

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

DANIELLA BOTEGA DE OLIVEIRA

Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

PLANO DE NEGÓCIO
PAPELARIA DISNEYLÂNDIA
FILIAL

30059
Saori

Tombo n°	10042
Classif.:	
Ex.:	01
Origem:	d
Data:	13/03/2010

RUBIATABA - GO

2009

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

PLANO DE NEGÓCIO
PAPELARIA DISNEYLÂNDIA
FILIAL

Trabalho de conclusão de curso submetido à FACER – Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em Administração de Empresas, sob orientação do Professor Cláudio Roberto Santos Kobayashi.

RUBIATABA - GO

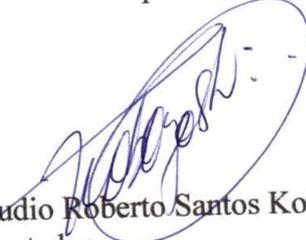
2009

FOLHA DE APROVAÇÃO

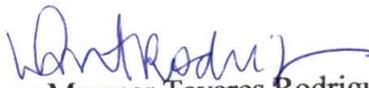
DANIELLA BOTEGA DE OLIVEIRA

PLANO DE NEGÓCIO
PAPELARIA DISNEYLÂNDIA
FILIAL

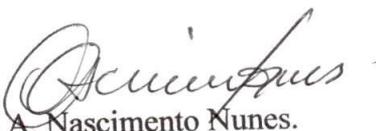
Comissão julgadora da monografia, para obtenção do grau de Bacharel em Administração
pela Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER.



Cláudio Roberto Santos Kobayashi.
Orientador
Esp. em Gestão de Agronegócios



Dayse Mysmar Tavares Rodrigues.
Examinadora
Msc. Gestão de Agronegócios



Gilda A. Nascimento Nunes.
Examinadora
Esp. em Educação e Esp. em Administração de Sistemas

Rubiataba, ____ de _____ de ____.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho de curso, primeiramente a Deus, que me dá vida e saúde, ao qual Amo muito.

A meus pais e irmãs que me ajudaram dando a força necessária e depositam sua fé e confiança.

Ao meu eterno noivo, que sempre me apoiou, encorajando nos momentos mais difíceis.

Ofereço este trabalho, com eterna gratidão...

AGRADECIMENTOS

Os meus agradecimentos destinam-se a Deus que sempre me deu força e fôlego.

Ao professor Cláudio Kobayashi que me orientou e me ajudou na conclusão deste curso.

Aos meus professores que muito contribuíram para a minha formação acadêmica e humana.

Aos meus amigos e colegas que juntos lutamos.

Sou eternamente agradecida a todos que me ajudaram em todos os momentos desta caminhada.

RESUMO

Haja vista que o mercado no ramo de papelaria tem crescido muito e sofrido muitas mudanças, cujos clientes exigem produtos de qualidade, bom atendimento, bons preços e diante do crescente aumento de consumidores e número insuficiente de papelarias, percebeu-se a possibilidade de criar um empreendimento, surgindo à idéia de elaborar um Plano de Negócio, onde será analisado o mercado de atuação os clientes, concorrentes a localização da empresa os indicadores financeiros e outros, e assim verificar a viabilidade da instalação de outra papelaria na cidade de Itapaci – GO, a qual disponibilizará produtos tradicionais e diversificados com preços acessíveis, sem abrir mão da qualidade e atendimento eficaz.

Palavra-chave: Plano de Negócio, empreendimento.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Abrangência da cadeia de abastecimento.....	26
Figura 2: Atendimento ao cliente.....	28
Figura 3: Layout.....	31
Figura 4: Comercialização.....	33

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Analise Swot.....	29
Quadro 2: Quadro pessoal.....	34
Quadro 3: Estimativa dos investimentos fixos.....	35
Quadro 4: Estimativa dos investimentos financeiros.....	35
Quadro 5: Estimativa de estoque inicial.....	36
Quadro 6: Estimativa de investimentos pré-operacionais.....	37
Quadro 7: Estimativa de investimento total.....	38
Quadro 8: Estimativa de faturamento.....	38
Quadro 9: Estimativa de faturamento com sazonalidade.....	40
Quadro 10: Estimativa do custo com materiais.....	40
Quadro 11: Receita bruta.....	41
Quadro 12: Estimativa dos custos com comercialização.....	42
Quadro 13: Estimativa dos custos com mão-de-obra.....	42
Quadro 14: Estimativa dos custos com depreciação.....	43
Quadro 15: Estimativa dos custos fixos e variáveis.....	43
Quadro 16: Estimativa das despesas.....	43
Quadro 17: Demonstrativo do resultado.....	44
Quadro 18: Fluxo de caixa.....	47

