

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA –
FACER
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ELENITA REJANE JESUS DOS SANTOS

PLANO DE NEGÓCIO
“SONHO MEU ARTIGOS RELIGIOSOS E DISK MENSAGENS

RUBIATABA-GO

2008

ELENITA REJANE JESUS DOS SANTOS

PLANO DE NEGÓCIO
SONHO MEU ARTIGOS RELIGIOSOS E DISK MENSAGENS

Monografia apresentada à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER como requisito a obtenção do grau de Bacharel em Administração sob a orientação do professor Cláudio Roberto Santos Kobayashi

RUBIATABA – GO

2008

FOLHA DE APROVAÇÃO

ELENITA REJANE JESUS DOS SANTOS

SONHO MEU ARTIGOS RELIGIOSOS E DISK MENSAGENS

COMISSÃO JULGADORA

MONOGRAFIA PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE GRADUADO PELA FACULDADE
DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA

Orientador _____

Prof. Esp. Cláudio Roberto Santos Kobayashi

1º Examinador _____

2º Examinador _____

Rubiataba – GO, 12 de Dezembro de 2008

FICHA CATALOGRÁFICA

Santos, Elenita Rejane Jesus dos

Sonho meu artigos religiosos e disk mensagens / Elenita Rejane Jesus dos Santos – Rubiataba - GO: FACER- Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba, 2008.

71f.

Orientador: Claudio R. Kobayashi (Especialista)

Monografia (Graduação) FACER- Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba.
Curso de Graduação em Administração de Empresas

Bibliografia.

1. Empreendedorismo. 2. Plano de negócio. 3. Viabilidade financeira. I. FACER- Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba. Curso de Graduação em Administração de Empresas. II. Título.

CDU65.012.45

Elaborada pela biblioteconomista Célia Romano do Amaral Mariano – CRB/1-1528

DEDICATÓRIA

Dedico este estudo aos meus pais José Manoel e Dalva que me deram a vida e ensinaram-me a viver com dignidade e amor, que a todo momento me incentivaram, me deram forças e me motivaram para que conseguisse chegar até aqui, me proporcionaram satisfação em alcançar a realização do meu objetivo.

Ao meu professor e orientador Cláudio Kobayashi, pela dedicação, atenção, e incentivo, que com muita paciência me auxiliou e se tornou mais que um mestre, um AMIGO.

As minhas amigas Luana e Gleiziane que me incentivaram e contribuíram para o meu desenvolvimento e crescimento. Enfim a todos aqueles que contribuíram de forma direta ou indireta para a consecução do mesmo.

AGRADECIMENTOS

Tantas foram as dificuldades encontradas pelo caminho, que muitas vezes pensei em desistir, jamais acreditei que um dia fosse chegar até aqui, pois muitos que aqui começaram, desistiram no meio da caminhada, mas uma força incomparável me fez continuar e caminhar de cabeça erguida, prossegui, porém não era o suficiente para me fazer acreditar que alcançaria a realização desse sonho, porém, uma força que está além de mim, foi meu sustento, para que conseguisse a realização dos meus sonhos. O meu Criador, autor da minha vida, DEUS, obrigada SENHOR, pela graciousidade concedida por estar sempre presente no meu dia a dia, pela força para superar todos os desafios que me foram encontrados ao longo dessa caminhada, pela sabedoria que a mim foi concedida e pela dádiva em realizar este estudo. Mais uma vez, Obrigada Senhor!

Agradeço aos meus pais pelo grande amor e carinho prestado, dedicação, educação e ensinamentos, pela confiança depositada em mim e pelo incentivo para alcançar minha meta, se não fosse esse carinho, acredito que aqui não estaria. Amo muito vocês!

Aos amigos pelo companheirismo e amizade. Vocês deixaram marcas que ninguém conseguirá apagar, um espaço que ninguém preencherá, uma grande contribuição para que aqui eu pudesse estar. Vocês são especiais pra mim!

“Bem sei que tudo podes e nenhum de teus planos
pode ser frustrado”.
(JÓ 42: 2)

“ Ler significa reler e compreender, interpretar.
Cada um lê com os olhos que tem. E interpreta a partir
de onde os pés pisam”. (BOFF 1997, p. 15)

LISTA DE TABELAS E ILUSTRAÇÕES

Tabela 01 - Capital Social.....	35
Tabela 02 - Estudo dos concorrentes.....	40
Tabela 03 - Estudo dos fornecedores.....	42
Tabela 04 - Estimativas dos Investimentos Fixos.....	48
Tabela 05 - Estimativas do investimento financeiro.....	49
Tabela 06 - Estimativas de investimentos pré-operacionais.....	50
Tabela 07 - Estimativas do investimento total.....	50
Tabela 08 - Estimativas do faturamento mensal da empresa.....	51
Tabela 09 - Estimativas do faturamento mensal da empresa.....	51
Tabela 10 - Estimativa dos custos com comercialização.....	52
Tabela 11 - Estimativas dos custos com mão-de-obra.....	53
Tabela 12 - Estimativas dos custos com depreciação.....	53
Tabela 13 - Estimativas do custo fixos.....	54
Tabela 14 - Estimativas dos Custos Variáveis.....	54
Tabela 15 - Estimativas das Despesas.....	54
Tabela 16 - Apuração dos Custos e Mercadorias Vendidas.....	55
Tabela 17 - Demonstrativo de resultados.....	55

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

45
Figura 01 - Layout.....	47
Figura 02 - Fluxogramação do Processo.....	66
Figura 03 - Bíblia do estatuto da mulher.....	67
Figura 04 - Bíblia do adolescente.....	

SUMÁRIO

1 Introdução.....	11
2 Referencial Teórico.....	13
2.1 Empreendedorismo.....	13
2.1.1 Empreendedorismo no Brasil e no Mundo.....	14
2.1.2 A revolução do Empreendedorismo.....	16
2.2 Empreendedor.....	16
2.2.1 Características do empreendedor.....	18
2.2.2 Perfil empreendedor.....	19
2.3 Empreendimento.....	20
2.4 Oportunidades.....	21
2.4.1 Como identificar uma oportunidade real sem conhecer a área do negócio?.....	22
2.4.2 Fórmulas para identificar Oportunidades.....	22
2.5 Empresa.....	23
2.5.1 As Empresas e Seus Objetivos.....	23
2.5.1.1 Missão.....	23
2.6 A Importância do Empreendedor na Formação de Riqueza do País.....	24
2.7 Pequena Empresa: sucesso e fracasso.....	24
2.8 A natureza da responsabilidade social.....	25
2.9 As Dez condições decisivas para sucesso e sobrevivência.....	25
2.10 Riscos.....	26
2.11 Vantagens Competitivas.....	27
2.12 Plano de Negócio.....	27
2.12.1 Objetivo do Plano.....	29
2.12.2 Estrutura do Plano de Negócios.....	29
3 Sumário Executivo.....	31
3.1 Descrição do Negócio.....	31
4 Apresentação da Empresa.....	33
4.1 Dados das Empreendedoras, Perfis e Atribuições.....	33
4.2 Dados do Empreendimento.....	34
4.3 Setor de Atividade.....	35
4.4 Forma Jurídica.....	35

4.5 Enquadramento Tributário.....	35
4.5.1 Âmbito Federal.....	35
4.6 Capital Social.....	35
5 Plano de Marketing.....	36
5.1 Estratégias de Mix de Marketing.....	36
5.1.1 O Produto.....	36
5.1.2 Promoção.....	36
5.1.3 Preço.....	37
5.1.4 Praça (canais de distribuição).....	37
5.2 Descrição dos Principais Produtos.....	38
5.3 Estudo dos Clientes.....	38
5.4 Estudo dos Concorrentes.....	39
5.5 Estudo dos Fornecedores.....	41
5.6 Estratégias Promocionais.....	42
5.7 Estrutura de Comercialização.....	43
5.7.1 O Mercado de Dados Estatísticos.....	43
6 Plano Operacional.....	44
6.1 Localização do Negócio.....	44
6.2 Layout.....	44
6.3 Capacidade Comercial.....	45
6.4 Processos de Comercialização.....	46
6.5 Necessidade de Pessoal.....	47
7 Plano Financeiro.....	48
7.1 Estimativa do Investimento Total.....	48
7.1.1 Estimativas dos Investimentos Fixos.....	48
7.1.2 Estimativa do Investimento Financeiro.....	49
7.1.3 Estimativas dos Investimentos Pré-Operacionais.....	50
7.2 Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa.....	50
7.3 Estimativa dos Custos de Comercialização.....	52
7.4 Estimativa dos Custos com Mão-de-Obra.....	53
7.5 Estimativa dos Custos com Depreciação.....	53
7.6 Estimativa dos Custos e Despesas Mensais.....	54
7.7 Apuração dos Custos com Mercadorias Vendidas.....	55

7.8 Demonstrativo do Resultado.....	55
7.9 Indicadores de Viabilidade.....	56
7.9.1 Ponto de equilíbrio.....	56
7.9.2 Lucratividade.....	56
7.9.3 Rentabilidade.....	57
7.9.4 Prazo de retorno do investimento.....	57
7.9.5 Taxa Mínima de Atratividade (TMA).....	60
7.9.6 Taxa Interna de Retorno (TIR).....	60
7.9.7 Valor Presente Líquido (VPL).....	60
7.9.7.1 Valor Presente Líquido (descontado).....	61
8 Avaliação do Plano de Negócio.....	62
9 Considerações Finais.....	63
10 Referências Bibliográficas.....	64
Anexo.....	65

RESUMO

Este estudo mostra detalhes de como o empreendedor deve fazer antes de abrir um negócio, para possivelmente ter um empreendimento de sucesso. Todo e qualquer empreendimento possui riscos, porém, se seguido minuciosamente cada etapa do seu plano, esses riscos serão minimizados. O plano de negócio auxilia o empreendedor em seu empreendimento, pois, possui instruções e informações que dão suporte para tal procedimento, mostrando a viabilidade e resultados da análise. Através deste estudo que resultou em informações importantes obteve-se informações relevantes que ajudarão as empreendedoras a começar o pequeno negócio de maneira mais segura, estruturada, sequencial e lógica.

Palavras-chave: Planejamento; Empreendedor; Negócio; Empreendimento e Plano de Negócio.

1 INTRODUÇÃO

Para se empreender é preciso planejar, para assim se desenvolver com eficiência o negócio esperado. O empreendedor para ter sucesso e bom desempenho em suas atividades deve estar sempre buscando informações sobre o ramo do seu negócio, (tendências de mercado), pois, há mudanças constantes no dia-a-dia e para tanto encontram-se muitas explicações, por isso é necessário que o empreendedor esteja atualizado, devendo estar informado, pois esses fatores podem gerar mudanças na organização.

O Plano de negócio é de fundamental importância para toda e qualquer pessoa que deseja empreender, ele é indispensável para o mundo dos negócios, pois, os mesmos servem para minimizar os riscos existentes, assim fica mais fácil administrar, e até mesmo fazer uma correção, caso necessário. Como dito acima o plano de negócio é um material informativo, para auxiliar e orientar o empreendedor na implantação de sua empresa.

Os artigos religiosos surgiram desde os tempos mais remotos, muitos anos antes de Cristo, algumas partes da Bíblia foram escritas em tábuas e passou-se por um longo processo até chegar no papel, nessa época fora transmitida pelo grande líder, Moisés, onde ensinava o povo sobre mandamentos Divinos. A bíblia fora escrita por 40 pessoas e levou cerca de 1600 anos para ser escrita, a mesma relata sobre instrumentos feitos pelos primeiros habitantes da terra, os mesmos tocavam harpas, e instrumentos de corda. Esses instrumentos foram criados por Jubal, e ele foi considerado o pai dos que tocam instrumentos de corda. E até os dias de hoje, vê-se a importância desses artigos religiosos para a sociedade.

Fora visto então a necessidade desses artigos na cidade de Nova Glória e a partir dessa carência surgiu a oportunidade desse negócio.

Este plano estará auxiliando as futuras empreendedoras na implantação de seu negócio e execução de suas atividades, dando suporte quando se tratar de Artigos Religiosos e Disk Mensagens, mostrando seus clientes, custos fixos e variáveis, despesas, prazo de retorno e lucratividade.

