

# **ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICA FINANCEIRA: UM PLANO DE NEGÓCIO PARA IMPLANTAÇÃO DE LOJA MODELO NO MERCADO DE PISCINAS DE FIBRA DE VIDRO**

Filipe Cunha Pereira<sup>1</sup>  
Márcio Carvalho de Brito<sup>2</sup>

## **RESUMO**

A análise pretende demonstrar a viabilidade do projeto de implantação de loja modelo no segmento de piscinas de fibra de vidro, com base em um plano de negócios que tem por seu principal objetivo mostrar sua importância no mercado, diminuindo assim, o risco do negócio. A estrutura contempla os seguintes aspectos: explorar o histórico da empresa, apresentar sua atividade econômica e sua viabilidade financeira baseada em uma estabilidade comercial no mercado e analisar os pontos fortes e fracos através do plano de negócios. A metodologia da pesquisa aplicada para a elaboração do artigo baseou-se no referencial bibliográfico e documentos obtidos na própria empresa com a assessoria contábil, permitindo assim que o artigo obtivesse sustentação teórica e mercadológica, oferecendo condições para apresentar resultados relevantes que demonstram a viabilidade do plano de negócios. Por fim, o estudo mostra os aspectos que envolvem o mercado e o plano financeiro para a execução do projeto, depreendendo-se a viabilidade do plano frente ao mercado, elemento este que comprova a percepção dos empreendedores em questão.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Plano de negócios, Piscinas de fibra de vidro.

## **ABSTRACT**

The analysis intends to demonstrate the feasibility of the project of implantation of model store in the segment of fiberglass pools, based on a business plan whose main objective is to show its importance in the market, thus reducing business risk. The structure includes the following aspects: exploring the history of the company, presenting its economic activity and its financial viability based on a commercial stability in the market and analyzing the strengths and weaknesses through the business plan. The methodology of the research applied to the elaboration of the article was based on the bibliographical reference and documents obtained in the company itself with the accounting advice, thus allowing the article to obtain theoretical and market support, offering conditions to present relevant results that demonstrate the feasibility of the plan of business. Finally, the study shows the aspects that involve the market and the financial plan for the execution of the project, evidencing the viability of the plan in front of the market, which proves the perception of the entrepreneurs in question.

**Keywords:** Entrepreneurship, Business plan, Fiberglass pools.

<sup>1</sup> Pós-Graduando em Gestão Fiscal e Tributária. E-mail: filipe\_pereira\_2@hotmail.com

<sup>2</sup> Profº Orientador do Curso de Pós-Graduação em Gestão Estratégica de Negócios. Email: marcio@unim.edu.br

## 1 INTRODUÇÃO

O cenário econômico atual nos mostra a todo instante que a abertura de empresas e negócios precisa de gestores preparados em conhecimentos, habilidades e atitudes, principalmente do setor financeiro da empresa. De acordo com o manual desenvolvido pelo SEBRAE em 2014, nomeado “Como Elaborar um Plano de Negócios”, é importante saber identificar as oportunidades para o empreendedorismo, para sobrevivência e desenvolvimento com sucesso, em qualquer segmento. Possuindo assim, o papel de inovar e oferecer o melhor serviço, procurando sempre satisfazer as necessidades dos seus clientes. Por fim, o empreendedor precisa possuir um bom conhecimento do mercado em que atua, com grande percepção da sua clientela potencial, bem como de seus hábitos e costumes, para identificar os produtos que esta deseja comprar.

Ainda segundo o SEBRAE (2014), o planejamento inicial é fundamental para garantir a sobrevivência da empresa. Aquela que se prepara tem uma chance em quatro de sobreviver aos primeiros anos enquanto aquela que não se prepara tem uma chance em cinco. Os principais fatores que levam a empresa a falência é que a maioria dos empreendedores que abrem a primeira empresa tem conhecimento técnico, mas não sabem gerenciar e não tem contato com o mercado no qual vão atuar, esquecem de ter um capital de giro para a empresa começar, confundindo o dinheiro pessoal com o da empresa. Fazem também uma divulgação e ações de marketing de maneira ineficiente, comprometendo a visualização da entidade.

