sonham em abrir o próprio negócio. (PLATAFORMA DIGITAL DA A.C.E CONSULTORIA 2020)

De acordo com essa pesquisa enxergamos dois tipos de empreendimento no Brasil a necessidade e a oportunidade. A necessidade é com a falta de renda, que é comum em crise financeira, porém pode ser um problema investir sem planejamento devido a necessidade. Site A.C.E Consultoria (2020).

Desvendar o cenário empreendedor no Brasil é importante para alcançar resultados positivos, identificar tendências, saber se impuser e se posicionar no mercado, seja por necessidade, realização pessoal ou busca por independência financeira, abrir seu negócio requer conhecimento, capacitação profissional para se manter firme.

## 2.2 EMPREENDEDOR

As qualidades do empreendedor são inúmeras, dentre as mais destacáveis estão a capacidade para identificar e aproveitar as oportunidades vigentes, as ideias colocadas em práticas e tino financeiro para os negócios. A criatividade atrelada a perseverança de um empreendedor mostra um poder, único no meio dos negócios, de transformar e estruturar qualquer projeto já iniciado e que talvez já estivesse enveredando para uma possível falência.

Segundo Joseph Schumpeter (1949) apud Dornelas, (2001, p.39): O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. O empreendedor é o centro no mercado, sendo responsável por destruí-lo ou



equilibrar e isso só se torna possível pela sua sensível intuição, que é apurada e melhorada na medida que seu conhecimento aumenta. Por essa causa observamos a importância de um empreendedor está sempre preocupado em buscar conhecimento e se atualizando quanto ao meio vivido.

A visão de Dornelas (2001, pág. 02) sobre alguns aspectos do empreendedor enriquece ainda mais sua importância, o autor destaca três aspectos:

1. Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz;
2. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive;
3. Aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.

Por muito tempo houve um grande questionamento quanto ao empreendedorismo ser um dom acompanhado desde o nascimento ou ser algo que poderia ser ensinado ou desenvolvido. Essa dúvida por muito tempo desanimou e desacreditou muita gente que tinha o desejo de empreender, pois, muitos acreditavam que o empreendedor era inato e que o diferencial é a predestinação ao sucesso lhes acompanhavam desde o berço.

Bernardi (2006, p.64), nos mostra algumas dessas características comuns que fazer parte e que são típicas em bons empreendedores:

- Senso de oportunidade;
- Dominância;
- Agressividade e energia para realizar;
- Autoconfiança;
- Otimismo;
- Dinamismo;
- Independência;
- Persistência;
- Flexibilidade; resistência a frustração;
- Criatividade;
- Propensão ao risco;
- Liderança carismática;
- Habilidade de equilibrar “sonho” e realização;
- Habilidade de relacionamento.

Para Reis e Armond (2012, p. 30):

As habilidades requeridas de um empreendedor podem ser classificadas em três áreas: Técnicas: envolve saber escrever, ouvir as pessoas e captar informações, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipe. Gerenciais: incluem as áreas envolvidas na criação e gerenciamento da empresa (marketing, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, planejamento e controle). Características pessoais: ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ter ousadia, ser persistente e visionário, ter iniciativa, coragem, humildade e, principalmente, ter paixão pelo que faz.



### 2.3 PERFIL EMPREENDEDOR

O empreendedor sempre foi visto como alguém que faz acontecer, a pessoa que contém a criatividade, a visão adiante capaz de identificar as oportunidades, o tino para os negócios e o faro por dinheiro. Com essas habilidades, ele colabora para o bem da sociedade, transformando ideias em realidade e muitas vezes ideias cotadas para dar errado que com sua energia, perseverança, conhecimento e vasta habilidade de inovação acabam se consolidando e criando raízes no mercado.

Modificar qualquer área do conhecimento humano e criar novidades são alguns dos grandes feitos que um empreendedor é capaz de fazer, isso através de métodos inovadores que Reis e Armond (2012) relatam. Esses empreendedores têm perfis semelhantes que conseguimos enxergar e que são primordiais para o seu sucesso.

O comprometimento com os resultados que deseja alcançar e a paixão pelo empreender é o primeiro passo para o sucesso, as habilidades técnicas e gerenciais são essenciais para se colocar uma ideia em prática, mas o que realmente deve acontecer é o empreendedor se auto avaliar e saber se algum desses perfis deve ser ainda desenvolvido por ele para que seus objetivos sejam alcançados.