O objetivo deste trabalho foi elaborar o plano de negócio, a fim de conseguir melhor visibilidade do negócio, antes mesmo de abri-lo.

Justifica-se este trabalho por se tratar de um sonho das empreendedoras em administrar e implantar o negócio, na cidade de Nova Glória.

Diante destas informações, esse trabalho servirá de suporte para outros empreendedores que desejam atuar nesse mercado, de artigos religiosos e disk mensagens, servirá para que o mesmo esteja atualizado sobre o seu empreendimento, riscos e oportunidades. No capítulo I ver-se-á o referencial teórico, onde mostra a idéia de muitos autores, sobre empreendimento, empreender, riscos, plano de negócio e planejamento, que é uma das etapas mais importantes para que o futuro empreendimento ocorra como planejado e seja um sucesso. No capítulo II ver-se-á sobre marketing e suas estratégias para sustentar a empresa diante desse mercado competitivo, como reagir diante dos concorrentes para que a mesma não chegue ao declínio, quais os meios de propaganda que a empresa utilizará para divulgar seus artigos, quais seus principais produtos, clientes e concorrentes, onde estão localizados seus concorrentes, quais serão seus possíveis fornecedores, em fim quais as vantagens e desvantagens que a empresa terá. O plano operacional que está no capítulo III constará o endereço e localidade de onde a empresa provavelmente será implantada, quais os equipamentos que serão utilizados, em média quantos clientes a empresa atenderá por dia, como serão efetuadas suas vendas, já que a mesma será realizada de forma bem simples.e como serão suas formas de pagamento. O capítulo IV, que é o plano financeiro, mostrará a estimativa de seus investimentos para a implantação da mesma, quais os móveis e utensílios que serão utilizados, a estimativa do faturamento mensal da empresa, seus custos, despesas, indicadores de viabilidade, fluxo de caixa, demonstrará suas viabilidades financeiras, custos, despesas e lucratividade, para que o empreendedor esteja informado das atividades financeiras de sua organização.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Ver-se-á tópicos abordados, de extrema importância aos empreendedores e stakeholders, contendo assuntos concernentes à elaboração de um plano de negócio.

2.1 Empreendedorismo

Há muitos conceitos para a palavra empreendedorismo e muitos são os autores que falam sobre o tema, abaixo algumas definições.

Para Dolabela (1999, p. 43): “empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra entrepreneurship e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação.”

De acordo com o autor citado acima, o empreendedorismo define as características do empreendedor, porém segundo Dornelas (2005, p. 39): “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.”

O empreendedorismo envolve todo um processo de criação de algo novo, de uma nova empresa, ou que seja, algo já existente, desde que o mesmo tenha comprometimento e esforço, ele faz a diferença, faz acontecer e assim o trabalho se desenvolve.

O processo empreendedor abrange todas as atividades, as funções e as ações relacionadas com a criação de uma nova empresa.

Em primeiro lugar, o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, que tenha valor e seja valorizado no mercado.

Em segundo lugar, o empreendedorismo exige devoção, comprometimento de tempo e esforço para que o novo negócio possa transformar-se em realidade e crescer.

Em terceiro lugar, o empreendedorismo requer ousadia, assunção de riscos calculados e decisões críticas, além de tolerância com possíveis tropeços, erros ou insucessos. O empreendedor revolucionário é aquele que cria novos

mercados por meio de algo único. Entretanto a maioria dos empreendedores cria negócios já existentes apesar do sucesso na atuação de segmentos já existentes. (CHIAVENATO, 2004, p.19).

2.1.1 Empreendedorismo no Brasil e no mundo

O empreendedorismo existe desde os tempos mais remotos, porém era visto de maneira diferente, mas, em torno do mesmo objetivo, que era alcançar sua meta, pois, para entrar e sobreviver no mercado, o empreendedor passa por algumas dificuldades, como nos dias atuais.

Um primeiro exemplo de definição de empreendedorismo pode ser creditado a Marco Pólo, que tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Como empreendedor, Marco Pólo assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro (hoje mais conhecido como capitalista) para vender as mercadorias deste. Enquanto o capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor assumia papel ativo, correndo todos os riscos físicos e emocionais. Na idade média, o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção.

Os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e o empreendedorismo ocorreram nessa época, em que o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos. Como geralmente os preços eram prefixados, qualquer lucro ou prejuízo era exclusivo do empreendedor. No século XVIII e início do século XX, os empreendedores foram frequentemente confundidos com os gerentes ou administradores (o que ocorre até os dias atuais), sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles, como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista. (DORNELAS, 2005, p.29-30).

O empreendedorismo ainda é novo no Brasil, porém, relata alguns acontecimentos que já tem mostrado sua importância, a avaliação do seu potencial e crescimento.

No Brasil pode-se dizer que o empreendedorismo está apenas começando, mas os resultados já alcançados no ensino indicam que estamos no início de uma revolução religiosa. O primeiro curso de que se tem notícia na área surgiu em 1981, na escola de administração de empresas da fundação Getúlio Vargas, São Paulo, por iniciativa do professor Ronald Degen e se chamava-se “Novos Negócios”. Era uma disciplina do CEAG – Curso de Especialização em Administração para Graduados. Em 1984, o curso foi

estendido para a graduação, sob o nome de “Criação de Novos Negócios – Formação de empreendedores”, e hoje é uma das “trilhas” obrigatórias a serem percorridas pelos alunos de graduação. Mais tarde, o ensino de empreendedorismo foi inserido nos cursos de mestrado, doutorado e MBA. A Fundação Getulio Vargas já produziu duas teses de doutorado na área e tem uma em andamento. A USP – Universidade de São Paulo, começou a oferecer o ensino de empreendedorismo em 1984, quando o professor Silvio Aparecido dos Santos introduziu a disciplina Criação de Empresas no curso de graduação em Administração na Faculdade de Economia (DOLABELA, 1999, p. 54/55).

Como dito anteriormente, o empreendedorismo existe desde a antiguidade, porém não era visto desta maneira, mas os comerciantes davam um capital aos empreendedores para que negociassem suas mercadorias, e conseqüentemente conseguiam alcançar seus objetivos e conquistar seu almejado lucro. Não diferente de hoje, que uma grande maioria passa por esse processo, correm riscos em seus negócios. Não era usado este termo nos quais falamos hoje “empreendedorismo ou empreendedor, porém suas atitudes eram semelhantes ao que se vê atualmente, contudo o trabalho era árduo, difícil, porém eles eram homens corajosos e dedicados e possuíam características de empreendedor e lutaram para implantar o empreendedorismo no passado, dando oportunidades para nós darmos seqüência a este maravilhoso trabalho, podemos então chamar esses grandes homens de verdadeiros empreendedores.

Os empreendedores atuais têm ainda mais facilidade, pois, os mesmos têm suporte para seus empreendimentos, o contrário dos empreendedores do passado, que não encontravam auxílio para alavancar seus negócios.

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. Os ambientes político e econômico do país não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora. O Sebrae é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno do pequeno empresário brasileiro, que busca junto a essa entidade todo suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio. O histórico do da entidade Softex pode ser confundido com o histórico do empreendedorismo no Brasil na década de 1990. (DORNELAS 2005, p.26).

2.1.2 A revolução do empreendedorismo

O empreendedorismo sempre existiu, porém ninguém o via como hoje, mas desde a antiguidade já se via pessoas com tais características, ousados e audaciosos, que mudam a vida das pessoas, pois o empreendedorismo impulsiona o surgimento de novos negócios, gerando empregos e riqueza para o país, agregando valor à sociedade.

O mundo tem passado por várias transformações em curtos períodos de tempo, principalmente no século XX, quando foi criada a maioria das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Geralmente, essas invenções são frutos de inovação, de algo inédito ou de uma nova visão de como utilizar coisas já existentes, mas que ninguém antes ousou olhar de outra maneira. Por trás dessas invenções, existem pessoas ou equipes de pessoas com características especiais que são visionárias, questionam, arriscam, querem algo diferente, fazem acontecer e empreendem. Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais uma multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado. Uma vez que os empreendedores estão revolucionando o mundo, seu comportamento e o próprio processo empreendedor devem ser estudados e entendidos. (DORNELAS, 2005, p.21).

2.2 Empreendedor

Muitos autores definem a palavra empreendedor de várias maneiras, porém, todos concluem com a mesma idéia, que é um indivíduo que impulsiona e faz acontecer, que é capaz de assumir riscos buscando oportunidades.

“Empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não só. Deve saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro.” (DOLABELA, 1999, p.44).

Dolabela (1999) acredita que o empreendedor é alguém capaz de começar algo, assumindo todas as responsabilidades e inovando continuamente, mostrando que possui importância no contexto econômico. Dornelas (2005) diz que, o empreendedor busca novas formas de empreender de novos negócios de sucesso, porém, Chiavenato (2005) ressalta algo

de grande importância, que o empreendedor para ser bem sucedido, não deve apenas saber criar seu próprio empreendimento. Deve também saber gerir seu negócio para mantê-lo e sustentá-lo em um ciclo de vida prolongado e obter retornos significativos de seus investimentos. Isso significa administrar: planejar, organizar, dirigir e controlar todas as atividades relacionadas direta ou indiretamente com o negócio.

Segundo Schumpeter (1949 apud DORNELAS, 2005, 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 processo empreendedor inicia quando um evento gerador desses fatores possibilita o início de um novo negócio. O talento empreendedor resulta da percepção, direção, dedicação e muito trabalho dessas pessoas, que fazem acontecer. Onde existe esse talento, há a oportunidade de crescer, diversificar e desenvolver novos negócios. O processo empreendedor está na iminência de ocorrer. Mas, existe ainda a necessidade de um combustível essencial para que finalmente o negócio saia do papel. O capital. O componente final é o conhecimento e a habilidade de conseguir convergir em um mesmo ambiente, o talento, a tecnologia e o capital que fazem a empresa crescer. (DORNELAS 2005, p.41).

Dolabela (1999) e Chiavenato (2005) vêem o empreendedor com uma grande participação no mercado, um gerador de mudanças, dotado de características que o faz imaginar, desenvolver, e realizar. Ele é um verdadeiro provedor de riquezas.

O que é um empreendedor? Acredita-se hoje que o empreendedor seja o “motor da economia”, um agente de mudanças. O economista austríaco Shumpeter (1934) associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades de negócios. (DOLABELA, 1999, p. 28).

Para Chiavenato (2005, p. 05): “O empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades.”

2.2.1 Características do empreendedor

Segundo Dolabela (1999), o empreendedor possui certas características que se diferencia entre os demais, ele é capaz de assumir riscos não se importando com os resultados, é alguém que começa algo novo e faz acontecer:

- Tem um “modelo” uma pessoa que o influencia.
- Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização.
- Trabalha sozinho. O processo visionário é individual.
- Tem perseverança e tenacidade para vencer obstáculos.
- Considera o fracasso um resultado como outro qualquer, pois aprende com os próprios erros.
- É capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e concentra esforços para alcançar resultados.
- Sabe fixar metas e alcançá-las; luta contra padrões impostos; diferencia-se.
- Tem a capacidade de descobrir nichos.
- Tem forte intuição: como no esporte, o que importa não é o que se sabe, mas o que se faz.
- Tem sempre alto comprometimento; crê no que faz.
- Cria situações para obter feedback sobre seu comportamento e sabe utilizar tais informações para seu aprimoramento.
- Sabe buscar, utilizar, e controlar recursos.
- É um sonhador realista: é racional, mas usa também a parte direita do cérebro
- Cria um sistema próprio de relações com empregados. É comparado a um “líder de banda”, que da liberdade a todos os músicos, mas consegue transformar o conjunto em algo harmônico, seguindo um objetivo.
- É orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo.
- Aceita o dinheiro como uma das medidas de seu desempenho.
- Tece “redes de relações” moderadas, mas utilizadas intensamente como suporte para alcançar seus objetivos; considera a rede de relações interna mais importante que a externa.
- Conhece muito bem o ramo em que atua.
- Cultiva a imaginação e aprende a definir visões.
- Traduz seus pensamentos em ações.
- Define o que aprender para realizar suas visões. É pró-ativo: define o que quer e onde quer chegar; depois busca o conhecimento que lhe permitirá atingir o objetivo.
- Cria um método próprio de aprendizagem.
- Tem auto grau de “internalidade”, que significa a capacidade de influenciar as pessoas com as quais lida e a crença de que conseguirá provocar mudanças nos sistemas em que atua.
- Assume riscos moderados: gosta do risco, mas faz tudo para minimizá-lo. É inovador e criativo.
- Tem alta tolerância à ambigüidade e à incerteza.
- Mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando para detectar oportunidades de negócios. (DOLABELA, p. 37 e 38)

Chiavenato (2005) fala a respeito dessas características, que é um assunto muito complexo, porém, ele resume em três as principais características que identificam o espírito empreendedor, que são:

Necessidade de realização: as pessoas apresentam necessidades individuais quanto à necessidade de realização. Existem aquela com pouca necessidade de realização e que se contentam com o status atual. Contudo as pessoas com alta necessidade de realização gostam de competir com certo padrão de excelência e preferem ser pessoalmente responsáveis por tarefas e objetivos que atribuíram a si próprios.