Ao ingressar no mundo empresarial, é importante ressaltar que existem pressões competitivas, isso faz com que o empreendedor necessite desenvolver desde a implantação da empresa mecanismos estratégicos para a sobrevivência do negócio. Todos os anos são criados no Brasil cerca de 1,2 milhão de novos empreendimentos, sendo 99% deles micro e pequenas empresas, de acordo com dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2014). No entanto, um em cada quatro novos negócios não sobrevivem aos primeiros dois anos de atividade. Entre os principais motivos dessa alta mortalidade estão a falta de capital de giro, endividamento, despreparo na gestão do negócio e desconhecimento do mercado. Se levarmos em conta que as micro e pequenas empresas, estas que representam 99% do total das 5,5 milhões de empresas que existem no país e empregam um contingente de 26 milhões de trabalhadores, estamos falando de 56% da força de trabalho do Brasil.

Percebe-se a importância em diminuir a mortalidade das PME's (Pequenas e Médias Empresas).

Estes fenômenos descritos vem solidificar a importância do empreendedor e do empresário se aprimorarem nos processos de gestão e, principalmente, de uma visão antecipada das condições do mercado em que atuam ou em que irão se estabelecer. Para que possam tomar decisões mais objetivas e com os riscos calculados, o que demonstra a importância de superar o acaso e planejar ações. A melhor forma para se estabelecer no mercado é buscar um negócio bem organizado e ético, alicerces que respaldam a construção de um bom plano de negócio.

O plano de negócio é o instrumento ideal para traçar um retrato fiel do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor, o que propicia segurança para quem quer iniciar uma empresa com maiores condições de êxito, sendo aplicado também para a ampliação ou promoção de inovações em seu negócio. Iniciar um empreendimento sem experiência e conhecimentos exigidos, pode levar o empreendedor a falência do seu negócio. Já a busca de informações e meios para o desenvolvimento do próprio negócio pode ajudar a diminuir o risco de falência.

Nesse sentido, o plano de negócios oferece um estudo prévio que avalia as vantagens e desvantagens da abertura de um negócio e sua viabilidade no mercado. É a partir do plano que é possível antecipar dificuldades que só seriam vistas na prática, para diminuir riscos e aumentar as possibilidades de sucesso, permitir maior conhecimento do negócio, reunir, ordenar ideias e providências sobre o negócio, permitir várias simulações sem prejuízos financeiros, atrair possíveis sócios, fornecedores, estabelecer parcerias e ajuda na negociação de recursos financeiros.

A partir do que foi explanado, e juntamente com a premissa que o mercado de venda de piscinas possui uma demanda aquecida com crescimento de 10% ao ano, principalmente nas grandes cidades. Ainda, o mercado de piscinas tem uma relação direta com o mercado imobiliário, onde as casas com piscinas são mais valorizadas e o valor final de vendas dessas casas ou apartamentos com piscinas representam uma receita maior para imobiliárias, investidores e outros interessados na compra e venda de imóveis.

Sendo assim, optou-se por trabalhar o plano de negócios aplicado ao mercado de piscinas em fibra de vidro. Pois o mercado geral apresenta uma grande variedade, dentre os muitos tipos de piscinas que se podem escolher, sendo o modelo mais popular em fibra de vidro. De instalação rápida e manutenção fácil, de maneira que uma piscina em

fibra de vidro apresenta várias vantagens práticas e económicas, fornecendo condições para obter resultados contundentes no aspecto financeiro.

Diante do exposto, este artigo fornece a seguinte problemática: **“Há viabilidade econômico-financeiro para implantação de loja modelo do negócio apresentado à luz do plano de negócios?”**.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 EMPREENDEDORISMO**

O empreendedorismo é o estudo voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à criação de um projeto (técnico, científico, empresarial), tem origem no termo empreender que significa realizar, fazer ou executar.