### 2.4 PLANO DE NEGÓCIO

Saber se planejar quanto ao seu novo negócio é uma prática necessária que precisa ser desenvolvida por todo empreendedor. Prever suas ações e estudá-las diminui o risco no caminho para alcançar os objetivos, pois o empreendedor terá uma noção do seu novo segmento fazendo com que alguns erros comuns cometidos sejam livrados por seu bom planejamento. De acordo com Chiavenato (2006, p. 127) o planejamento produz um Plano, e o autor ainda completa: “Um plano é um curso predeterminado de ação sobre um período específico de tempo e proporciona respostas às seguintes questões: o quê, quando, como, onde e por quem”.

Para um bom planejamento existe uma ferramenta de gestão própria chamada de: Plano de negócio.

O desejo de persistência surpreende quando junta com a criatividade, mas a falta de planejamento é uma parte negativa na nossa cultura. Simplesmente sonhar não quer necessariamente dizer que o primeiro passo foi dado, mas podemos afirmar que o primeiro passo é dado quando começa a planejar aquele sonho e transformá-lo, como afirma Dornelas (2001), em ações concretas, reais e mensuráveis.

O grande entusiasmo do empreendedor não pode ultrapassar barreiras a ponto de burlar o seu plano de negócio e fazê-lo um empreendimento viável. A vontade de ter sucesso do dia para a noite e de aproveitar os pontos positivos de ser um empresário pode muitas vezes interferir no poder de planejamento do plano de negócio, que requer atenção e seriedade na sua execução, além da necessita de dados reais para que se tenha o resultado esperado.

### 2.5 BENEFÍCIOS DO PLANO DE NEGÓCIO

Mesmo que acreditássemos ser simples guardar na nossa memória, informações de um futuro empreendimento, ao iniciar a execução percebe-se que não temos a capacidade de



armazenar todas as informações e ordenar como necessário para desenvolver um novo negócio. Neste sentido, Degen (2009, p.208), enfatiza que “a elaboração do plano de negócio garante que nenhum aspecto vital para o sucesso seja esquecido”, e isso também se estende para o fato de que a elaboração exige que o empreendedor analise os pontos de riscos do seu novo negócio.

Enfatiza Bernardi que a elaboração de um plano de negócios justifica-se não só pelo fato de auxiliar ao iniciar um negócio, mas também como uma boa prática de gestão no desenvolvimento da empresa, seja para revisar periodicamente o atual modelo de negócios, seja para projetos estratégicos específicos ou para estabelecer e avaliar as premissas fundamentais ao desenvolvimento do negócio. (BERNARDI, 2006)

Para que seja bem aceito pelo público alvo, o plano de negócio precisa ser primeiramente aceito pelo próprio empreendedor, o plano de negócio vende primeiro o negócio para o idealizador para após tentar a aceitação das pessoas.

Em um estágio bem avançado, o plano de negócio também pode agir como simulador para organizar diferentes estratégias de mercado. Degen (2009, p.209) ainda completa dizendo que “tais simulações permitem que o candidato a empreendedor encontre a fórmula para seu novo negócio com as maiores chances de 10 sucessos”.

A função de simulador torna-se uma das maiores armas dessa ferramenta, pois sugerem os melhores especialistas, fornecedores, consumidores, consultores etc. antes de iniciar qualquer negócio.

Não resta dúvidas da importância de uma nova empresa ter definido seu modo de agir, sua característica. Chiavenato (2006) afirma que o plano de negócio divulga aos parceiros internos e externos as características do negócio. Apresentar sua ideia de negócio através de um plano de negócio para um parceiro experiente e de confiança diminui a chance de erro pelo fato do seu plano estar sendo visto por outra ótica e conseqüentemente ter opinião diferente sobre.

Diferente do que muitos acham o plano de negócio não serve apenas para novas empresas, mas também para o planejamento de empresas já consolidadas no mercado. Dornelas esclarece que: Uma tradição a ser quebrada é achar que o plano de negócio, uma vez concebido, pode ser esquecido. Esse é um erro imperdoável e as conseqüências serão mostradas pelo mercado que está em constante mutação. (DORNELAS, 2001, p. 96)

Essa evolução do mercado faz com o que tudo mude no decorrer do tempo, isso exige que uma empresa esteja em constante evolução, sempre avaliando o mercado e se inovando, sempre prestando atenção nas tendências e oportunidades.

Dornelas (2001, p.96) ainda completa que “o plano de negócio é uma ferramenta dinâmica, que deve ser atualizada constantemente, pois o ato de planejar é dinâmico e corresponde a um processo cíclico”. Diante disso o plano de negócio precisa estar sempre sendo refeito para uma manutenção vitalícia da empresa. Além dos benefícios mostrados, o Plano de negócio começou a ser usado nos EUA como um instrumento de captação de recursos financeiros junto a investidores anjos que corriam o risco financiando uma determinada ideia de negócio. Alguns pensamentos errôneos acham que o plano de negócio tem apenas por finalidade completar a lista de requisitos para a aprovação de um empréstimo



em alguma instituição financeira ou órgão do governo, que na verdade ele pode ter sim essa função. Por esse motivo, Dornelas (2001) afirma que o plano de negócio é considerado uma ferramenta de gestão com múltiplas aplicações, mas dependendo de como foi feito e elaborado pode servir para a sua classificação como também para a sua desclassificação.