Disposição para assumir riscos: o empreendedor assume variados riscos ao iniciar seu próprio negócio.

Autoconfiança: quem possui autoconfiança sente que pode enfrentar os desafios que existem ao seu redor e tem domínio sobre os problemas que enfrenta. As pesquisas mostram que os empreendedores de sucesso são pessoas independentes que enxergam os problemas inerentes a um novo negócio, mas acreditam em suas habilidades pessoais para superar tais problemas. (CHIAVENATO, 2005, p. 6/7).

2.2.2 Perfil empreendedor

O empreendedor tem características inconfundíveis, porém ainda assim, ele deve estar preparado para aprender e lutar contra os problemas que irá enfrentar com seus concorrentes.

Para Dolabela (1999, p. 183): “Conhecer características do empreendedor de sucesso e compará-las com suas características pessoais.”

De acordo com Bernardi (2007) o empreendedor possui um perfil característico e típico de personalidade em que se destacam:

- Senso de oportunidade;
- Dominância;
- Agressividade e energia para realizar;
- Autoconfiança;
- Otimismo;
- Dinamismo;
- Independência;
- Persistência;
- Flexibilidade e resistência a frustrações;
- Criatividade;
- Propensão ao risco;
- Liderança carismática;
- Habilidade de equilibrar “sonho” e realização;
- Habilidade de relacionamento. (BERNARDI, 2007, p. 8 e 9).

Eles acreditam que seja necessário aprimorar o perfil de empreendedor, saber usar suas características no momento adequado, dentre eles Dolabela (1999, p. 183)

Desenvolver ou aprimorar o próprio perfil como empreendedor. Saber como usar as características individuais para obter sucesso na atividade empreendedora (utilizar pontos fortes, mudar ou represar pontos fracos, buscar complementaridades com sócios ou colaboradores).

2.3 Empreendimento

Qualquer empreendimento necessita da identificação de oportunidades, e com a criação de novos negócios, abre-se uma porta para que o empreendedor se realize e torne realidade o sonho de muitas pessoas, inclusive o seu de se tornar seu próprio patrão.

De acordo com Degen (1989) o planejamento estratégico e um bom plano de negócios, é indispensável para que o empreendedor provavelmente tenha sucesso em seus empreendimentos, logo abaixo Chiavenato (2005) fala da necessidade de se esforçar, ter iniciativa e conseguir alcançar seus objetivos.

A criação de um negócio próprio começa com a elaboração de um plano de negócio. O plano é a formalização das idéias, da oportunidade, do conceito, dos riscos, das experiências similares, das medidas para minimizá-los, das respostas aos pré-requisitos, da estratégia competitiva, bem como do plano de marketing, de vendas, operacional e financeiro para viabilizar o negócio. (DEGEN, 1989, p. 177).

Para Chiavenato (2005, p. 22): “Negócio é um esforço organizado por determinadas pessoas para produzir bens ou serviços, afim de vendê-los a um determinado mercado e alcançar a recompensa financeira pelo seu esforço.”

2.4 Oportunidades

Alguns autores observaram que os verdadeiros empreendedores sabem tirar proveito das situações ruins de seu país. Degen (1989) preocupado com a situação do Brasil, mostra as

dificuldades enfrentadas, ou seja, desvantagens, porém, mostra as vantagens também. Dolabela (1999) auxilia o empreendedor, com algumas fórmulas, para que o mesmo consiga identificar algumas oportunidades e assim sobreviver nesse mundo tão competitivo.

Todos nós estamos familiarizados com os problemas que o Brasil está enfrentando: dívida interna, dívida externa, crescimento da população, declínio de recursos naturais, poluição, enchentes, secas, pobreza, fome, falta de assistência médica, etc. Os jornais diariamente destacam problemas e soluções por parte dos políticos, que infelizmente nunca acontecem. Cada um desses formidáveis problemas pode, também representar grandes oportunidades para os empreendedores capazes de desenvolver medidas positivas para suas soluções. Mas serão empreendedores otimistas que vislumbrem oportunidades nos problemas e promessas e que tenham muita criatividade e determinação para transformar essas oportunidades em realidade. (DEGEN, 1989, p.32)

2.4.1 Como identificar uma oportunidade real sem conhecer a área do negócio?

É necessário que a empresa esteja preparada para enfrentar com ousadia cada fase do seu ciclo de vida, início, com suas dificuldades e os momentos satisfatórios, porém para isso, a empresa deve estar consciente e analisar cada fator que supere as organizações já existentes, conforme observa-se:

É necessário compreender um setor, saber como são estruturadas e como funcionam as empresas que atuam naquele ambiente, como os negócios se processam, quem são os clientes, como se comportam e qual o seu potencial, pontos fortes e fracos da concorrência, fatores críticos de sucesso, vantagens competitivas, possíveis reações diante da entrada de novas empresas no mercado. Conhecer a tecnologia envolvida, quais as barreiras à entrada, qual a lucratividade. É indispensável também conhecer os fornecedores dos insumos essenciais, as necessidades de recursos humanos e formas ideais de sua contratação e desenvolvimento. Na economia globalizada deve-se saber o que acontece no mundo, ameaças e oportunidades apresentadas, tendências tecnológicas, funcionamento do mercado concorrencial. (DOLABELA, 2005, p. 79).

2.4.2 Fórmulas para identificar oportunidades

De acordo com Degen (1989) para facilitar a compreensão do leitor sobre o processo de identificação de oportunidades de negócios, vamos descrever as oito fórmulas mais comuns:

- Identificação de necessidades;
- Observação de deficiências;
- Observação de tendências;
- Derivação da ocupação atual;
- Procura de outras aplicações;
- Exploração de hobbies;
- Lançamento de moda; e
- Imitação do sucesso alheio. (DEGEN, 1989, p. 21).

2.5 Empresa

A empresa precisa ter pessoas que formem equipes, pois, a mesma visa alcançar seus objetivos e as pessoas são fatores essenciais para fazer com que a organização supere suas dificuldades, vença os fracassos e obtenha sucesso.

“Uma empresa é o conjunto de pessoas que trabalham juntas no sentido de alcançar objetivos por meio da gestão de recursos humanos, materiais e financeiros.” (CHIAVENATO, 2005, p. 35).

2.5.1 As empresas e seus objetivos

As empresas são classes de organizações, isto é, são unidades sociais que procuram atingir objetivos específicos: a sua razão de ser é servir a esses objetivos. Um objetivo de uma empresa é uma situação desejada que ela deseja alcançar. (CHIAVENATO, 1989, p. 50).

2.5.1.1 Missão

A missão da organização deverá esclarecer os motivos pelos quais foi criada, contudo, em sua existência irá contribuir também para melhor atender as necessidades da sociedade, Arantes (1994, p. 109) explica.

A missão define a razão de ser da empresa, e reflete os motivos pelos quais foi criada e é mantida. A definição da missão significa responder as

questões: “por que existimos? “ela define como a empresa vê suas responsabilidades e sua contribuição no atendimento às necessidades sociais.

2.6 A Importância do Empreendedor na Formação de Riqueza do País

Como dito anteriormente, o empreendedor possui fundamental importância no contexto econômico, pois, o empreendedor é um gerador de fontes, de empregos, de novos negócios, novos métodos, em fim, tem uma grande participação na economia do nosso país, tem valor no mercado.

A riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem-estar da população. Por este motivo, acreditamos que o melhor recurso de que dispomos para solucionar os graves problemas sócio-econômico pelos quais o Brasil passa é a liberação da criatividade dos empreendedores, através da livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços. (DEGEN, 1989, p. 9).

2.7 Pequena Empresa: Sucesso e Fracasso

É necessário que a empresa esteja informada, quando se trata do sucesso e também das dificuldades, conforme diz Renisk (1990, p. 1).

Quando os proprietários-gerentes de pequenas empresas compreendem os fatores básicos que causam o sucesso ou o fracasso da empresa, seus conceitos administrativos os ajudam a superar as dificuldades inevitáveis encontradas em todos os empreendimentos. Quando os proprietários-gerentes concentram-se nestas exigências básicas para desenvolver um pequeno negócio, invariavelmente conseguem vendas e lucros e também muita satisfação.

É de suma importância uma boa administração na empresa, um gestor eficiente e eficaz é capaz de traçar seus objetivos, levar a organização ao sucesso, logo abaixo mostrará algumas condições que ajudarão as organizações a se manterem no mercado.

A boa administração é o fator determinante da sobrevivência e sucesso da pequena empresa. A Dun and Bradstreet, guardiã das estatísticas

empresariais nos estados Unidos, informou que a má administração é responsável por mais de 90% dos fracassos. (RENISK 1990, p. 3).

2.8 A Natureza da Responsabilidade Social

Donaire (1999) mostra os cuidados a serem tomados por parte das empresas para com o meio ambiente e com a sociedade, pois a organização deve existir, porém jamais esquecer de suas responsabilidades.

A responsabilidade social, como é chamada com frequência, implica um sentido de obrigação para com a sociedade. Essa responsabilidade assume diversas formas, entre as quais se incluem proteção ambiental. Essa responsabilidade social por parte da empresa fundamenta-se na liberdade que a sociedade concede à empresa para existir. Essa responsabilidade social é fundamentalmente um conceito ético que envolve mudanças nas condições de bem-estar e está ligada às dimensões sociais das atividades produtivas e suas ligações com a qualidade de vida na sociedade. (DONAIRE, 1999, p. 20/21).

2.9 As Dez Condições Decisivas Para Sucesso e Sobrevivência

De acordo com Renisk (1990) algumas exigências, são de fundamental importância para administrar sua empresa. Há dez delas.

- 1- Ser objetivo;
- 2- Manter tudo simples e focalizado;
- 3- Proporcionar bens e serviços excelentes e distintivos que satisfaçam as necessidades e desejos de grupos seletos de clientes;
- 4- Determinar como atingir e vender para seus clientes;
- 5- Criar, administrar e motivar uma equipe vencedora que faça o que você não pode fazer;
- 6- Manter os registros e controles contábeis que você precisa usar para compreender e administrar a empresa.
- 7- Nunca ficar sem disponibilidade de caixa.
- 8- Evitar as armadilhas de crescimento rápido;
- 9- Conhecer sua firma de trás para frente;
- 10- Planejar o futuro. (RENISK, 1990, p. 5/6).

Diz o que torna um negócio bem sucedido é: saber evitar ou neutralizar as ameaças e saber navegar pelas oportunidades que ocorrem nesse ambiente,

ou seja, saber escolher o negócio mais oportuno e mais suscetível de êxito. Isso envolve forte dose de análise e intuição. (CHIAVENATO, 2005, p. 15).

2.10 Riscos

Degen (1989) e Chiavenato (2004) muito se preocupam com os riscos que empreendedor enfrenta ao abrir sua empresa, pois, grande é o número de empresas que fecham por falta de uma administração competente, porém, dizem que os empreendedores devem estar preparados para enfrentar os problemas, e vencer os perigos, sabendo aproveitar o máximo das vantagens competitivas e oportunidades.

