

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO UNIVERSITÁRIO DO RIO GRANDE DO NORTE
CURSO DE MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS - 24**

JERIEL FERREIRA DE JESUS

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA IMPLANTAÇÃO DE UM QUIOSQUE DE
CALÇADOS EM UM SHOPPING DE NATAL-RN**

NATAL/RN
2017

JERIEL FERREIRA DE JESUS

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA IMPLANTAÇÃO DE UM QUIOSQUE DE
CALÇADOS EM UM SHOPPING DE NATAL-RN**

Projeto de Pesquisa apresentado
ao Centro Universitário do Rio
Grande do Norte como requisito
para obtenção de nota na disciplina
de TCC.

Orientador: Prof^o Maria Valeria
Pereira Araújo.

**NATAL/RN
ANO 2017**

1 INTRODUÇÃO

A criação de um novo negócio surge através da identificação de uma oportunidade com reflexões e planejamento acerca da ideia. Com isso é necessário ter e adquirir conhecimento sobre o negócio que será criado, um fator importante para o sucesso do empreendimento. É nessa fase que ele irá unir todas as informações e conhecimento necessários para alavancar o seu futuro empreendimento. Dessa forma a confecção do Plano de Negócio é uma espécie de aquisição e explicitação do conhecimento (BERNARDI, 2009; DORNELAS, 2005; LACRUZ, 2008; NONAKA).

Para Williams (2002) o plano de negócio constitui-se em inestimável fonte de informação para quem deseja fazer um planejamento com máxima segurança, a fim de obter pleno êxito no mundo empresarial.

Enquanto que Hochman e Ramal (2005) destacam que planos de negócios é um documento que contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar uma fatia de mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros.

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

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Desenvolver um plano de negócios para implantação de um quiosque de calçados em um shopping de Natal-RN.

2.2 Objetivos Específicos

- Desenvolver uma pesquisa de mercado;
- Apresentar o plano organizacional;
- Elaborar o plano financeiro.

3 JUSTIFICATIVA

Escrever um plano de negócios permite que o empreendedor imagine com mais clareza o que está tentando fazer e como espera conquistá-lo. Além de facilitar a compreensão geral, é uma ferramenta para explicar melhor a ideia a outras pessoas. Entende-se que ao pesquisar o mercado e tirar um tempo para escrever seu plano de negócios, o empreendedor vai conhecer detalhes da indústria na qual está entrando, suas peculiaridades, o perfil do consumidor, os concorrentes e os fornecedores.

Com esses elementos, torna-se mais fácil para o empreendedor acompanhar o desenvolvimento do negócio, sem tirar os olhos dos objetivos de longo prazo.

Um plano permite ainda que o empreendedor articule a sua visão dos negócios às estratégias de como chegar lá. O exercício de montar esse documento força o empreendedor a pensar em estratégias de longo prazo para a empresa. Depois de escrever todas as questões e desenhar o cronograma, ele terá uma ferramenta para acompanhar o progresso. Ao percorrer esse caminho, o empreendedor será capaz de listar suas diferenças em relação aos competidores e como montará suas estratégias. É uma forma de refletir sobre o próprio negócio e ter informações precisas para repassar a investidores, empregados e consumidores de forma geral. (CID, 2017).

4 - REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 Conceituando e importância do Plano de Negócios

Planejar um novo negócio significa antever as ações que se pretendem tomar acerca do novo empreendimento, objetivando identificar sua viabilidade ou inviabilidade. O planejamento define os objetivos, direciona os esforços e os recursos e dá um rumo a ser seguido (LACRUZ, 2008; BERNARDI, 2009).

4.2 Modelo de Planos de Negócios

Ao estruturar Planos de Negócios é necessário fazer um checklist inicial para elaboração, e ao descrever o conhecimento adquirido em forma de explicitação do conhecimento tácito, já passa a ser uma forma de praticar a Gestão do Conhecimento. No processo de elaboração do Plano de Negócio é de grande importância, anotar todos os processos, ou seja, explicitar o conhecimento. Nesse aspecto a Gestão do Conhecimento passa a ser essencial para coletar e armazenar todos os conhecimentos necessários para dar início ao plano (BERNARDI, 2009; DORNELAS, 2005; LACRUZ, 2008; NONAKA; SWITZER, 2008; WILLIAMS, 2002). Abaixo apresento o modelo de Plano de Negócio sugerido por Williams (2002). Ele oferece ao empreendedor um passo a passo com informações e conhecimentos importantes para o sucesso do negócio, isto é, com as chances de fracasso reduzidas.

Modelo de Plano de Negócio de Williams

I. Sumário Executivo

- A. Natureza da empresa.
- B. Razões da existência da empresa.
- C. Relatórios sobre recursos financeiros necessários.
- D. Principais características do setor
- E. Estrutura e principais aspectos da empresa

II. Análise Completa do Setor

III. Natureza Jurídica e Estrutura Organizacional da Empresa

IV. Simulação de Relatórios Financeiros

- A. Balanço de abertura.

B. Previsão de Receitas, fluxo de caixa e balanço para o período coberto pelo planejamento.

V. Plano estratégico

5- METODOLOGIA

Este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa descritiva exploratória. Segundo Gil (2008) a pesquisa exploratória e descritiva proporciona maior familiaridade com o problema. Pode envolver levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes no problema pesquisado. Geralmente, assume a forma de pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Gil (2008) também diz que a pesquisa descritiva descreve as características de determinadas populações ou fenômenos.

A coleta de dados será dada a partir do plano de negocio.

Esta pesquisa vai mostrar a implantação de um quiosque de calçados em um shopping de Natal-RN. Focada nas contribuições teóricas de diversos autores de livros, artigos publicados e nos principais pensadores da área de empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

BERNARDI, Luiz Antonio. Manual de Plano de Negócio: fundamentos, processos e estruturação. 1ª Edição- 4 reimpressão. São Paulo: Atlas, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. Planejando incubadoras de empresas: como desenvolver um Plano de Negócio para incubadoras/José Carlos Assis Dornelas. Rio de Janeiro: Campus, 2002. _____. Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócio. 2ª Edição, São Paulo: Elsevier, 2005. _____. Empreendedorismo, transformando idéias em negócio. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, v. 1. 2008. 300 p.

LACRUZ, José Adonai. Plano de negócio: passo a passo. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

HOCHMAN, Nelson; RAMAL, Silvana Ana. Construindo Plano de Negócio: Todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócio de sucesso. 3ª Edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MACHADO, Elizandra. PLANO DE NEGÓCIOS: UMA ABORDAGEM BASEADA NA GESTÃO DO CONHECIMENTO. 2012. 109f. Dissertação (Mestrado em Engenharia e Gestão do Conhecimento). Programa de Pós Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. UFSC. Florianópolis/SC.

SWITZER, Cameron. Time for change: empowering organizations to succeed in the knowledge economy. Journal of Knowledge Management. v. 12, n. , p. 18-28, Emerald Group Publishing Limited. 2008.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. 13a ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

Cid, Thiago - 08/07/2013 - 7 razões por que você deve ter um plano de negócios. <http://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2013/07/7-razoes-por-que-voce-deve-ter-um-plano-de-negocios.html> acessado em 05/10/2017 as 21:20

GIL. Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4 ed São Paulo. Atlas, 2008