O empreendedor é aquele que apresenta determinadas habilidades e competência para criar, abrir e gerir um negócio, gerando resultados positivos. Acredita-se que ser empreendedor é um fenômeno individual, é ter um talento que brota, e um potencial que o ser humano possui, porém necessita de algumas condições indispensáveis para gerar grandes efeitos na sociedade.

Muitas empresas ainda não entendem a necessidade de um planejamento e, por isso, acabam fechando suas portas. De acordo com Souza (2016), a grande questão é descobrir por que o empreendimento não alcança crescimento, buscando ferramentas para reverter o quadro e definindo novas estratégias. O planejamento não garante o sucesso, mas serve, principalmente, para minimizar os erros e aperfeiçoar as potencialidades e oportunidades.

Segundo Salim (2005), o plano de negócios serve para orientar o empreendedor a iniciar uma atividade econômica ou expandir o seu negócio numa tomada de decisões estratégica que minimize os riscos já identificados. Não se trata de alguma receita pronta e não garante sucesso empresarial, mas seguramente, diminui drasticamente os riscos de fracasso ou insucesso.

### **2.2 PLANO DE NEGÓCIOS**

Com o plano de negócios o empreendedor poderá analisar o mercado, comparar os negócios já existentes, quais produtos serão oferecidos, quais os gastos e investimentos que deverão ser feitos a curto, médio e longo prazo, qual a expectativa de retorno do investimento e outras variáveis envolvidas em um empreendimento.

De acordo com Dornelas (2012), o plano de negócios é um documento que serve de planejamento. O seu objetivo é estruturar as principais ideias e objetivos que se deseja atingir para um negócio. Ele define os passos necessários que para que os objetivos sejam alcançados e diminui os riscos e incertezas.

Para concretizar as ideias empreendedoras de um novo negócio ou desenvolvimento para crescimento é estritamente essencial para realização de um estudo de viabilidade do projeto. Este planejamento é um instrumento que deve estar atualizado para apresentar a realidade e basear as decisões dos gestores, sendo uma descrição da empresa que auxiliará na aquisição de financiamentos e parcerias. Através do plano de negócios é possível definir as estratégias perante o mercado e analisar o desempenho financeiro, avaliando os investimentos e retorno sobre o capital investido.

Sendo o plano de negócios, uma solução estratégica para auxiliar a concretização de uma ideia, dando segurança para a aplicação dos recursos em um investimento, permitindo o acompanhamento de todos os aspectos importantes da empresa, e segundo Hisrich (2004), é o modelo ideal para planejar o futuro da empresa.

De acordo com o SEBRAE (2014), o plano irá ajudá-lo a concluir se a ideia de negócio é viável e explorar as informações mais detalhadas sobre o seu ramo, os produtos e serviços que irá oferecer, seus clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, sobre os pontos fortes e fracos do negócio. Ao final, seu plano irá ajudá-lo a responder a seguinte pergunta: “Vale a pena abrir, manter ou ampliar o meu negócio?”.

### **2.3 PLANO OPERACIONAL**

Para a elaboração do projeto um dos aspectos mais importantes é a análise de mercado, pois ela diz respeito a que ameaças e oportunidades o setor em que a empresa irá atuar, fornecendo informações importantes do tipo: a região geográfica em que o produto poderá ser comercializado, o preço de venda que será praticado, os custos de comercialização, para uma boa tomada de decisão.

Analisar a fundo seus concorrentes, pois a empresa deve comparar constantemente seus produtos, preços, promoções com os seus concorrentes mais próximos, a fim de poder discernir os pontos de vantagens e desvantagens do seu produto. Com isso, uma boa estratégia de marketing, deve se adaptar a necessidade dos consumidores e que façam frente às estratégias dos concorrentes, visando otimizar suas potencialidades de sucesso.