Definido claramente o conceito do negócio, o passo seguinte é detectar possíveis problemas com a realização do empreendimento. Esses problemas representam os riscos do negócio e precisam ser muito bem-compreendidos pelo futuro empreendedor, antes que ele inicie seu negócio próprio. É preciso ter soluções para todos os riscos, a fim de iniciar um negócio com certeza de sucesso. (DEGEN, 1989, p. 58).

Segundo Chiavenato (2004, p. 12): “Nos novos negócios, a mortalidade prematura é elevadíssima, pois, os riscos são inúmeros e os perigos não faltam.”

Segundo Degen (1989) o empreendedor necessariamente tem de assumir riscos. E Chiavenato (2004) relata que os riscos existem, porém, Degen diz que o empreendedor sabe superar essas dificuldades e exulta ao vencê-las, tornando-o ainda mais capaz.

O empreendedor, por definição, tem de assumir riscos, e o seu sucesso está na sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles, é preciso aprender a administrá-los. O risco financeiro e profissional será menor do que se imagina se o início for bem planejado. (DEGEN, 1989, p. 11).

2.11 Vantagens Competitivas

Dornelas (2005, p. 65) explica que as vantagens competitivas favorecem ao consumidor, e essas vantagens se transformam em lucro e assim ele monitora o mercado.

Vantagens competitivas estão necessariamente ligadas a diferenciais que proporcionam um ganho para o consumidor. Isso pode ocorrer por meio de um custo menor de produção, de estruturas enxutas, de criatividade no processo de obtenção do produto, que ao final levam a um produto ou serviço de menor custo e conseqüentemente, e menor preço final. Nesse caso, o diferencial está sendo o menor custo. No entanto, a empresa pode deter um conhecimento de mercado muito superior à concorrência, o que lhe permite monitorar e controlar as tendências desse mercado, antecipando-se aos competidores e sempre trazendo novidades que atendam aos anseios de seus consumidores, estabelecendo sua marca e fortalecendo sua presença na mente dos clientes.

O empreendedor deve estar atento a tudo que acontece à sua volta, observar o mercado e saber aproveitar cada oportunidade. Fora visto que não há uma empresa desse ramo (artigos religiosos) estabelecida na cidade de Nova Glória, por ser então, uma cidade de muitos religiosos, nasceu a idéia de uma empresa que possa satisfazer seus clientes. Além de ser uma grande idéia e oportunidade, pode se transformar em um grande negócio. Ter uma micro-pequena empresa é o sonho de todo empreendedor, esse empreendedor possui características que o levam a fazer acontecer, apesar das dificuldades encontradas, certamente é capaz de assumir os riscos e enfrentar os problemas, para buscar seus objetivos e alcançar sua meta e assim tornar-se uma pessoa realizada.

2.12 Plano de Negócio

O plano de negócios orienta, direciona o empreendedor, mostra a importância de se ter um bom planejamento, pois mostra a realidade futura do novo negócio.

Elaborar um plano de negócio é um pouco diferente para o futuro empreendedor ou para cada um dos seus possíveis colaboradores, mas sem dúvida, a principal razão é que um bom plano aumenta significativamente as chances de sucesso de um novo negócio. O plano de negócio representa uma oportunidade única para o futuro empreendedor pensar e analisar todas as facetas do novo negócio. (DEGEN, 1989, p.178).

O plano de negócio é uma linguagem. É o planejamento de uma empresa. Ele mostra todos os detalhes: quem são os empreendedores, qual é o produto-serviço, quais e quantos são os clientes, processo tecnológico de produção e vendas. (DOLABELA, 1999, p.206).

Os autores aqui citados deixam claro, alguns pilares do plano de negócios, que é planejar, anteceder ações, é definir suas condições, é um controle para o empreendedor, para que o mesmo tenha suporte na tomada de decisão e assim os objetivos da organização sejam alcançados.

De acordo com Dornelas (2005), o plano de negócio é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e auto-conhecimento, e ainda, permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios.

O Plano de Negócio é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento, que define suas principais características e condições para proporcionar uma análise da sua viabilidade e dos seus riscos, bem como facilitar sua implantação. É uma espécie de plano de viabilização de uma idéia, um pequeno check list, para não deixar passar nada despercebido. (CHIAVENATO, 2005, p. 128).

O planejamento pode ser aplicado a qualquer ramo ou em qualquer negócio, pois o mesmo direciona o empreendedor em suas atividades, até mesmo em nossa vida pessoal.

Dolabela (1999, p. 81): “afirma que: Plano de Negócio é um instrumento para obtenção de empréstimos, de persuasão de novos sócios, de controle interno de integração da equipe e envolvimento dos empregados e colaboradores.”

2.12.1 Objetivo do Plano

De acordo com Degen (1989) o plano de negócio é essencial para que todo e qualquer empreendedor alcance seus objetivos, devendo defini-los antes para assim atingir o seu alvo e chegar ao sucesso.

Antes de iniciar a elaboração do plano de negócio, o futuro empreendedor deve definir seu objetivo. Isto é, se o plano se destina exclusivamente a ordenar idéias e a analisar o potencial e a viabilidade do novo empreendimento ou se destina também a atrair possíveis investidores. O primeiro é um plano operacional, e o segundo um plano do negócio para obter recursos. (DEGEN, 1989, p. 181).

De acordo com Mintzberg (2006, p. 89):

O propósito de um plano é especificar um output desejado, um padrão em algum momento futuro. O propósito do controle é avaliar se o padrão foi ou não alcançado. Assim o planejamento e controle seguem juntos.

2.12.2 Estrutura do plano de negócios

Dornelas (2005) mostra a importância de cada etapa do plano de negócios.

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. Cada uma das seções apresentadas deve ser abordada sempre visando à objetividade, sem perder a essência e os aspectos mais relevantes a ela relacionados.

- 1- Capa. Apesar de não parecer é uma das mais importantes do plano de negócios, pois é a primeira parte que é visualizada por quem lê o plano de negócios.
- 2- Sumário. O sumário deve conter o título de cada seção do plano de negócios e a página respectiva onde se encontra, bem como os principais assuntos relacionados em cada seção.
- 3- Sumário executivo. O sumário Executivo é a principal seção do plano de negócios. O sumário executivo fará o leitor decidir se continuará a ler o plano de negócios.
- 4- Análise Estratégica. Nessa seção são definidos os rumos da empresa, sua visão e missão, sua situação atual, as potencialidades e ameaças externas, forças e fraquezas, seus objetivos e metas de negócio.
- 5- Descrição da empresa. Nessa seção deve-se descrever a empresa, seu histórico, crescimento, faturamento dos últimos anos, sua razão social, impostos, estrutura organizacional e legal, localização, parcerias, certificações de qualidade, serviços terceirizados etc.
- 6- Produtos e serviços. Essa seção do plano de negócios é destinada aos produtos e serviços da empresa: como são produzidos, quais os recursos utilizados, o ciclo de vida, os fatores tecnológicos envolvidos, o processo de pesquisa e desenvolvimento, os principais clientes atuais, se a empresa detém marca e/ou patente de algum produto. Etc.
- 7- Plano operacional. Essa seção deve apresentar as ações que a empresa está planejando em seu sistema produtivo e o processo de produção, indicando o impacto que essas ações terão em seus parâmetros de avaliação de produção.
- 8- Plano de recursos humanos. Aqui devem ser apresentados os planos de desenvolvimento e treinamento de pessoal da empresa.
- 9- Análise de mercado. O autor do plano de negócios deve mostrar que os executivos da empresa conhecem muito bem o mercado consumidor do seu produto. Como está segmentado, o crescimento, desse mercado, as

características do consumidor e sua localização, análise da concorrência, sua participação.

- 10- Estratégia de marketing. Deve-se mostrar como a empresa pretende vender seu produto/serviço e conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda.
- 11- Plano financeiro. A seção de finanças deve apresentar em números todas as ações planejadas para a empresa e as comprovações, por meio de projeções futuras de sucesso do negócio.
- 12- Anexos. Esta seção deve conter informações adicionais julgadas relevantes para o melhor entendimento do plano de negócios. (DORNELAS 2005, p.101).

De acordo com Degen (1889), o plano de negócio é essencial, pois, ele aumenta as chances de sucesso para o novo negócio. Dornelas (2005) concorda quando diz que o plano de negócio é um documento usado para descrever um empreendimento e esse plano sustenta a empresa. Dolabela (1999) comenta que o plano de negócios mostra todos os detalhes, até quem são seus clientes. Chiavenato (2005) jamais poderia deixar de falar que o plano de negócio é um conjunto de dados, definindo características, análise de viabilidade e também os riscos que o empreendedor enfrentará, isso para que o mesmo não passe despercebido. Degen (1889) não esquece que o empreendedor antes de fazer seu planejamento deve deixar claro quais são seus objetivos e Dornelas (2005) fala a respeito de cada etapa do plano de negócio e sua importância.

3 SUMÁRIO EXECUTIVO

3.1 Descrição do Negócio

O ramo do negócio é uma empresa comercial que oferecerá produtos religiosos como: Cd's, dvd's, bíblias, livros, harpas, hinários, folhetos de evangelização, chaveiros, marca-texto, mensagens fonadas e ao vivo, etc.

A empresa será denominada Rejany Kelly Ltda. Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagem será o nome fantasia da empresa, a mesma será situada à Av. Sargento Leontino nº 20, centro, Nova Glória - GO.

O motivo dessa empresa passar a existir foi pelo desejo de empreender e por ver a necessidade de uma empresa desse ramo nessa localidade, para comercialização de produtos e/ ou serviços para comunidade, para atender esse público, e levar ao cliente prazer e conforto aos adquirir seus produtos, pois a empresa visa facilitar a aproximação entre fornecedores e compradores por um meio bem simples, proporcionando aos clientes, conforto e facilidade em adquirir suas compras sem mesmo se deslocar de cidade.

O local e o espaço físico são muito importantes para o sucesso do empreendimento, por isso a empresa será instalada em um local que oferecerá acesso fácil aos clientes.

As empreendedoras deste negócio serão as próprias sócias, que visam alcançar seus consumidores com um diferencial, que será um atendimento especializado, onde o cliente será o mais importante, será o centro das atenções

O capital integralizado em dinheiro será em partes iguais para as duas sócias, no qual cada sócia entrará com 50% do capital, ambas com a mesma quantia e ambas tomarão decisão na empresa. O objetivo será a venda desses produtos gerando satisfação ao consumidor, com qualidade no atendimento.

Os clientes da empresa serão compostos por todas as classes sociais.

O capital a ser investido será no valor de R\$ 64.030,00 e terá um faturamento mensal de R\$ 8.900,00 e conseqüentemente um faturamento anual de R\$ 113.030,00

O retorno sobre o capital investido será em 2 anos e 4 meses.

4 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

4.1 Dados das Empreendedoras, Perfis e Atribuições

Sócio 01: Elenita Rejane Jesus dos Santos

- End.: Rua 12 Quadra 07 Lote 17- Nova Glória –GO
- Fone: (62) 99548982
- Perfil: 3º Grau completo, cursando nível 6º de Língua Inglesa, Técnico em vendas, possui curso de Libras e Formação para professores.
- Experiência em: Balconista, secretária e vendedora. Responsável pela área de recursos humanos. A carga horária a trabalhar por semana será de 48 hs, de segunda a sábado – pró-labore R\$ 1.200,00

Sócio 02: Cristina Kelly de Jesus.

- End.: Rua 07, Quadra 10, Lote 20, Nova Glória.
- Fone: 91173111
- Perfil: 3º grau completo, cursando nível 3º de língua inglesa, técnica em vendas e finanças.
- Experiência em vendas e finanças. A mesma será responsável pela área de finanças, carga horária a trabalhar por semana: 48 horas de segunda a sábado – pró-labore: R\$ 1.200,00
- O Lucro será investido no negócio.

- Ambas poderão tomar decisão na empresa. Haverá reunião uma vez a cada mês, para tratar de assuntos pertinentes ao negócio. As decisões serão tomadas em conjunto.
- Não haverá envolvimento com familiares.
- Se um dos sócios vier a falecer o outro sócio comprará sua parte na empresa.