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1 REFERENCIAL TEORICO.....	12
1.1 Empreendedorismo.....	12
1.2 Empreendedor.....	12
1.2.1 O processo empreendedor.....	14
1.3 Negócio.....	14
1.4 Plano de negócio.....	15
1.4.1 Estrutura do plano de negócio.....	16
1.4.1.1 Sumário executivo.....	16
1.4.1.2 Plano de marketing.....	17
1.4.1.3 Plano operacional.....	17
1.4.1.4 Plano financeiro.....	18
2 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	19
2.1 Oportunidade.....	19
2.2 Negócio.....	19
2.3 Dados do empreendedor, perfil.....	20
2.4 Dados do empreendimento.....	20
2.5 Missão.....	21
2.6 Visão.....	21
2.7 Objetivos.....	21
3 PLANO DE MARKETING.....	22
3.1 Descrição dos produtos.....	22
3.2 Estudos dos Clientes.....	22
3.3 Estudos dos Concorrentes.....	23
3.4 Estudos dos Fornecedores.....	24
3.5 Estratégias Promocionais	25
3.6 Abrangência da cadeia de abastecimento.....	26
3.7 O Mercado.....	27
3.8 Vendas e Pós Vendas.....	28
3.9 Matriz Swot.....	29
4 PLANO OPERACIONAL.....	30

4.1 Localização.....	30
4.2 Layout.....	31
4.3 Capacidade comercial.....	32
4.4 Processo de comercialização.....	32
4.5 Dimensionamento de pessoal.....	33
5 PLANO FINANCEIRO.....	35
5.1 Estimativa dos investimentos fixos.....	35
5.2 Estimativa dos investimentos financeiros.....	35
5.2.1 Estimativa de estoque inicial.....	36
5.2.2 Estimativa de capital de giro.....	37
5.3 Estimativa de investimentos pré-operacionais.....	37
5.4 Estimativa de investimento total.....	38
5.5 Estimativa do faturamento da empresa.....	38
5.6 Estimativa do custo com materiais mensal e anual.....	40
5.7 Estimativa dos custos com comercialização.....	41
5.8 Estimativa dos custos com mão-de-obra.....	42
5.9 Estimativa dos custos com depreciação.....	43
5.10 Estimativa dos custos fixos e variáveis mensal/anual.....	43
5.11 Estimativa das despesas.....	43
5.12 Demonstrativo de resultado.....	44
5.13 Indicadores de viabilidade.....	44
5.13.1 Margem de contribuição.....	44
5.13.2 Ponto de Equilíbrio.....	45
5.13.3 Lucratividade.....	45
5.13.4 Rentabilidade.....	46
5.13.5 Prazo de retorno de investimento.....	46
5.14 Fluxo de caixa.....	47
5.15 Taxa Mínima de Atratividade – TMA.....	48
5.16 Taxa Interna de Retorno.....	48
5.17 Valor Presente Líquida.....	48
5.18 Valor Presente Líquido descontado.....	48
6 ANALISE DE CONCLUSÃO SOBRE O PLANO.....	49
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50

INTRODUÇÃO

O trabalho de curso como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Administração revelou grande oportunidade para a pesquisadora evoluir em sonhos, à medida que pôde construir um documento para lhe orientar em seu futuro profissional como egressa da Faculdade de Administração.

Este trabalho tem como objetivo geral informação que permita ao investidor analisar a viabilidade de um negócio no comércio varejista na área de papelaria na cidade de Itapaci, sob todos os pontos de vista, da abertura da filial da Disneylândia Papelaria. Assim como objetivo específico, determinar se a idéia da implantação é um fato real, os recursos necessários para implantação da empresa, analisar o mercado e as vantagens que os clientes terão com o novo empreendimento.

Os pais da pesquisadora são proprietários da Disneylândia Papelaria em Itapaci – GO, na qual trabalha há algum tempo, e por esse motivo está interada na prática comercial e varejista. Decidi abrir uma filial da qual serei a responsável. Para levar a termo, elaborei um Plano de Negócio – como parte das exigências de finalização do curso de Administração – e assim analisar a viabilidade do empreendimento.

Para que a referida análise pudesse ser feita de maneira adequada, desenvolveu-se um plano de negócio de que se trata este trabalho acadêmico. O Plano de Negócio é subdividido em:

Referencial Teórico onde a pesquisadora buscou reunir informações na literatura a fim de obter maiores esclarecimentos sobre o assunto a ser abordado.

Sumário Executivo com um esclarecimento do Plano de Negócio: possibilitando que o leitor tenha uma idéia inicial do conteúdo completo.