## 2.6 MODELOS DE PLANOS DE NEGÓCIOS

A prática de fazer um estudo prévio de um novo empreendimento por meio da ferramenta do plano de negócio é bastante amplo, cada segmento tem suas peculiaridades e isso requer uma personalização para alguns tipos de plano de negócios.

Por esse motivo Dornelas (2005, p.100) afirma que,

Não existe uma estrutura rígida e específica para se escrever um plano de negócios, pois cada negócio tem particularidades e semelhanças, sendo impossível definir um modelo padrão de plano de negócios que seja universal e aplicado a qualquer negócio. [...] Mas, qualquer plano de negócios deve possuir um mínimo de seções as quais proporcionarão um entendimento completo do negócio.

O maior objetivo do plano de negócio é organizar as informações do novo empreendimento para que o empreendedor possa ter uma visão geral, isso é a regra básica no momento de formular a ferramenta. Dornelas (2001, p.104) apresenta uma possível estrutura para formulação de um plano de negócio para pequenas empresas em geral:

Quadro 1: Estrutura plano de Negócio Dornelas

<b>1 Capa</b>
<b>2 Sumário</b>
<b>3 Sumário Executivo Estendido</b>
3.1 Declaração de Visão
3.2 Declaração de Missão
3.3 Propósitos Gerais de Específicos do negócio, Objetivos e Metas
3.4 Estratégia de Marketing
3.5 Processo de Produção
3.6 Equipe Gerencial
3.7 Investimentos e Retornos financeiros
<b>4 Produtos e Serviços</b>
4.1 Descrição dos Produtos e Serviços (características e benefícios)
4.2 Previsão de Lançamento e Novos Produtos e Serviços
<b>5 Análise da Indústria</b>
5.1 Análise do Setor
5.2 Definição do Nicho de Mercado
5.3 Análise da Concorrência
5.4 Diferenciais Competitivos
<b>6 Plano de Marketing</b>
6.1 Estratégia de Marketing (preço, produto, praça, promoção)
6.2 Canais de Vendas e Distribuição
6.3 Projeção de Vendas
<b>7 Plano Operacional</b>
7.1 Análise das Instalações
7.2 Equipamentos de Máquinas Necessárias
7.3 Funcionários e Insumos necessários
7.4 Processo de Produção
7.5 Terceirização
<b>8 Estrutura de Empresa</b>
8.1 Estrutura Organizacional

Fonte: Adaptado de Dornelas (2001).





A estrutura de plano de negócio apresentada por Dornelas (2001) abrange vários aspectos de uma pesquisa e com essas informações consegue-se ter uma noção inicial para dar início ao empreendimento, mas Dornelas (2001, p.99) orienta que “Cada uma das seções apresentadas deve ser abordada sempre visando a objetividade, sem perder a essência e os aspectos mais relevantes a ela relacionados”, ressaltando assim indiretamente o real objetivo da ferramenta.

Para Chiavenato (2006), todo plano de negócio deve, pelo menos, conter a descrição do setor, a natureza jurídica do negócio, a estrutura organizacional da empresa, os relatórios financeiros simulados, um plano estratégico e um plano operacional. Contendo alguns princípios próprios, Chiavenato (2006, p.132) exemplifica uma estrutura de plano de negócio:

#### Quadro 2: Estrutura plano de Negócio Chiavenato

1. Sumário Executivo
- 1.2 Natureza do Negócio (incluir missão e visão do negócio)
- 1.3 Necessidade que vai atender no mercado
- 1.4 Características do mercado em que vai operar
- 1.5 Relatório sobre os sócios
- 1.6 Relatório recursos financeiros necessários.
2. Análise Completa de Detalhada do Setor
- 2.1 Principais Características do Setor (variáveis econômicas, sociais, demográficas e políticas)
- 2.2 Oportunidades encontradas no mercado
- 2.3 Identificação dos fornecedores de entradas.
3. Natureza Jurídica e estrutura organizacional da empresa
- a. Currículo dos Sócios do empreendimento
- b. Funcionários Necessários para o empreendimento
4. Simulação de relatórios financeiros
- a. Balanço de abertura da empresa
- b. Previsão de receitas, fluxo de caixa e balanço para o período coberto pelo planejamento.
5. Plano estratégico
- a. Definição da missão e da visão da empresa
- b. Definição do Negócio
- c. Estabelecimento dos objetivos específicos da empresa
- d. Definição da estratégia da empresa
- e. Declaração de premissas do planejamento
- f. Estabelecimento dos objetivos estratégicos de longo prazo.
6. Plano Operacional
- a. Previsão de vendas
- b. Planejamento da produção
- c. Orçamento de despesas gerais
- d. Previsão do lucro operacional
- e. Previsão do fluxo de caixa e balancete

Fonte: Adaptado de Chiavenato (2006).