4.2 Dados do Empreendimento

- Razão Social: Rejany Kelly Ltda.
- Denominação: 896721703-01
- Nome Fantasia: Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens
- Escolhido esse nome por que é realmente um sonho e pela necessidade em ter uma empresa desse ramo nessa localidade.
- Nome da empresa: Rejany Kelly Ltda.

Missão: A Empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens, tem como finalidade oferecer aos clientes um ótimo produto com satisfação e um diferencial que será, um atendimento qualificado, além de incentivar os clientes a estudar a palavra de Deus, através da Bíblia.

Visão: Promover esses produtos como loja de artigos religiosos e disk mensagens, para que a empresa se torne referencia no ramo em que atua.

4.3 Setor de Atividade

O setor da empresa é comercial, e venderá mercadorias diretamente ao consumidor.

4.4 Forma Jurídica

Para que a empresa exista é necessário definir a forma jurídica. Nesse caso por ser uma micro empresa, sua forma jurídica será: sociedade simples.

4.5 Enquadramento Tributário

O enquadramento tributário será regime simples.

4.5.1 Âmbito federal

O âmbito federal do regime simples.

4.6 Capital Social

Tabela 01- Capital Social

Nome da Sócia	Valor (R\$)	% ou participação
1. Elenita Rejane Santos	32.015,00	50%
2. Cristina Kelly	32.015,00	50%

Fonte: Dados da pesquisa, 2008

Adaptação da própria autora

5 PLANO DE MARKETING

Ver-se-á fatores importantes que levarão a Empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk mensagens ao alcance de seus objetivos e assim ao sucesso, através do Composto de Marketing, sendo determinado em quatro (4) pontos: Produto, Promoção, Preço e Praça. A Empresa estabelecerá os itens de comércio, de acordo com as definições de Kotler (2000).

5.1 Estratégias de Mix de Marketing

A empresa utilizará várias estratégias para sustentar o seu mercado pelo maior tempo possível, para que o mesmo cresça e evite passar pelo estágio de declínio. Os 4P's darão vantagens competitivas diante dos concorrentes, por isso é importante que o profissional de marketing esteja a par desses fatores, que darão informações e vantagem à organização.

5.1.1 O produto

Na empresa Sonho Meu, os produtos serão artigos religiosos e disk mensagens, que atenderão todas classes sociais, e idades diversificadas com produtos diversificados, vários tamanhos, gostos e preços para que possa buscar e agradar um maior número de consumidores. A Bíblia é tomada como carro-chefe, foi escrita por 40 pessoas, é dividido em duas partes Velho Testamento com 39 livros e Novo Testamento com 27 livros, totalizando 66 livros na Bíblia Sagrada. As três Bíblias mais vendidas no ano passado foram: Bíblias para estudo, Bíblias de linguagem simples e Bíblias para crianças. O Brasil é o líder mundial da produção de Bíblias com uma tiragem de 7 milhões de volume por ano, segundo a (SBB) Sociedade Bíblica do Brasil é uma das que possuem sede própria, já editou Bíblias em 14 línguas, inclusive em Árabe. A Bíblia Sagrada é o livro mais vendido do mundo. Terão um diferencial para os clientes, que será um atendimento de alta qualidade e funcionários treinados para isso.

5.1.2 Promoção

Promover a empresa através de propaganda:

- Publicidade em carro de som – faz-se um diferencial na cidade de Nova Glória, através de pesquisas realizadas com os comerciantes da cidade local.
- Divulgação nas rádios locais – por ser um rápido e eficiente meio de comunicação e através deste anuncio alcançará todo o vale de São Patrício, o que levará a empresa a alcançar uma vasta clientela.

Através desses meios de propaganda, a empresa pretende alcançar bons resultados, pois, os comerciantes da cidade local utilizam de algumas estratégias e dentre elas, as mais utilizadas, que chegaram a ter bons resultados, foram esses, que mais se destacaram e portanto, serão utilizadas na empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens, ou seja, proporcionará resultados positivos, na qual a empresa chegará ao sucesso, ao resultado esperado, que será de se tornar reconhecida na cidade local e distritos próximos à cidade.

5.1.3 Preço

O preço a ser comercializado pela Empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens será acessível aos clientes, mostrando que vale a pena pagar o preço pela qualidade do produto. Há de se realizar uma pesquisa de mercado, coletar dados, preços dos demais concorrentes e de acordo com os concorrentes, será estabelecido o preço das mercadorias dessa empresa.

5.1.4 Praça (canais de distribuição)

A Empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens será localizada no centro da cidade de Nova Glória, na Avenida Bernardo Sayão nº 20, lembrando que os maiores movimentos estão nesta Avenida, a mesma se encontrará bem localizada, dará maior visibilidade aos consumidores, e será bem vista aos que trafegam na Avenida, e até às pessoas

de outras cidades, pois, os pontos de ônibus, se encontram localizados em grande parte nessa avenida, sendo de fácil o acesso para quem não conhece a cidade e deseja adquirir qualquer desses produtos.

5.2 Descrição dos Principais Produtos

A Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens trabalhará com vários artigos religiosos, dentre eles: cd's de vários cantores, dvd's atualizados,; Bíblias para crianças, adolescentes, Bíblia para mulher, Bíblias de estudo de vários autores, livros informativos; harpas; hinários, folhetos de evangelização, chaveiros; marca-texto; mensagens fonadas e ao vivo etc.

5.3 Estudo dos Clientes

Os clientes da Empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens serão pessoas físicas de toda a faixa etária, geralmente famílias pequenas, ganham em torno de um a cinco salários mínimos, são residentes e domiciliados na Cidade de Nova Glória e alguns distritos, possuem grau de escolaridade variados. A empresa pretende atender a necessidade de todos os níveis sociais da cidade de Nova Glória e municípios que abrange cerca de três (3) distritos sendo eles Jardim Paulista, Bolsão e Plaina.

E outras cidades vizinhas que também não possuem esse tipo de negócio, dentre elas: Ipiranga e o distrito de Bom Jesus.

A empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens atenderá uma faixa etária diversificada (infantil, infanto-juvenil, até adulto) e conseqüentemente classes sociais variadas.

A Empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens oferecerá produtos religiosos, mensagens fonadas e ao vivo, suas vendas serão diretas via balcão e utilizará duas

(2) vendedoras, as próprias sócias, que atuam no mercado de trabalho há quatro (4) anos. A empresa ainda não existe por isso não possui nenhuma filial, por enquanto, é apenas um projeto. Um ponto positivo para a empresa, é que as sócias têm um bom nome no mercado, o que é de suma importância para o sucesso do negócio.

Após a pesquisa realizada na comunidade, constatou-se que 50% dos entrevistados não adquirem produtos pela distância e dificuldade de se locomover até a loja mais próxima, que está situada na cidade de Ceres-GO. Sendo assim, a Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens decidiu investir nesses fatores, vendo então a dificuldade de deslocamento por parte dos clientes.

Existe uma tendência de preferência por Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens, por parte dos entrevistados, cerca de 50%.

A empresa visando agradar a preferência dos clientes levará aos mesmos um atendimento diferenciado com mais conforto e comodidade, evitando assim, que seus clientes se desloquem de sua cidade para fazer suas compras.

Através das pesquisas que foram realizadas pode-se perceber que 50% dos entrevistados não têm hábitos de fazer compras com tanta frequência, pois, é necessário deslocar para adquirir tais artigos, o que gera dificuldade, e costumam comprar esses artigos, uma vez a cada dois mês, comprando na cidade de Ceres – GO, ou em outras cidades mais distantes, aproveitando oportunidades quando viajam, em cidades como: Goiânia e Distrito Federal. A empresa estará ciente da importância do contato pós-venda, para garantir a fidelização do cliente.

5.4 Estudo dos Concorrentes

Na região é bastante conhecida a Banca da Bíblia, e Juquinha Music, ambas situadas na cidade de Ceres-GO, na praça João Pedrosa, Banca da Bíblia nº149, e Juquinha Music nº 84 e duas papelarias na cidade de Nova Glória situadas na Av. Sargento Leontino, que vendem poucos artigos desse ramo, assim sendo a Sonho Meu terá apenas duas concorrentes,

que vendem maior parte desses produtos e duas (2) que vendem poucos produtos, o que favorece o negócio da Sonho Meu artigos Religiosos e disk mensagens. Em relação aos pontos positivos e negativos observa-se que a Banca da Bíblia e Loja Juquinha Music possuem pontos fracos que podem comprometer o sucesso do negócio:

Atendimento inadequado; preços altos; falta de propaganda para divulgar seus produtos; pequeno prazo para pagamento e pouca variedade de produtos.

Os demais concorrentes (papelarias) vendem poucos artigos. O ponto forte é a qualidade e localização. Como diferencial competitivo, em relação às empresas concorrentes a Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens propõe: atendimento qualificado; a empresa vai até o cliente, ou seja, o cliente não precisa se deslocar para adquirir tais artigos, terá melhores condições de pagamento, com vendas à prazo.

Voltando para a satisfação do cliente, cabe transformar os pontos fracos das empresas concorrentes em pontos fortes da Empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens, buscando alcançar seus objetivos com eficiência e eficácia.

Em relação aos concorrentes, acredita-se que a empresa Sonho Meu Artigos religiosos e disk mensagens terá vantagens competitivas e sucesso, pois, a empresa além de ter um atendimento qualificado, terá ótimas promoções, especialmente nas datas comemorativas e seus artigos terão embalagens atrativas e diferenciadas.

Tabela 02- Estudo dos concorrentes

ESTUDO DOS CONCORRENTES					
	Qualidade	Preço	Condições de pagamento	Localização	Atendimento
Banca da Bíblia	ótimo	regular	regular	ótimo	regular
Juquinha Music	Ótimo	regular	regular	ótimo	regular
Papelaria da Cida	muito bom	bom	bom	muito bom	bom
Papelaria do Mozart	muito bom	regular	bom	muito bom	regular
Sonho Meu	muito bom	muito bom	ótimo	ótimo	ótimo

Fonte: Dados da pesquisa, 2008
Adaptação da própria autora

De acordo com o quadro acima, percebe-se que a Empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens pode competir com seus concorrentes e ter vantagens, pois, não há empresa desse ramo nessa localidade, somente duas papelarias, porém, vendem poucos

desses artigos. Como os maiores concorrentes estão na cidade de Ceres, a empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens tem oportunidade de competir.

O ponto forte das empresas banca da Bíblia e loja Juquinha musik (concorrentes) é que estão há bastante tempo no mercado e são bem localizadas. Ponto fraco é que quando necessitam de adquirir esses artigos, os clientes precisam se deslocar para efetuarem suas compras.

Os pontos fortes da empresa Sonho Meu artigos Religiosos e Disk Mensagens são: atendimento especializado, será única loja, (nesse ramo) que venderá muitos artigos religiosos e com disk mensagens, preços acessíveis, produtos de qualidade e melhor forma de pagamento.

O Ponto fraco da empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens, em relação à concorrência será a inexperiência nesse ramo, porém, as empreendedoras tem experiência como vendedoras, e os demais concorrentes, já estão no mercado há bastante tempo, porém ainda assim a empresa poderá concorrer, isso mostra o estudo realizado.

5.5 Estudo dos Fornecedores

Após a pesquisa realizada sobre os fornecedores que trabalham na região, em relação aos possíveis fornecedores da Empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e disk Mensagens, alguns possuem pontos negativos: com pequeno prazo para pagamento e altos preços em suas mercadorias.

Assim foi feita uma análise e foram identificados os seguintes fornecedores:

- Michael (Belo Horizonte);
- Aliança (São Paulo);
- Tagima (São Paulo) e

- MW Instrumentos (Distrito Federal).

O fornecedor que mais se destacou foi MW Instrumentos, que está localizado no Distrito Federal, disponibilizará todos artigos para a montagem da Empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagem com produtos de alta qualidade, melhores preços, condições de pagamento, e entrega rápida.