De acordo com Dornelas (2013), não há um modelo padrão que defina a estrutura específica do plano de negócios, pois cada atividade possui as suas particularidades. Porém, um plano de negócios deve conter seções mínimas, para que o projeto empresarial seja atendido em sua plenitude. Estas seções deverão organizadas de forma lógica, permitindo um entendimento complexo da empresa: organização, objetivos, mercado de atuação, estratégica de marketing e financeira.

Elaborando pessoalmente o seu plano de negócio, você tem a oportunidade de preparar um plano adequado, baseado em informações que você mesmo levantou e nas quais pode depositar mais confiança. Quanto mais se conhecer sobre o mercado e sobre o ramo que pretende atuar, mais bem-feito será o plano.

Um plano de negócios é uma excelente ferramenta para testar a viabilidade de um de negócio, transmitir credibilidade, atrair recursos financeiros, apresentar a empresa para um futuro sócio, investidor ou parcerias, nortear o desenvolvimento das operações, desenvolver a equipe de gestão, aprendizagem e autoconhecimento, comunicação interna e externa.

Ainda a respeito das condições de se realizar um plano de negócios, percebe-se que de acordo com Rosa (2007): a melhor maneira de estar ciente se um projeto tem dado retorno esperado, é quantificando os valores, e avaliando periodicamente os processos. Esses indicadores devem ser explícitos. Os colaboradores devem estar cientes dos resultados alcançados. É ainda, importante que haja sinergia entre empresa e colaboradores, pois os objetivos de ambos tornam-se semelhantes, na busca de resultados.

Por isso, para entrar no ramo de revenda de piscinas de fibra de vidro é necessário conhecimento da tecnologia existente e tendências de mercado para atender aos clientes de forma mais eficaz e com maior qualidade. Uma recomendação de Bernardi (2013) é entrar no ramo acompanhado de pesquisas de mercado, o que poderá resultar na descoberta de oportunidades e planos estratégicos que determinarão quais produtos oferecer, qual tecnologia poderá ser utilizada, como também qual estrutura ideal, podendo, claro, vislumbrar um futuro para a empresa no setor, lembrando que de início a empresa deve trabalhar com suas possibilidades.

### **3 METODOLOGIA**

#### **3.1 TIPO DE PESQUISA**

O tipo de pesquisa é tido como estudo de caso, pois avalia a viabilidade da criação de uma empresa no segmento de piscinas em fibra de vidro, situada na cidade de Macaíba no estado do Rio Grande do Norte. De acordo com Severino (2011), este tipo de pesquisa é um delineamento que se preocupa com acontecimentos contemporâneos que são significativos e bem representativos.

#### **3.2 UNIVERSO E AMOSTRA**

Para este artigo inexistiu o universo e amostra por tratar-se de um estudo de caso.

#### **3.3 COLETA DE DADOS**

A coleta de dados deu-se a partir de pesquisa de campo realizada no nicho piscinas em fibra de vidro, com intuito de alimentar o banco de dados e fornecer informações necessárias para leitura dos indicadores econômico-financeiros em questão e apontar os resultados descritos no artigo. Técnica essa que de acordo com Roesch (2007) contempla com maestria as necessidades para o bom desenvolver de uma pesquisa.

#### **3.4 TRATAMENTO DOS DADOS**

Os dados foram tratados a partir da ótica de indicadores econômicos financeiros e avaliação de cenários, objetivando a fundação de uma loja modelo. Para tal, utilizou-se técnicas de análise para decisões financeiras, contemplando os dados obtidos para leitura do mercado, considerando as partes envolvidas como fornecedores, concorrência e potenciais clientes. Tal configuração permitiu avaliar o cenário descrito para implantação da empresa ao passo que foram apresentadas informações robustas para os *stakeholders*. E de acordo com Dolabela (1999) são fundamentais para conhecer o caminho a ser seguido pela empresa.