Tanto a estrutura do plano de negócio citado por Dornelas (2001) quanto a estrutura de plano de negócio pertencente a Chiavenato (2006) compartilha dos mesmos princípios, percebendo –se algumas poucas ausências e acréscimos de um modelo para o outro, tais como a capa do plano de negócio não abordada na estrutura de Chiavenato (2006) e o plano de marketing dissolvido entre os tópicos da ferramenta.

Diante das diferentes estruturas apresentadas, pertencentes a autores diversos, consegue-se ter uma visão geral do que é esperado de um plano de negócios e como ele pode



ajudar o empreendedor. Para poder levar a prática, deve-se adicionar os dados solicitados a estrutura escolhida é por fim analisar os mesmos para que se conclua o processo.

### 3 METODOLOGIA

A metodologia deste trabalho foi realizada via pesquisa bibliográfica descritiva e a construção de conjecturas e hipóteses para a abertura de um negócio, o que caracteriza o Método de Construção Hipotético Dedutivo.

Segundo Gil (1999, p. 65) "A pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos".

A pesquisa descritiva colhe informações para uma determinada ação ou predição. Nesta concepção, Andrade (2005) salienta que a pesquisa descritiva procura observar, registrar, analisar, classificar e interpretar os fatos sem que o pesquisador interfira. Um fato bastante característico nesse tipo de pesquisa é que, mesmo tendo o poder de associar todos os resultados a grupos de respondente, ele não se compromete com a resolução do problema.

#### 3.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE PESQUISA

A técnica utilizada é de observação do mercado, com aplicação prática no desenvolvimento de um plano de negócios, que irá gerar resultados hipotéticos sobre a viabilidade ou não do negócio em questão.

Para esse estudo foram usados dados levantados pelos futuros empreendedores, construindo hipóteses no plano de negócios que levam a dedução positiva ou negativa. Essas hipóteses precisam ser levantadas por se tratar de uma empresa que ainda não começou suas operações.

De acordo com Lakatos e Marconi (2003, p.190) "A observação é uma técnica de coleta de dados para conseguir informações e utiliza os sentidos na obtenção de determinados aspectos da realidade. Não consiste apenas em ver ou ouvir, mas também em examinar fatos ou fenômenos que se desejam estudar".

O instrumento de pesquisa utilizado foi o software plano de negócio 3.0 do Sebrae (2013) para organizar os dados coletados e auxiliar na análise dos mesmos.

Podemos visualizar no estudo a pesquisa descritiva, que segundo a literatura apresenta alguns conceitos de empreendedorismo, bem como a elaboração de um plano de negócio.

O método hipotético dedutivo tem uma abordagem bem definida que procura eliminar os erros de uma hipótese, Popper (1975b) afirma que é verificando a falsidade de nossas suposições que de fato estamos em contato com a realidade, isso resulta em testar a falsidade de uma proposição e extinguindo tudo o que é falso, procurando sempre a verdade.

### 4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Para a realização desse plano de negócio foi utilizado o *software* plano de negócio versão 3.0 do Sebrae (2013), na qual, através dos dados coletados consegue-se extrair da



ferramenta uma visão geral do futuro negócio e visualizar suas perspectivas.

Quadro 03:

1 - Sumário Executivo	
1.1 - Resumo	
1.2 - Dados dos empreendedores	
1.3 - Missão da empresa	
1.4 - Setores de atividade	
1.5 - Forma jurídica	5 - Plano financeiro
1.6 - Enquadramento tributário	5.1 - Investimentos fixos
Âmbito federal	5.2 - Estoque inicial
1.7 - Capital social	5.3 - Caixa mínimo
1.8 - Fonte de recursos	5.4 - Investimentos pré-operacionais
2 - Análise de mercado	5.5 - Investimento total
2.1 - Estudo dos clientes	5.6 - Faturamento mensal
2.2 - Estudo dos concorrentes	5.7 - Custo unitário
2.3 - Estudo dos fornecedores	5.8 - Custos de comercialização
3 - Plano de marketing	5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV
3.1 - Produtos e serviços	5.10 - Custos de mão-de-obra
3.2 - Preço	5.11 - Custos com depreciação
3.3 - Estratégias promocionais	5.12 - Custos fixos operacionais mensais
3.4 - Estrutura de comercialização	5.13 - Demonstrativo de resultados
3.5 - Localização do negócio	5.14 - Indicadores de viabilidade
4 - Plano operacional	6 - Construção de cenário
4.1 - Leiaute	6.1 - Ações preventivas e corretivas
4.2 - Capacidade instalada	7 - Avaliação estratégica
4.3 - Processos operacionais	7.1 - Análise da matriz F.O.F.A
4.4 - Necessidade de pessoal	8 - Avaliação do plano
	8.1 - Análise do plano