Plano de Marketing: onde se efetuou a pesquisa de mercado e análise dos clientes e concorrentes.

Plano Operacional no qual se demonstra fatores importantes a respeito da localização e do processo de comercialização da empresa do dimensionamento de pessoal.

Plano Financeiro onde se podem traduzir as informações levantadas em indicadores financeiros capazes de traduzir a viabilidade do plano.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 Empreendedorismo

O termo empreendedorismo existe desde os meados dos séculos XIV, quando os comerciantes e capitalistas europeus financiavam com capital de risco os empreendedores que organizavam as caravanas para levar e trazer as mercadorias do Oriente. O risco destas expedições era alto: muitas costumavam ser saqueadas ou até mesmo dizimadas no caminho.

“O Empreendedorismo é um fenômeno cultural, ou seja, empreendedores nascem por influência do meio em que vive” (DOLABELA, 1999, p. 30 b).

“Empreendedorismo é o ato de criar e gerenciar negócios, assumindo riscos em busca de lucro. O processo empreendedor abrange todas as atividades e ações relacionadas à criação de uma nova empresa”. (CHIAVENATO, 2005). O empreendedorismo envolve a criação de algo novo, que tenha valor no mercado e que seja reconhecido. Requer comprometimento de tempo, esforço, ousadia, tolerância com possíveis tropeços, erros ou insucessos para que o novo negócio se transforme em realidade.

O Empreendedorismo segundo Dolabela (1999, p.43 a). “é utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividade, seu universo de atuação”. Ou seja, utilizado principalmente para designar as atividades que se dedicam à relação de riqueza, seja através de conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização, etc.

1.2 Empreendedor

O termo empreendedor já é vinculado desde séculos anteriores, e sobre ele cada autor traz uma definição. O empreendimento precisa de uma pessoa á frente que seja capaz de enfrentar tudo o que lhe for proposto.

Como cita Chiavenato (2005, p. 3) “empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma idéia ou projeto pessoal, assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”.

O empreendedor é alguém que define por si mesmo o que vai fazer e em que contexto será feito. Ao definir o que vai fazer, ele leva em conta seus sonhos, desejos, preferências, o estilo de vida que quer ter. Desta forma, consegue dedicar-se intensamente, já que seu trabalho se confunde com prazer. (DOLABELA, 1999, p. 68 b).

Ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, pôr em práticas idéias próprias, características de personalidade e comportamento que nem sempre é fácil de encontrar. O empreendedor, por definição tem de assumir riscos, e o seu sucesso está na sua capacidade de conviver com ele e sobreviver a eles. (DEGEM, 1989, p. 10).

Segundo Chiavenato (2005, p. 30). O empreendedor é aquele que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para o negócio, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades.

Para ser um empreendedor bem sucedido, é preciso planejar seu negócio, e planejar significa estudar antecipadamente a ação que será realizada e quais os objetivos que se pretendem alcançar. A melhor definição de empreendedores é quando são comparadas aquelas pessoas que fazem a diferença, que não se contentam com a mesmice e procuram deixar sua marca, criando oportunidades e inovando em seus negócios. Você pode questionar a definição e afirmar que é extremamente subjetiva, pois fazer a diferença para uns não significa o mesmo para outros. (CHIAVENATO, 2005)

De acordo com a idéia de (DEGEM, 1989, p. 15) “a maioria das empresas de sucesso foi iniciada por homens ou mulheres motivados pela vontade de ganhar muito dinheiro e, em algum caso pelo desejo de sair da rotina a que estava submetido” [...].

Segundo: Dolabela (1999, p.35 a) as principais características que o empreendedor bem sucedido deve possuir ou desenvolver são:

- Iniciativa, Autonomia, Autoconfiança e busca de oportunidades;
- Perseverança;
- Tem sempre alto Comprometimento. Crê no que faz.
- Busca de qualidade e eficiência;
- Coragem para assumir riscos, mas calculados; o fracasso é considerado um resultado como outro qualquer e aprende com os próprios erros.
- Fixação de metas objetivas
- Busca de informações. Sabe buscar utilizar e controlar recursos.
- É líder. Cria um sistema próprio de relações com os empregados.
- Capacidade de persuasão e de estabelecer redes de contatos pessoais; estes usados como suporte para alcançar os objetivos.
- Define o que quer aprender para realizar as suas visões.
- Tem grande energia. É um trabalhador incansável, sabe concentrar os seus esforços para alcançar resultados.

O verdadeiro empreendedor busca o seu sucesso, tem visões as quais lhe fazem conquistar o mercado consumidor.

O empreendedor é o motor da economia, um agente de mudanças, e quer sempre realizar seus próprios sonhos, corre atrás para que tudo se realize e que alcance a auto-realização, coloca o destino a seu favor e faz diferença no mundo.