#### 4 RESULTADOS ENCONTRADOS

Apresentaremos a seguir as informações encontradas com o auxílio do plano de negócios, ferramenta utilizada pelo autor deste artigo. Segue planilha com o detalhamento das aplicações do valor do investimento inicial pretendido para abrir o negócio. Conforme Cher (2014), investimento inicial é o capital necessário para viabilizar a estrutura física da empresa, suas instalações, máquinas, equipamentos, capital de giro e todos os demais investimentos fixos necessários para iniciar a operação.

**Quadro 1: Investimento Inicial**

Tipo	Discriminação	Und.	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
I	Reforma/adaptação do escritório*	Valor	1,00	2.000,00	2.000,00
D	Criação de site	1	1,00	2.000,00	2.000,00
D	Abertura de empresa	1	1,00	800,00	800,00
D	Fardamentos	Conjunto	12,00	50,00	600,00
D	Aparelho telefônico	1	2,00	60,00	120,00
M	Ar condicionado	1	2,00	2.000,00	4.000,00
M	Instalação do ar-condicionado	1	2,00	250,00	500,00
M	Impressora multifuncional	1	2,00	400,00	800,00
D	Instalação do link de internet	1	1,00	150,00	150,00
M	Extintor	1	4,00	200,00	800,00
U	Mesa para escritório	1	2,00	600,00	1.200,00
U	Cadeiras para escritório	1	4,00	150,00	600,00
U	Cadeiras executivas	1	2,00	200,00	400,00
U	Estante aço	1	2,00	400,00	800,00
D	Lixeira	1	2,00	30,00	60,00
D	Material de escritório	Conjunto	1,00	500,00	500,00
D	Material de limpeza	Conjunto	1,00	200,00	200,00
M	Notebooks	1	2,00	2.000,00	4.000,00
D	Sistema para Controle	1	1,00	2.000,00	2.000,00
D	Divulgação de lançamento	1	1,00	1.000,00	1.000,00
D	Treinamento pessoal	1	1,00	1.000,00	1.000,00
I	Placa Luminosa	1	1,00	3.000,00	3.000,00
I	Eucalipto para mostruário	1	10,00	200,00	2.000,00
D	Segurança Eletronica	1	1,00	3.500,00	3.500,00
M	TV	1	1,00	1.500,00	1.500,00
M	Máquina para capuccino	1	1,00	500,00	500,00
M	Frigobar	1	1,00	600,00	600,00
M	Gelágua	1	1,00	500,00	500,00
M	Armário	1	1,00	1.500,00	1.500,00
M	Prateleiras	1	6,00	200,00	1.200,00
M	Biro	1	2,00	500,00	1.000,00
<b>1</b>					<b>38.830,00</b>
<b>Capital de giro</b>					<b>7.529,21</b>
<b>Total do investimento = (fixo + capital de giro)</b>					<b>46.359,21</b>

Fonte: dados da pesquisa, 2017.

De acordo com o quadro 1, vimos que precisa-se de um investimento inicial total de R\$ 46.359,21. Levando em consideração o valor do capital de giro de R\$ 7.529,21. Portanto um valor razoável para se investir nesse tipo de negócio, e se tratando de um produto relativamente elevado em termos de estrutura, podemos afirmar que seria um investimento baixo.

### Quadro 2: Capital de Giro

o

<b>Capital de Giro</b>	<b>R\$</b>	<b>7.529,21</b>
<b>Necessidades</b>	R\$	68.251,64
Caixa mínimo	R\$	31.943,50
Financiamento de vendas	R\$	25.554,80
Estoques	R\$	10.753,33
<b>Fontes</b>	R\$	60.722,42
Crédito de fornecedores	R\$	43.013,33
Folha de pagamento	R\$	4.637,00
Impostos e contribuições	R\$	13.072,09

Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Capital de giro (ou ativo circulante) é o total de recursos necessários que a empresa dispõe para desempenhar suas atividades diárias, ou seja, girar. Contabilmente, pode-se definir o capital de giro como a diferença entre o passivo circulante e o ativo circulante, ou seja, é a diferença entre as dívidas de curto prazo – como pagamento a fornecedores, salários a pagar, impostos – e as receitas de curto prazo – dinheiro em caixa, aplicações financeiras de curto prazo, recebimento de vendas a prazo. Resumindo, o capital de giro é a parcela de recursos de longo prazo (endividamento, capital de sócios) que financiam as atividades de curto prazo da empresa.