Fonte: Adaptado Sebrae (2013)

Diante da estrutura apresentada pelo Sebrae (2013) muito se assemelha com a estrutura apresentada por Dornelas (2001), buscando dados para análise de mercado, plano de marketing, plano operacional dentre outros. Podemos encontrar na estrutura de plano de negócio elaborada pelo Sebrae (2013) uma maior ênfase e destaque no plano financeiro, fazendo-nos perceber que os dados recolhidos do plano financeiro do novo negócio, tem um peso relevante no momento que se vai discutir e analisar a viabilidade do empreendimento.

O plano de negócio do Sebrae (2013) é bastante completo, traz-nos detalhados dados reais do segmento vigente, o plano tem ao todo 24 páginas composto por 8 módulos, iniciando com as datas de início e término da pesquisa de mercado e alimentação da estrutura. Logo após a apresentação, nos deparamos com um resumo inicial do futuro empreendimento Alda Tavares Semijóias que já demonstra alguns indicadores de resultados.

Quadro 04: Sumário Executivo Plano de Negócio da Alda Tavares semijóias

<b>I- Sumário</b>	
<b>I.1 Resumo</b>	
A Alda Tavares é uma empresa no seguimento de semijóias e bijuterias, onde seus produtos inovadores e diferenciados têm como objetivo aumentar a autoestima das suas consumidoras e deixando elas ainda mais lindas e satisfeitas. A empresa será aberta na cidade de Guarabira-PB.	
<b>INDICADORES</b>	<b>ANO 01</b>
PONTO DE EQUILIBRIO	72.817,85
LUCRATIVIDADE	28,45%
RENTABILIDADE	372,43%
PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO	4 MESES

Fonte: Autoria Própria, 2020



De acordo com o quadrante acima, o plano de negócio se mostra viável e tem uma alta rentabilidade se mostrando com uma lucratividade consideravelmente boa. Os resultados são medidos anualmente e dentro desse período, com as informações alimentadas, consegue-se uma rentabilidade de 372,43%, além da lucratividade anual que se estima chegar aos 28,45%.

No resumo do plano de negócio podemos também conhecer as futuros sócios da Alda Tavares Semijóias e seus perfis, suas formações e até seus endereços, detalhando quem estará à frente da empresa e qual será sua linha e filosofia usada para geri-la. A empresa tem comércio como setor de atividade e toma forma jurídica como sociedade limitada aderindo ao simples nacional. O capital social será dividido em porcentagens iguais de 50% para cada sócio.

O 2º tópico do plano é a análise de mercado, que se mostra essencial para futuras e novas empresas, pois, em todos os casos, é obrigação de um empreendedor conhecer seu mercado e tudo o que engloba seu meio, como: público alvo, comportamento dos clientes, área de abrangência, concorrência e fornecedores.

Quadro 05: Estudo de concorrentes Alda Tavares semijóias

2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES						
EMPRES	QUAL.	PREÇO	CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	LOCALIZAÇÃO	ATENDIMENTO	SERVIÇOS AOS CLIENTES
ROMANNE L	Qualidade intermediária, com alguns pontos a serem melhorados	Preço igual ao do mercado	vista ou no cartão	Guarabira- PB	Atendimento rápido, mas não muito preciso.	Razoável

Fonte: Autoria própria, 2020

Quadro 06: Estudo dos fornecedores Alda Tavares semijóias

2.3 Estudo dos fornecedores					
Nº	Qualidade dos itens adquiridos	Nome do fornecedor	Análise de preços	Condições de pagamentos	Localização
1	Excelente	Pedra Bruta	Alguns produtos abaixo do mercado	A vista ou no cartão	Limeira- SP
2	Bom	Grazin Semijóias	Alguns produtos abaixo do mercado	A vista ou no cartão	Limeira- SP

Fonte: Autoria Própria, 2020

Como pode notar-se a Alda Tavares terá como público alvo pessoas físicas e jurídicas interessadas em consumir ou revender peças de qualidade, com garantia e bom gosto, pretende também atender clientes e revendedoras em toda a região do Brejo paraibano. Como citado nas imagens 3 e 4, a futura empresa detalhou os pontos fortes e fracos dos seus concorrentes para oferecer com excelência aos pontos que eles deixam a desejar, procurando tirar vantagens das deficiências dos seus concorrentes, o mesmo pensamento a empresa procura ter referente aos seus fornecedores, ter vantagens relacionado a preço e prazo para começar com boa margem a fim de ser competitivo no mercado.