Tabela 03- Estudo dos fornecedores

Fornecedores	Michael	Aliança	Tagima	MW Instrumentos
Localidade	Belo Horizonte	São Paulo	São Paulo	Brasília D.F
Entrevistado	Maria	Carlos	João	Antônio
Cargo	Vendedora	Vendedor	Vendedor	Vendedor
Produto	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente
Qualidade	Excelente	Excelente	Excelente	Excelente
Porte	Médio	Médio	Médio	Médio
Prazo de entrega	7 dias	6 dias	6 dias	5 dias
Condições de pagamento	30 dias	45 dias	30 dias	30/ 60/ 90 dias
Pontos positivos	Qualidade	Organização	Qualidade	Qualidade e organização
Pontos negativos	Prazo para pagamento	Prazo para pagamento	Prazo para pagamento	Prazo para pagamento

Fonte: Dados da pesquisa, 2008

Adaptação da própria autora

5.6 Estratégias Promocionais

Há um fator de suma importância para uma empresa que almeja alcançar seus objetivos, é monitorar continuamente as estratégias de seus concorrentes, pois, concorrentes engenhosos revêem suas estratégias constantemente.

A Empresa Sonho Meu usará de vários meios para divulgar seus produtos, dentre eles: propaganda em rádios, na qual alcançará as regiões mais próximas, descontos em compras acima de determinado valor, ou descontos nos produtos com preços mais elevados, brindes, propagandas em carros de som, buscando com isso chamar a atenção dos clientes e participação em feiras e eventos, procurando se instalar no mercado e divulgar seus produtos. Espera-se com essas estratégias que a Empresa Sonho meu artigos religiosos e disk mensagens, conquiste seu espaço no mercado e alcance seus objetivos, com resultados positivos e maior número possível de consumidores.

5.7 Estrutura de Comercialização

Os clientes irão adquirir os produtos pessoalmente, através de duas vendedoras, (as sócias empreendedoras), pois, sendo a empresa pequena, não há necessidade de outros funcionários. As vendedoras possuem treinamentos em vendas e atendimento ao público, o que levará a empresa a oferecer um atendimento diferenciado. A Empresa tem como prioridade um atendimento qualificado.

5.7.1 O Mercado de dados estatísticos

O mercado de vendas é favorável na cidade de Nova Glória, por ser uma cidade que possui muitos religiosos e muitas denominações. A cidade de Nova Glória conta com (14) quatorze igrejas, um número bom de congregações, por ser uma cidade pequena, Nova Glória é chamada de cidade de Cristo, por ter muitos religiosos, é um fator positivo para as futuras empreendedoras, uma chance maior de sucesso. A empresa pretende suprir as necessidades desses clientes, essa carência em atendimento e artigos religiosos, e assim expandir-se para todo o Vale de São Patrício, conquistando seu espaço.

Em relação ao mercado consumidor, acredita-se que tende a ser crescente, pois, como já fora dito, não há empresa desse ramo, na cidade de Nova Glória. Sua clientela será bastante diversificada, não se restringindo as classes sociais ou a faixa etária, terão atendimento e produtos de qualidade com maior conforto e comodidade. A Empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens, vem de encontro para suprir as necessidades e desejos dos clientes.

6 PLANO OPERACIONAL

6.1 Localização do Negócio

A empresa será implantada na zona urbana, na Avenida Bernardo Sayão, nº 20 – centro, Nova Glória-GO, na qual servirá para cumprir com suas finalidades.

A área a ser ocupada pela empresa Sonho Meu Artigos religiosos e Disk Mensagens será de fácil acesso para funcionários, fornecedores e acima de tudo aos clientes.

A empresa não terá inicialmente sede própria. Será uma área bem viável, pois, será instalada em uma área própria para comércio, na qual levará conforto e comodidade aos seus clientes em um ambiente bem higiênico.

A mesma necessitará de serviços públicos, como: telefone, água, e eletricidade. Outro fator de extrema necessidade será o cuidado em ter-se-á o alvará, licença necessária para o seu devido funcionamento, para que a mesma não sofra nenhuma punição por não cumprir com normas legais.

6.2 Layout

A empresa será implantada em uma área pequena, porém o suficiente para que suas mercadorias fiquem organizadas, contará com alguns equipamentos: mesa, computador, cadeiras, vitrines, para demonstração dos artigos, balcão, e um carro com som para as atividades de disk mensagens, ou seja, mensagens ao vivo.

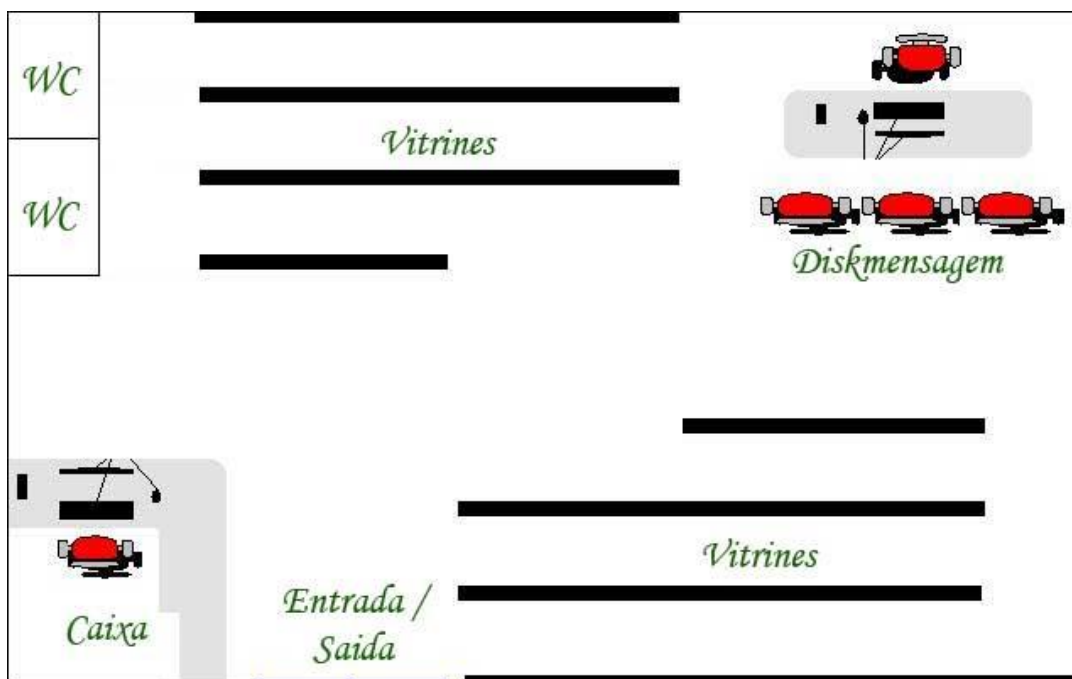


Figura 01:Layout

Fonte: Dados da pesquisa, 2008

Adaptação da própria autora

6.3 Capacidade Comercial

A empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens revenderá e prestará serviços.

Calcula-se uma média de 600 clientes ao mês, ou seja, a empresa atenderá cerca de 25 clientes ao dia, pois, não terá funcionamento aos domingos, o que ocasiona uma redução de trabalhos diários, menos dias de trabalho no mês. A empresa contará com duas funcionárias, as próprias empreendedoras e suas vendas serão realizadas via balcão, através das sócias, de forma bem simples, não haverá funcionários na empresa, até que a mesma se estabilize no mercado. O espaço físico da loja será pequeno, porém bem organizado. Os artigos estarão expostos nas vitrines e o cliente escolherá seu produto e dirigir-se-á ao balcão para efetuar o pagamento. Haverá um espaço reservado para que os clientes possam ouvir e escolher suas mensagens. A empresa necessitará de um som automotivo para prestar serviços, nesse caso, para dar seguimento ao Disk Mensagens.

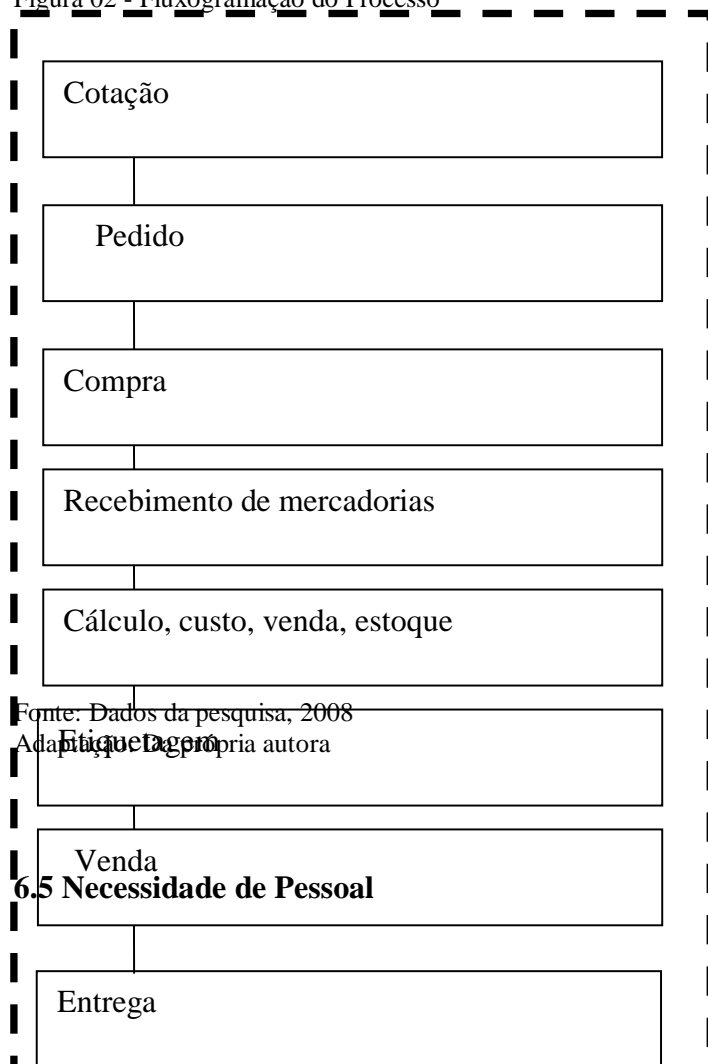
A empresa terá uma jornada de trabalho convencional para execução de tais serviços, as entregas serão efetuadas no mesmo local do pedido do cliente. Esses artigos poderão ser comercializados a qualquer época, porém com maior procura nas datas comemorativas.

6.4 Processos de Comercialização

Os artigos serão comercializados por meio das empreendedoras e por telefone, e suas atividades se resumem em:

- 1- Verificação de reposição de estoque, ou encomendas de clientes;
- 2- Pedido ao fornecedor por meio de telefone ou contato via internet;
- 3-Conferência das notas fiscais e Recebimento da mercadoria pelo funcionário responsável;
- 4- Cálculo de custo, rateio de custos, estipulação da margem de lucro e etiquetamento;
- 5- Entrada no controle de estoque, realizando os devidos lançamentos no software específico para facilitar o gerenciamento;
- 6- Efetuação das vendas, por meio do fluxo de clientes na empresa, e ou pedidos por vários canais, captados pelos vendedores;
- 7- Entrega das mercadorias pelas empreendedoras ou por outras formas;
- 8- Recebimento e Entrada no caixa pelo pelas empreendedoras ou sócias responsáveis;
- 9- Efetuação da saída no controle de estoques por meio de software específico;

Figura 02 - Fluxograma do Processo



De acordo com as projeções, a empresa terá duas (2) atendentes, que serão as sócias empreendedoras, ambas cuidarão dos negócios, será observado o movimento de pessoas e de acordo com as necessidades pode-se ter uma terceira pessoa para auxiliar. Suas vendas serão realizadas à vista e à prazo. Os clientes terão oportunidade e tempo para quitar seus débitos.

7 PLANO FINANCEIRO

7.1 Estimativa do Investimento Total

O valor total a ser investido na empresa será de R\$ 67.225,00 para que a mesma possa iniciar suas atividades, na qual seu investimento total é formado pelos investimentos fixos, investimentos financeiros e investimentos pré-operacionais.

7.1.1 Estimativas dos investimentos fixos

Aqui estão relacionados os valores que serão investidos para implantação da empresa Sonho Meu Artigos Religiosos e Disk Mensagens, sendo eles:

Instalações, móveis e utensílios, materiais e equipamentos de informática.