É importante considerar que o capital de giro é a parcela resultante da diferença entre o dinheiro que a empresa tem disponível e o dinheiro que deve ser utilizado para quitar as dívidas, sejam elas compostas por despesas fixas, gastos necessários para a comercialização e prestação de serviços, ou outros gastos extras.

**Quadro 3: Demonstração do Resultado do Exercício – DRE**

<b>Discriminação</b>	<b>Valores (R\$)</b>	<b>%</b>
<b>1 - Receita Operacional Bruta</b>	<b>97.600,00</b>	<b>100,00</b>
<b>2 - Custos Variáveis</b>	<b>79.231,36</b>	81,18
2.1 - Custo das mercadorias/materiais	64.520,00	66,11
2.2 - Comissão sobre vendas	1.952,00	2,00
2.3 - Impostos (excluso IR e CSLL)	11.331,36	11,61
2.4 - Salário variável	1.428,00	1,46
<b>3 - Margem de Contribuição</b>	<b>18.368,64</b>	<b>18,82</b>
<b>4 - Despesas Fixas Operacionais</b>	<b>16.823,31</b>	<b>17,24</b>
4.1 - Salário	4.637,00	4,75
4.2 - Encargos sociais sobre salários	1.740,73	1,78
4.3 - Pró-labore	4.000,00	4,10
4.4 - Encargos sociais sobre pró-labore		-
4.5 - Depreciação, manutenção e seguro	285,58	0,29
4.6 - Mão-de-obra terceirizada	1.700,00	1,74
4.7 - Água, energia, telefone	1.100,00	1,13
4.8 - Aluguel	3.000,00	3,07
4.9 - Outras despesas fixas	360,00	0,37
<b>5 - Resultado Operacional</b>	<b>1.545,33</b>	<b>1,58</b>
<b>6 - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido</b>		-
<b>7 - Imposto de Renda</b>		-
<b>8 - Adicional de Imposto de Renda</b>		-
<b>9 - Resultado Líquido</b>	<b>1.545,33</b>	<b>1,58</b>
10 - (+) Depreciação	224,17	0,23
<b>11 - Disponibilidade</b>	<b>1.769,49</b>	<b>1,81</b>

Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A Demonstração do Resultado do Exercício – DRE é uma das obrigações mais importantes de qualquer empresa, independentemente de seu tamanho. A DRE tem um papel importante na tomada de decisões por parte dos gestores das empresas e concentra em si informações de grande relevância para a realização de um bom planejamento estratégico e para os investidores e interessados na Sociedade.

A DRE é um tipo de demonstração financeira que tem como foco principal compilar as informações financeiras da empresa a fim de formar o resultado líquido do exercício, ou seja, o lucro ou prejuízo resultante da operação.

Neste caso, vimos que se a empresa realmente alcançar o projeto de ter uma receita bruta R\$ 97.600,00, ela terá um lucro no final do período (mês), um lucro de R\$ 1.769,49.

O ponto de equilíbrio é um indicador de segurança do negócio, pois mostra o quanto é necessário vender para que as receitas se igualem aos custos. Ele indica em que momento, a partir das projeções de vendas do empreendedor, a empresa estará igualando suas receitas e seus custos. Com isso, é eliminada a possibilidade de prejuízo em sua operação.

Para entendermos o que é lucratividade, primeiro precisamos entender o que é Lucro, que de forma simples é dado pela receita de vendas menos as deduções (impostos, devoluções e abatimentos), despesas e custos. A lucratividade nos responde se o negócio está justificando ou não a operação, ou seja, se as vendas são suficientes para pagar os custos e despesas e ainda gerar lucro. Já, rentabilidade indica o percentual de retorno do investimento realizado na empresa.