Na Gestão moderna o setor de marketing tomou um importante papel na empresa, por



esse motivo Chiavenato (2006) afirma que o marketing corresponde a todas as atividades da empresa que visam a colocação de seus produtos ou serviços no mercado consumidor. Sabendo a importância do marketing, no tópico 3 temos todo o plano de marketing que será colocado em prática na empresa Alda Tavares semijoias.

Quadro 07: Plano de marketing Alda Tavares Semijoias

<b>3- Plano de marketing</b>	
<b>3.1- Produtos e serviços</b>	
A empresa vai trabalhar com semijoias e bijuterias.	
Nº	Produtos
1	Semijoias
2	Bijuterias
<b>3.2- Preço</b>	
Consumidor final: Os preços irão variar de acordo com a quantidade da compra. Revendedora: Terá o valor da revenda e em cima disso terá o desconto dependendo de como será o pagamento.	
<b>3.3- Estratégias promocionais</b>	
Em datas comemorativas a empresa fará promoções através das redes sociais.	
<b>3.4- Estrutura da comercialização</b>	
Vendas através do instagan, whatsapp, loja física e entregas por motoboys	
<b>3.5- Localização do negócio</b>	
Endereço: Rua Francisco Gila	
Bairro: Primavera	
Cidade: Guarabira	
Estado: Paraíba	
Cel.: (84) 99649-2950	

Fonte: Autoria própria, 2020

Visualizamos que empresa produzirá dois produtos, sendo eles: Semijoias e bijuterias. O futuro empreendimento pretende ter uma grande parcela de suas vendas vinda das redes sociais, revendedoras e loja física, para isso a empresa movimentará seus perfis no Facebook e Instagram com promoções surpresas, datas especiais e comemorativas e liberação de cupons de descontos. Um grande diferencial será a entrega grátis do produto para revendedoras ou consumidor final.

A Alda Tavares terá loja presencial aberta ao público, todo o seu atendimento será através das redes sociais e físicas. O tópico 4, que é o plano operacional, detalha a capacidade de produção.

Podemos colocar o planejamento financeiro como um dos mais importantes processos administrativos de uma empresa, Gitman (2004) explica que os planos financeiros de longo prazo, que são estratégicos, estipulam as medidas financeiras planejadas da empresa e o impacto esperado dessas medidas. No 5º tópico nortearam o plano financeiro da abrange alguns Alda Tavares pontos como: estimativa dos investimentos fixos, capital de giro, gastos pré-operacionais, investimento total, a estimativa do faturamento mensal e anual da empresa dentre outros.



Quadro 08: Plano financeiro Alda Tavares Semijoias

5- Plano financeiro				
5.1 Investimentos fixos				
A- Imóveis				
Nº	Descrição	Quantidade	Valor unitário	Total
Sub-total				0
Nº	Descrição	Quantidade	Valor unitário	Total
1	Frete	10	10	R\$ 100,00
2	Sacolas	10	20	R\$ 200,00
3	Etiquetas	10	30	R\$ 300,00
4	Sistema			R\$ 65,00
5	Divulgação			R\$ 363,59
6	Embalagens para presentes			R\$ 1.000,00
Sub-total				R\$ 2.028,59

Fonte: Autoria própria, 2020

Quadro 09: Estoque inicial da Alda Tavares Semijoias

5.1- Estoque inicial				
Nº	Descrição	Qtde	Valor unitário	Total
1	Pulseira	100	15	1.500,00
2	Colar	50	5,5	275,00
3	Brinco	30	7	210,00
4	Anel	40	8	320,00
5	Choker	50	9	450,00
6	Mix colar	20	10	200,00
Total				2.955,00

Fonte: Autoria própria 2020

A Alda Tavares estima ter um investimento com máquinas e computadores de R\$ 4.983,59 ( Quatro Mil novecentos e oitenta e três e cinquenta e nove centavos) contando com os investimentos fixos conforme demonstrado nas imagens 6 e 7. Na figura 7, é discriminado o estoque inicial necessário no total de R\$ 2.028,59 (Dois Mil e Vinte e oito e cinquenta e nove centavos), a necessidade líquida de capital de giro em dias é 11, sendo assim, o valor total do capital de giro ficou em R\$ 2.955,00.