Tabela 04 - Estimativas dos Investimentos Fixos

Qte	Descrição	Valor Unitário R\$	Valor Total R\$
08	Vitrines	390,00	1.950,00
01	Balcão de Caixa	565	565,00
05	Cadeiras	105	525,00
02	Cestos de lixo	10	20,00
03	Bombonieres com balas, biscoitos e bombons	20	60,00
01	Garrafa térmica	20	20,00
01	Telefone sem fio	70	70,00
01	Mesas para Escritório	200	200,00
01	Computador	1.000,00	1.000,00
60	Cd's	10,00	600,00
01	Som para carro	3.000,00	3.000,00
01	Veículo	30.000,00	30.000,00
	Outros artigos		600,00
	Total		38.610,00

Fonte: Dados da Pesquisa, 2008

Adaptação: Da própria autora, 2008

7.1.2 Estimativa do investimento financeiro

Será incluído nos investimentos financeiros, estoque inicial e reserva de caixa.

O estoque inicial é composto pelas mercadorias que serão revendidas, que será no valor de R\$ 4.420,00 e terá em média 460 itens de artigos para revenda.

A reserva de caixa será de R\$ 11.000,00, portanto, este será o valor da reserva de caixa que a empresa precisará para cobrir os custos e eventualidades necessárias.

Tabela 05- Estimativas do investimento financeiro

Investimentos Financeiros	Total
A - Estoque Inicial	R\$ 4.420,00
B – Reserva de caixa	R\$ 11.000,00
Total (A+B)	R\$ 15.420,00

Custos variáveis	Média mensal (quantidade)	Valor unitário	Valor mensal R\$	Valor anual R\$
Bíblias	60	20,00	1.200,00	14.400,00
Livros	60	20,00	1.200,00	14.400,00
Cd's	60	10,00	600,00	7.200,00
Dvd's	60	12,00	720,00	8.640,00
Chaveiros	40	2,50	100,00	1.200,00
Marca páginas	100	0,80	80,00	960,00
Mensagens ao vivo	50	5,00	250,00	3.000,00
Mensagens fonadas	30	3,00	90,00	1.080,00
Telefone			180,00	2.160,00
Total	460		4.420,00	53.040,00

Fonte: Dados da Pesquisa, 2008

Adaptação: Da própria autora, 2008

7.1.3 Estimativas dos investimentos pré-operacionais

Para os negócios da empresa, será reservado o valor de R\$ 10.000,00 para cobrir os custos, até que as contas a receber comecem a entrar no caixa, que serão despesas: de legalização, divulgação, cursos, treinamentos e outras despesas.

Tabela 06 - Estimativas de investimentos pré-operacionais

Investimentos Pré-Operacionais	Total
Despesas de legalização	R\$ 500,00
Divulgação	R\$ 2.000,00
Reformas	R\$ 4.000,00
Cursos e treinamentos	R\$ 2.500,00
Outras despesas	R\$ 1.000,00
Total	R\$ 10.000,00

Fonte: Dados da Pesquisa, 2008

Adaptação: Da própria autora, 2008

Tabela 07 - Estimativas do investimento total

Descrição	Total R\$
1. Estimativa dos investimentos fixos	38.610,00
2. Estimativa dos investimentos financeiros	15.420,00
3. Estimativa dos investimentos pré-operacionais	10.000,00
Total (1+2+3)	64.030,00

Fonte: Dados da Pesquisa, 2008

Adaptação: Da própria autora, 2008

7.2 Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa

Prevê-se um faturamento mensal, de acordo com preços de vendas depois que a mesma estiver estabilizada no mercado para os próximos 12 (doze) meses, provavelmente de R\$ 113.030,00 havendo, portanto, variações, devido à sazonalidade. Assim, prevê-se para os primeiros doze meses, um faturamento de:

Tabela 08 - Estimativas do faturamento mensal da empresa.

Mês	FATURAMENTO MENSAL
1	8.900,00
2	8.900,00
3	8.900,00
4	8.900,00
5	10.680,00
6	10.680,00
7	8.900,00
8	10.235,00
9	8.900,00
10	8.900,00
11	8.900,00
12	10.235,00
Total anual	113.030,00

Fonte: Dados da Pesquisa, 2008
Adaptação: Da própria autora, 2008

Tabela 09 - Estimativas do faturamento mensal da empresa

Custos variáveis	Média mensal (quantidade)	Valor unitário	Valor mensal R\$	Valor anual R\$
Bíblias	60	40	2.400,00	28.800,00
Livros	60	40	2.400,00	28.800,00
Cd's	60	20	1.200,00	14.400,00
Dvd's	60	25	1.500,00	18.000,00
Chaveiros	40	5	200,00	2.400,00
Marca páginas	100	1,6	160,00	1.920,00
Mensagens ao vivo	10	50	500,00	6.000,00
Mensagens fonadas	30	6	180,00	2.160,00
Telefone			360,00	4.320,00
Total	420		8.900,00	106.800,00

Fonte: Dados da Pesquisa, 2008
Adaptação: Da própria autora, 2008

Vale lembrar que a empresa venderá em média R\$ 8.900,00 mensais, exceto nos meses de sazonalidade. Como mostra a tabela acima. Esse aumento será devido às datas comemorativas, como: mês de maio, comemoração do dia das mães, junho, dia dos namorados, agosto, dia dos pais, e dezembro natal.

A empresa trabalhará em parceria com os líderes das igrejas para fazer um trabalho religioso na cidade incentivando os mesmos, que também irão incentivar seus membros a participarem, e eventualmente terá promoção, também com descontos, o que levará a empresa a faturar mais e assim atingir sua meta. Veja abaixo a previsão de aumento nas vendas.

- Mês 05- dia das mães- 20%
- Mês 06- dia dos namorados- 20%
- Mês 08- dia dos pais- 15%
- Mês 12- natal-15%

7.3 Estimativa dos Custos de Comercialização

Como as vendas anuais serão estimadas a **113.030,00** a alíquota do imposto será de 4%.

De acordo com o futuro contador da empresa, a alíquota será no valor de 4% . Assim, os custos com comercialização serão os seguintes:

Tabela 10 – Estimativa dos custos com comercialização

Descrição	Total
Receita anual	113.030,00
Alíquota Simples Nacional	4%
Valor Simples Anual	4.521,20

Fonte: Dados da Pesquisa, 2008
Adaptação: Da própria autora, 2008

7.4 Estimativa dos Custos com Mão-de-Obra

Haverá de início apenas as duas (2) empreendedoras, (as próprias sócias) para execução da mesma, porém, quando a empresa estiver estabilizada provavelmente serão contratados novos funcionários.

Tabela 11 – Estimativas dos custos com mão de obra

Discriminação de cargos	Qtde.	Salário base		Total Anual
		Unitário / Mês	Total Mensal	
Pró-labore	2	R\$ 1.200,00	R\$ 2.400,00	28.800,00
INSS Pró-labore	11%	R\$ 132,00	R\$ 1.584,00	19.008,00
TOTAL			R\$ 2.664,00	47.808,00

Fonte: Dados da Pesquisa, 2008

Adaptação: Da própria autora

A empresa terá um custo de pessoal de acordo com pró-labore no valor de 2.664,00 mensais.

7.5 Estimativa dos Custos com Depreciação

As ferramentas e equipamentos vão se desgastando com o passar dos anos, é necessário sua reposição.

Tabela 12 – Estimativas dos custos com depreciação

Itens	Valor R\$	Vida Útil – Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal R\$
Computador	1.000,00	3	333,33	27,78
Móveis	3.240,00	10	324,00	27,00
Utensílios	4.565,00	3	1521,67	126,81
Veículo	30.000,00	5	6000,00	500,00
Som p veículo	3.000,00	3	1000,00	83,33
Total R\$	41.805,00		9.179,00	764,92

Fonte: Dados da Pesquisa, 2008

Adaptação: Da própria autora

7.6 Estimativa dos Custos e Despesas Mensais

Abaixo na tabela a seguir há relação dos custos e despesas da empresa, que são fatores que não se alteram em função da quantidade vendida.

Tabela 13 – Estimativas do custo fixos

Descrição	Média Mensal	Média Anual
Pró-labore	2.400,00	28.800,00
Encargos	264,00	3.168,00
Depreciação	790,08	9.480,91
Aluguel	415,00	4.980,00
Combustível	50,00	600,00
Total	3.919,08	47.028,91

Fonte: Dados da Pesquisa, 2008

Adaptação: Da própria autora

Tabela 14– Estimativas dos Custos Variáveis

Custos variáveis	Valor mensal R\$	Valor anual R\$
Bíblias	1.000,00	12.000,00
Livros	600,00	7.200,00
Cd's	500,00	6.000,00
Dvd's	600,00	7.200,00
Chaveiros	75,00	900,00
Marca páginas	72,00	864,00
Mensagens ao vivo	200,00	2.400,00
Mensagens fonadas	60,00	720,00
Telefone	150,00	1.800,00
Total	3.257,00	39.084,00

Fonte: Pesquisa, 2008

Adaptação da própria autora

Tabela 15 – Estimativas das Despesas

Despesas	Média Mensal R\$	Média Anual
Água	60,00	720,00
Energia elétrica	120,00	1.440,00
Honorários do contador	100,00	1.200,00
Material de expediente	30,00	360,00
Propaganda	300,00	3.600,00
Total	3.536,75	7.320,00

Fonte: Pesquisa, 2008

Adaptação da própria autora

7.7 Apuração dos Custos com Mercadorias Vendidas

O CMV foi calculado de acordo com o número de mercadorias vendidas. Assim, foi estimado um valor de **86.112,91**.

CMV = (soma custos fixos+ custos variáveis) = valor anual, que deverá demonstrar:

Tabela 16 – Apuração dos Custos e Mercadorias Vendidas

Mês	Custos Variáveis	Custo Fixo	CMV
1	R\$ 3.257,00	R\$ 3.919,08	R\$ 7.176,08
2	R\$ 3.257,00	R\$ 3.919,08	R\$ 7.176,08
3	R\$ 3.257,00	R\$ 3.919,08	R\$ 7.176,08
4	R\$ 3.257,00	R\$ 3.919,08	R\$ 7.176,08
5	R\$ 3.257,00	R\$ 3.919,08	R\$ 7.176,08
6	R\$ 3.257,00	R\$ 3.919,08	R\$ 7.176,08
7	R\$ 3.257,00	R\$ 3.919,08	R\$ 7.176,08
8	R\$ 3.257,00	R\$ 3.919,08	R\$ 7.176,08
9	R\$ 3.257,00	R\$ 3.919,08	R\$ 7.176,08
10	R\$ 3.257,00	R\$ 3.919,08	R\$ 7.176,08
11	R\$ 3.257,00	R\$ 3.919,08	R\$ 7.176,08
12	R\$ 3.257,00	R\$ 3.919,08	R\$ 7.176,08
Total			R\$ 86.112,91

Fonte: Pesquisa, 2008

Adaptação da própria autora

7.8 Demonstrativo do Resultado

Será calculado abaixo a previsão do resultado da empresa e seus índices.

Tabela 17 – Demonstrativo de resultados

Descrição	Anual	%
RECEITA BRUTA COM VENDAS	113.030,00	100
(-) Simples 4%	4.521,20	4
(=) RECEITA LÍQUIDA COM VENDAS	108.508,80	96
(-) Custos das mercadorias vendidas	86.112,91	76
(=) RESULTADO OPERACIONAL BRUTO	22.395,89	20
(-) Despesas	7.320,00	6
LUCRO	15.075,89	13

Fonte: Dados da pesquisa, 2008-

Adaptação da própria autora, 2008

7.9 Indicadores de Viabilidade

7.9.1 Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio representa o quanto a empresa irá faturar para pagar todos os seus custos em um determinado período. Será calculado com base no custo fixo e no índice de margem de contribuição.

$$\text{PE faturamento} = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Índice da Margem de Contribuição}}$$

$$\text{PE faturamento} = \frac{47.028,91}{0,20}$$

$$\text{PE faturamento} = 23.514,45$$

Isso significa que a empresa precisará vender anualmente R\$ 23.514,45 para cobrir todos os seus custos e assim, atingir seu ponto de equilíbrio.