#### Quadro 4: Indicadores

Discriminação	%	R\$
Ponto de equilíbrio	91,59	89.389,05
Rentabilidade	3,33	3.253,37
Lucratividade	1,58	1.545,33

Retorno do investimento	30,00	Meses
-------------------------	-------	-------

Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Enquanto a lucratividade demonstra os ganhos imediatos do negócio em um período específico, a rentabilidade nos dá qual é o retorno sobre o investimento que foi feito na empresa em longo prazo. É importante o cálculo da lucratividade para saber se vale a pena realizar o investimento no negócio.

Com base neste índice pode-se afirmar que, em um prazo de 30 meses, todo o capital investido pelo proprietário retornará na forma de lucros. Entretanto é necessário salientar que este prazo de retorno do investimento, só será atingido caso realmente as previsões feitas neste plano financeiro sejam alcançadas, ou seja, a venda de 12 piscinas/mês com uma margem de lucro de 37,50%.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Empreender é sempre um risco, mas empreender sem planejamento é um risco que pode ser evitado. Muitos empreendedores não alcançam seus objetivos empresariais por não terem seus negócios organizados. Para isso deve ser realizado um Plano de Negócio sempre antes de criar uma empresa.

O Plano de Negócios realizado surgiu a partir da necessidade e desejo de empreendedores internos, em investir no crescimento do negócio. Após análise do plano de negócios, adotando os parâmetros de aspectos mercadológicos em que a empresa encontra-se inserida, bem como os seus aspectos financeiros atuais e de sua lucratividade, o estudo mostrou que existe a viabilidade, mas com risco muito alto.

Qualquer negócio está sujeito a imprevisibilidades e situações adversas o que exige cautela para as decisões a serem tomadas, por isso a experiência e conhecimento dos empreendedores são de grande valia, sendo este mais um grande diferencial. Quanto ao objetivo geral de elaboração de um plano de negócios, esse foi realizado com êxito e de acordo com os resultados apresentados, nota-se que existe viabilidade para os empreendedores internos, pois estes, reduzem a margem de risco, por se tratar de um mercado já conhecido e estarem investindo com capital próprio.

Outro ponto relevante observado pelos empreendedores do negócio está relacionado ao esforço que estes deverão produzir para ampliar seu público alvo, pois existe no mercado uma boa quantidade de concorrentes que pertencem ao mesmo segmento e alguns deles possuem consideráveis pontos fortes.

Contudo, os empreendedores internos sentem-se satisfeitos em visualizar o cumprimento do objetivo proposto pelo trabalho que se resume na elaboração de um Plano de Negócios antes de se implantar um empreendimento, e, adotam esta ferramenta como legado para a ideia do negócio do trabalho. Esta que poderá ser implantada ou não. Diante do resultado do plano de negócios, é viável a ampliação, com base nos resultados financeiros, e conclui-se que a execução do projeto tem parecer favorável e que a empresa tem grandes chances de ampliar seu próprio negócio.

## REFERÊNCIAS

- BRITO, Flávio Lúcio. **Como elaborar um plano de negócios**. 1ª ed. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2014.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura, 1999b.
- BERNARDI, Luis Antônio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2013.
- CHER, R. **Empreendedorismo na veia: um aprendizado constante**. Rio de Janeiro: Elsevier; SEBRAE, 2014, pp 228.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2012.
- DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo Corporativo**. 1º ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2013.
- HISRICH, Robert. PETERS, Michael. **Empreendedorismo**. São Paulo. Bookman. 2004.
- ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: Sebrae, 2007.
- SALIM, Cesar Simões et al. **Construindo planos de negócios**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.
- SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARÃES, Tomas de Aquino, **Empreendedorismo além do plano de negócio**. São Paulo: Atlas, 2016.