Os investimentos pré-operacionais indicados são as despesas com legalização, reformas, divulgação de lançamento, cursos e treinamentos e outras despesas, o plano indicou que o total dos investimentos pré-operacionais seria R\$ 3.881,16, sendo assim, o investimento total para dar início às operações da nova empresa seria R\$ 11.068,16 (Onze Mil e Sessenta e Oito Reais e dezesseis centavos), a fonte desse valor de investimento seria 100% com recursos próprios.

Após se descobrir todos os custos da operação, custos como: custo unitário, custo de comercialização, custo de MD, custos de mão-de-obra, custo com depreciação e custos fixos operacionais podemos ter uma visão geral da lucratividade da empresa através do demonstrativo de resultados.



Quadro 10: Demonstrativo de resultados Alda Tavares Semijóias

<b>5.13- Demonstrativo de resultados</b>			
Descrição	Valor	Valor anual	%
<b>1. Receita total com vendas</b>	8.100	144.896,47	100
<b>2. Custos variáveis</b>			
<b>2.1(-)Custos com materiais diretos e/ou CMV</b>	2.803,50	50.150,28	34,61
<b>2.2 (-) Impostos sobre vendas</b>	364,5	6520,33	4,5
<b>2.3(-)Gastos com vendas</b>	299,7	5.361,16	3,7
<b>Total de custos variáveis</b>	3.467,70	62.031,77	42,81
<b>3. Margem de contribuição</b>	4.632,30	82864,7	57,19
<b>4. Custos fixos totais</b>	3.470,31	41.643,72	42,84
<b>5- Resultado Operacional</b>	1.161,99	41.220,95	14,35

  

Período	Resultado
Mês 1	1161,99
Mês 2	1486,25
Mês 3	1833,21
Mês 4	2204,46
Mês 5	2601,69
Mês 6	3026,73
Mês 7	3481,52
Mês 8	3968,15
Mês 9	4488,84
Mês 10	5045,98
Mês 11	5642,13
Mês 12	6280
Ano 1	41.220,95

Fonte: Autoria própria 2020

O demonstrativo de resultado, como mostrado na imagem precedente, traça a receita e todos os custos com o objetivo de nos dar o lucro mensalmente ou anualmente, percebemos que a Alda Tavares semijóias tem potencial, segundo o plano de negócio, de ter um lucro líquido no primeiro mês de R\$ 1.161,99 (Um Mil cento e sessenta e um e noventa e nove) sendo crescente durante o ano.

Com o objetivo de identificar a viabilidade da implantação da Hope Personalizados, podemos extrair informações de alguns indicadores para uma base final, são eles: ponto de equilíbrio, lucratividade, rentabilidade e prazo de retorno de investimento.

Quadro 11: Indicadores de Viabilidade Alda Tavares Semijóias

<b>5.14- Indicadores de viabilidade</b>	
Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	72.817,85
Lucratividade	28,45%
Rentabilidade	372,43%
Prazo de retorno do Investimento	4 meses

Fonte: Autoria própria 2020



A Imagem 9 começa apresentando o ponto de equilíbrio da futura empresa, nos dando uma noção exata do valor necessário que a empresa precisará para cobrir seus gastos durante um ano. Diante do que foi apresentado na imagem, para atingir o ponto de equilíbrio, é necessário que a Alda Tavares Semijóias possua um faturamento anual de R\$ 72.817,85 (Setenta e dois mil Oitocentos e dezessete reais e oitenta e cinco centavos). Assim como também já apresentado no começo do plano, a lucratividade do futuro empreendimento girou em torno de 28,45% ao ano e sua rentabilidade ficou em 372,43% também ao ano o'que prevê um retorno do investimento inicial de 4 anos.

É válido uma projeção de vários cenários diferentes possíveis que se possa acontecer, sejam eles favoráveis ou desfavoráveis, é o que vemos no 6 tópico do plano, no mais sombrio dos casos, onde não atingir o faturamento esperado, vire realidade, o estudo nos mostra que ainda assim, em um cenário pessimista, a Alda Tavares Semijoias teria caixa para cobrir os seus custos.

Por meio do tópico sete observamos a análise da matriz F.O.F.A da Alda Tavares Semijoias, na análise podemos notar as forças e fraquezas assim como as oportunidades e ameaças.