7.9.2 Lucratividade

A lucratividade é o indicador que mede o lucro líquido em relação as vendas. Assim, ele será calculado com base no lucro líquido e na receita total.

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Receita total}} \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = \frac{15.075,89}{113.030,00} \times 100 = 13,34\% \text{ a.a}$$

Isso quer dizer que sob os R\$ 113.030,00 sobrarão R\$ 13.000,00, o que indica uma lucratividade de 13% ao ano.

7.9.3 Rentabilidade

A rentabilidade mede o retorno do capital investido aos sócios. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo e é calculado através da divisão do lucro líquido pelo investimento total.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento total}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{15.075,89}{64.030,00} \times 100 = 23,55\% \text{ a.a}$$

7.9.4 Prazo de retorno do investimento

O prazo de retorno indica o prazo necessário para que o empreendedor recupere o que foi investido no negócio.

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento total}}$$

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{15.075,89}{64.030,00} = 02 \text{ anos e } 04 \text{ meses}$$

Isso significa que 02 anos e 04 meses após o início das atividades, o empreendedor terá recuperado sob a forma de lucro tudo o que gastou com a montagem do negócio.

Discriminação	PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA					
	Projeção Anual					
	Ano 0	Ano 01	Ano 02	Ano 03	Ano 04	Ano 05
1 - Investimento Total	-64.030,00					
2 - Receitas Totais		113.030,00	116.420,90	119.913,53	123.510,93	127.216,26
3 - Saídas Totais		93.432,91	95.768,73	98.162,95	100.617,03	103.132,45
3.1 Custos Fixos		47.028,91	48.204,63	49.409,75	50.644,99	51.911,12
3.1.1 Pró-labore		28.800,00	29.520,00	30.258,00	31.014,45	31.789,81
3.1.3 Encargos		3.168,00	3.247,20	3.328,38	3.411,59	3.496,88
3.1.4 Aluguel		4.980,00	5.104,50	5.232,11	5.362,92	5.496,99
3.1.5 Depreciação		9.480,91	9.717,93	9.960,88	10.209,91	10.465,15
3.1.6 Combustível		600,00	615,00	630,38	646,13	662,29
3.2 Custos variáveis		39.084,00	40.061,10	41.062,63	42.089,19	43.141,42
3.2.1 Bíblias		12.000,00	12.300,00	12.607,50	12.922,69	13.245,75
3.2.2 Livros		7.200,00	7.380,00	7.564,50	7.753,61	7.947,45
3.3.3 Cd's		6.000,00	6.150,00	6.303,75	6.461,34	6.622,88
3.3.4 Dvd's		7.200,00	7.380,00	7.564,50	7.753,61	7.947,45
3.3.5 Chaveiros		900,00	922,50	945,56	969,20	993,43
3.3.6 Marca páginas		864,00	885,60	907,74	930,43	953,69
3.3.7 Mensagens ao vivo		2.400,00	2.460,00	2.521,50	2.584,54	2.649,15
3.3.8 Mensagens fonadas		720,00	738,00	756,45	775,36	794,75
3.3.9 Telefone		1.800,00	1.845,00	1.891,13	1.938,40	1.986,86
3.3 Despesas Fixas		7.320,00	7.503,00	7.690,58	7.882,84	8.079,91
3.3.1 Água		720,00	738,00	756,45	775,36	794,75

3.3.2 Energia Elétrica		1.440,00	1.476,00	1.512,90	1.550,72	1.589,49
3.3.3 Honorários do Contador		1.200,00	1.230,00	1.260,75	1.292,27	1.324,58
3.3.4 Material de Expediente		360,00	369,00	378,23	387,68	397,37
3.3.5 Propaganda		3.600,00	3.690,00	3.782,25	3.876,81	3.973,73
4. Remuneracao e Juros do Capital		2.016,75	2.016,75	2.016,75	2.016,75	2.016,75
5- Lucro Tributável (2-3-3.1.5-4)		17.580,34	18.635,42	19.733,82	20.877,16	22.067,06
6- TRIBUTAÇÃO SIMPLES (7,54%)		4.521,20	4.656,84	4.796,54	6.756,05	6.958,73
7- Dividendos Obrigatórios		0	0	0	0	0
8- Imposto de Renda - IR		0	0	0	0	0
9 - Disponibilidades (5-6) + 3.1.5		22.540,05	23.696,51	24.898,17	24.331,01	25.573,48
10- Reposição do financiamento			16.007,50	16.007,50	16.007,50	16.007,50
10 - Superávit/(Déficit) (9)		22.540,05	23.696,51	24.898,17	24.331,01	25.573,48
11 – Acumulado	-64.030,00	-41.489,95	-17.793,44	7.104,73	31.435,74	57.009,22

Fonte: Dados da pesquisa, 2008
Adaptação da própria autora, 2008

7.9.5 Taxa Mínima de Atratividade (TMA)

A TMA é uma taxa que é definida de acordo com cada ramo de atividade. Não há um valor estipulado para esse tipo de negócio, assim, a TMA será definida de acordo com a Taxa de Celic.

A Celic é uma taxa divulgada pelo Comitê de Política Monetária (COPOM), sendo essa taxa num valor de **13,75%** ao ano.

7.9.6 Taxa Interna de Retorno (TIR)

A TIR corresponde ao cálculo da taxa de desconto com base no fluxo de caixa, aplicando as entradas e saídas de caixa, igual o fluxo a zero.

De acordo com os cálculos feitos pela calculadora HP 12 C, verificou-se a seguinte taxa de retorno:

$$\text{TIR} = \mathbf{25,19\%}$$

7.9.7 Valor Presente Líquido (VPL)

O VPL é uma técnica de análise de orçamentos de capital. Para se calcular, basta subtrair o investimento inicial das entradas a uma entrada igual ao custo de capital da empresa.

Assim, de acordo com cálculos obtidos pela calculadora financeira, o resultado do VPL é o seguinte:

$$\text{VPL} = \mathbf{57.009,22}$$

7.9.7.1 Valor Presente Líquido (descontado)

De acordo com os cálculos feitos pela calculadora HP 12 C, tem-se o seguinte resultado:

$$\text{VPL} = \mathbf{18.990,00}$$

8 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

O Plano de Negócio é uma ferramenta essencial para todo empreendedor, pois, ele possui informações que dão suporte para o empreendimento e conseqüentemente, terão nele contidas as informações necessárias para levar a empresa a alcançar suas metas e objetivos, sendo assim, a mesma poderá chegar ao sucesso.

A avaliação do plano pôde ser efetuada de maneira geral, reunindo-se todas as informações e fazendo que desta forma as empreendedoras tivessem acesso a informações que não imaginavam que seriam necessárias para a abertura da empresa.

O plano de marketing proporcionou ao futuro empreendedor identificar o perfil dos futuros clientes, fazendo com que o público alvo fosse identificado. Através do plano de marketing foi identificadas informações importantes relacionadas aos concorrentes e fornecedores, e assim analisando os concorrentes, é possível identificar falhas, e assim não cometê-las, e através do estudo dos fornecedores, é possível verificar o melhor preço, melhores condições de pagamento e melhor prazo de entrega.

Através do estudo do plano operacional, foi possível desenvolver o melhor local para abertura da empresa, bem como, o layout do empreendimento, o número de clientes que a empresa atenderá ao mês, e como será a comercialização desses artigos.

Através do plano de marketing foi possível especificar algumas estratégias que a empresa necessita para atingir seu objetivo.

De acordo com os dados e informações do plano financeiro que estabeleceu alguns indicadores, a empresa terá um lucro de R\$ 13.000,00, o que indica uma lucratividade de 13% ao ano, a rentabilidade que mede o retorno de capital investido aos sócios, que será em média 23,55% a.a, e o prazo de retorno do investimento possivelmente será de 02 anos e 04 meses.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É essencial desenvolver estudos que permitam acompanhar constantemente as transformações atuais, estudos que favorecem o empreendedor e servem de suporte para a tomada de decisão.

Algumas barreiras foram encontradas no decorrer deste trabalho, ou seja, para a elaboração deste plano, uma delas, foi obter informações sobre os concorrentes, porém com as informações administrativas dessas empresas estudadas, serviu de suporte para que este trabalho fosse realizado, portanto, grandes avanços e conhecimentos com este estudo foram proporcionados.

As expectativas com esse trabalho foram atendidas, pois, foi possível concluir a viabilidade do investimento. Assim, antes de iniciar o empreendimento, o futuro empreendedor poderá identificar as vantagens e talvez possíveis desvantagens e ainda corrigir, se necessário, sem obter algum prejuízo.

Para os futuros trabalhos, sugiram que se faça um estudo detalhado de cada informação e que principalmente comecem a desenvolvê-lo a um maior tempo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARANTES, Nélio. **Sistemas de gestão empresarial**: conceitos permanentes na administração de empresas validas. São Paulo. Atlas, 1994.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de plano de negócios**: fundamentos, processos e estruturação. São Paulo: Atlas, 2007.

BOFF, Leonardo. **A Águia e a galinha**: uma metáfora da condição humana. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

CASAROTTO FILHO, Nelson. **Análise de investimentos**: matemática financeira, engenharia econômica, tomada de decisão, estratégia empresarial. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de empresas**: uma abordagem contingencial. São Paulo: Mc Graw-Hill, 1989.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004.

_____. _____. São Paulo: Saraiva, 2005.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. 6 ed. São Paulo: cultura, 1999.

DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 2 ed. Rio de Janeiro: campus, 2005.

DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor fundamentos da iniciativa empresarial**: guia para montar seu negócio, vencer as dificuldades e administrar os riscos. São Paulo: Mc Graw - Hill, 1989.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: A edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000.

LACHTERMACHER, Gerson. **Pesquisa operacional na tomada de decisões**: modelagem em Excel. 2. ed. Rio de Janeiro: 2004

MAÑAS, Antonio Vico. **Gestão de tecnologia e inovação**. 4. ed. São Paulo: Érica, 2001.

MINTZBERG, Henry. **Criando organizações eficazes**: estruturas em cinco configurações. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

POLO, Edison Fernandes. **Engenharia das operações financeiras**: 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

RENISK, Paul. **A Bíblia da pequena empresa**: como iniciar com segurança uma pequena empresa e ser muito bem sucedido. São Paulo: Mc Graw-Hill, 1990.

ANEXO

DOCUMENTAÇÃO DE APOIO

A seguir, serão demonstradas algumas figuras de alguns dos produtos que serão comercializados.

Figura 03- Bíblia do estatuto da mulher



Bíblia de Estudo da Mulher – Carolyn Nystrom

É a primeira Bíblia publicada no Brasil, direcionada ao público feminino. A Palavra de Deus é para todos, mas a Bíblia de Estudo da Mulher é essencial. A partir de entrevistas e vários anos de pesquisas, sete temas importantes se destacaram e mais de uma centena de perguntas foram selecionadas. Cerca de quatrocentas passagens bíblicas que tratam dessas questões comuns foram incluídas. Versículos que valem à pena serem lembrados e memorizados também foram escolhidos e frases sobre mulheres conhecidas inseridas no meio do texto bíblico.

Figura 04- Bíblia do adolescente



Bíblia do Adolescente Aplicação Pessoal

Uma nova concepção em Bíblia de Estudo para Adolescentes! Além do texto bíblico, ela vem com histórias diversas e seções que falam na linguagem do adolescente. Fácil de entender as verdades sobre Deus.



DECLARAÇÃO

Eu, CÉLIA ROMANO DO AMARAL MARIANO, RG nº 5.714.022-4, formada em Biblioteconomia pela Faculdade de Sociologia e Política da USP com diploma registrado no MEC, inscrita no CONSELHO REGIONAL DE BIBLIOTECONOMIA – CRB/1-1528, DECLARO para os devidos fins acadêmicos que fiz a revisão das citações e referências bibliográficas da monografia de conclusão de **ELENITA REJANE JESUS DOS SANTOS** do Curso de Administração de Empresas da Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER.

Rubiataba, 30 de janeiro de 2009

Célia Romano do Amaral Mariano

Biblioteconomista – FACER

CRB/1- 1528