Quadro 12: Avaliação estratégica Alda Tavares Semijóias

<b>7- Avaliação estratégica</b>		
<b>7.1- Análise da matriz F.O.F.A.</b>		
<b>FATORES FORTES</b>	FORÇAS: Qualidade dos produtos, atendimento diferenciado, oportunidade para outros pequenos. Empreendedores e entrega grátis	OPORTUNIDADES: Novas parcerias e a alta demanda de vendas
<b>FATORES FRACOS</b>	FRAQUEZAS: Não temos grande capacidade de produção	AMEAÇAS: Concorrência e aumento no valor dos insumos

Fonte: Autoria própria 2020

Através da imagem anterior, percebe-se que a Alda Tavares está ciente das suas forças e fraquezas, oportunidades e ameaças. Ter conhecimento e aceitar suas limitações e pontos fortes antecipa suas ações quanto a correção desses pontos para um melhoramento contínuo assim como enfatizar seus pós para estrategicamente se beneficiar de alguma forma. Com uma visão geral em todo aspecto da empresa conseguimos fazer uma análise completa e nos responder se é ou não é viável a implementação da nova empresa, através do tópico 8, avaliação do plano, conseguimos observar essa análise geral.

Quadro 13: Avaliação do plano Alda Tavares Semijóias

<b>8- Avaliação do plano</b>
<b>8.1- Análise do plano</b>
A futura empresa de semijóias e bijuterias através do plano de negócio se mostrou rentável. Com 28,45% de rentabilidade anual o retorno do investimento inicial que, será feito com recurso próprio, será de 2 meses, além de empregar os dois sócios, e outras revendedoras conseguimos notar uma grande perspectiva de crescimento da empresa ao longo do tempo, poderá aumentar significativamente.

Fonte: Autoria própria 2020

O plano de negócio nos permite verificar a viabilidade de implantação do negócio através dos dados colhidos e organizados onde a Alda Tavares se mostrou rentável com uma





alta lucratividade e curto período para retornar o investimento inicial, mostrando que com baixo capital investido pode-se ter uma empresa com alta perspectiva de crescimento. Podemos comparar a rentabilidade anual da futura empresa com a rentabilidade do produto “poupança”, oferecido pelo mercado financeiro observando a disparidade entre os dois rendimentos servindo como um indicador adicional para mostrar a viabilidade esperada do negócio.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos últimos tempos o empreendedorismo tem se mostrado essencial para a sociedade como também um dos requisitos básicos para o crescimento de um estado consolidado onde são gerados tributos, empregos, rendas e agregam valores aos produtos produzidos pelo país. Porém, é de conhecimento geral que um empreendedor precisa conhecer o seu mercado desejado na qual sua empresa irá fazer parte, esse detalhado conhecimento pode ser adquirido pelo plano de negócio, por isso conseguimos enxergar a tamanha importância dessa ferramenta para o empreendedor, tendo sua maior função na diminuição de riscos.

No presente artigo, conseguimos estabelecer com clareza aspectos das características gerais do negócio, como: missão, visão, valores e objetivos que dão direção para um novo negócio. A elaboração contou também com a análise de mercado onde antes foi feita uma pesquisa para depois poder analisar. Com o conhecimento do mercado foi necessário criar os planos como, plano de marketing, plano operacional e plano financeiro.

Após levantamento de todos os planos verificou-se que a abertura de uma empresa de semijóias em Guarabira- PB é um ótimo investimento e bastante rentável vendo que a cidade carece de uma empresa no segmento que produza produtos de qualidade que tenha a perspectiva de evoluir e gerar empregos, assim como um bom atendimento onde a relação com os clientes resultem em fidelização.

Através da elaboração deste trabalho vimos, com clareza, que o empreendedor tem

como missão não apenas tirar do papel uma ideia, mas sim trabalhar com dedicação, comprometimento e organização, sempre se instigando na atividade desafiadora que é o empreendedorismo.

Desta forma, conseguimos, por meio desse artigo, analisar que a empresa é rentável tornando-se um investimento saudável para qualquer empreendedor que busca uma boa rentabilidade e lucratividade não esquecendo os desafios que haverá no meio do caminho assim como também grandes chances de atingir o sucesso esperado.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: conceitos e definições**. Rev. De Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 1(1): 25-38, 2014 - ISSN 2359-3539.



BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão:** fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2003.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de plano de negócios:** fundamentos, processos e estruturação. São Paulo: Atlas, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2006.

DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor:** empreender como opção de Carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DORNELAS, Jose. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 4<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** Transformando ideias em Negócios. 2ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** Transformando ideias em Negócios. 2ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

FOLLE, Jaime. **Empreendedores de sucesso:** como os empreendedores constroem suas fortunas. 2 ed. Frederico Westphalen: Grafimax, 2011.

GIL, Antonio C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GITMAN, Lawrence Jeffrey. **Princípios de administração financeira.** 10<sup>a</sup> Edição São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2004.