1.2.1 O processo empreendedor

É muito importante para um empreendedor conhecer todo o processo empreendedor para que possa analisá-lo, e assim chegar à melhor forma de fazer o seu empreendimento.

Segundo Chiavenato (2004, p.19-20), "o processo empreendedor abrange todas as atividades, as funções e as ações relacionadas com a criação de uma nova empresa".

Um empreendedor que tenha o conhecimento sobre o processo empreendedor tem mais chances de que o seu negócio dê certo do que aquele que o desconhece. Porque quem conhece o processo empreendedor sabe o que é necessário ser feito para que sua empresa seja bem sucedida. Então todo empreendedor deve antes de iniciar seu negócio adquirir conhecimento sobre o processo empreendedor, para que consiga abrir sua empresa e se manter no mercado.

1.3 Negócio

Todo início de um negócio necessita ser fielmente estruturado para ocorrer o sucesso do mesmo. Como cita Chiavenato (2004, p. 22) "negócio é um esforço organizado por determinadas pessoas para produzir bens e serviços, a fim de vendê-los em um determinado mercado e alcançar recompensa financeira pelo seu esforço".

Todo negócio envolve necessariamente algum produto/serviço e, conseqüentemente, algum fornecedor, algum cliente; uma cadeia de entradas, processos e saídas; alguma produção e algum mercado; uma forma de satisfazer alguma necessidade do cliente ou responder a alguma oportunidade do negócio. (CHIAVENATO, 2004, p.22).

Enfim, o objetivo de um negócio é produzir e vender com lucro, produtos ou serviços, e que esses mesmos satisfaçam a necessidade do consumidor no ato final de cada compra, e que o cliente volte a procurar o produto ou serviço quando precisar.

1.4 Plano de negócio

De acordo com Dornelas (2005, p. 98).

Plano de negócio 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 ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios.

O plano de negócio representa uma oportunidade única para futuro empreendedor pensar e analisar todas as facetas do novo negócio, adquirindo aprendizado e conhecimento que serão fundamentais para a permanência da empresa no mercado financeiro.

O plano de negócio movimenta todos os aspectos do novo empreendimento. Ele representa um levantamento exaustivo de todos os elementos que compõem o negócio, sejam internos que deverá ser produzido, como, onde, quanto, ou externos, para que produzir, qual é o mercado, quais são os concorrentes etc. (CHIAVENATO, 2004, p.130).

De acordo com o SEBRAE/MG (2007), um plano de negócio é um documento que descreve quais os objetivos de um negócio e quais os passos que devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

Como todo bom empreendedor, suas atividades devem seguir um plano que vise facilitar e dar sustentabilidade para o desenvolvimento de seu negócio.

Segundo Chiavenato (2004, p. 128) 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 de seus riscos, bem como facilitar sua implantação.

A elaboração do plano de negócio deve conter aspectos que assegurem e garantam a sua segurança atual e futura como: sumário, introdução, problemática, objetivos, justificativa e referencial teórico.

Um plano de negócio pode dar ao proprietário da empresa mais conforto e segurança nas decisões a serem tomadas. O qual serve como uma bússola para que o empresário tenha sempre em mãos o caminho pelo qual a empresa deve seguir, e caso, por algum motivo ele saia da rota fica mais fácil colocar a empresa de novo no caminho.

Para Dornelas (2005, p. 98)

Plano de negócio 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 ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócio.

É esperado que um Plano de Negócio não se concretize como uma simples peça de planejamento. Este é visto como uma ferramenta prática e flexível, onde todas as suas premissas e componentes devem ser atualizados constantemente.

O plano de negócio é uma linguagem para descrever o que é ou o que se pretende ser uma empresa. Ele faz o empreendedor mergulhar definitivamente na análise do negócio, diminuindo assim a taxa de mortalidade das empresas.

1.4.1 Estrutura do plano de negócio

O plano de negócio é composto pelo sumário executivo, plano de marketing, plano operacional e pelo plano financeiro. Todas as partes de um plano de negócio são muito importantes, pois cada uma delas nos dá uma importante informação sobre o empreendimento.

1.4.1.1 Sumário executivo

O sumário executivo é um resumo do plano de negócio. Nele é tratado um resumo sobre os principais tópicos do plano de negócios.

O sumário executivo “trata-se de um resumo introdutório dos principais pontos do plano de negócio que demonstram sinteticamente os objetivos, as estratégias e os resultados esperados” (BERNARDI, 2007, p. 123).

1.4.1.2 Plano de marketing

O plano de marketing é uma parte muito importante de um plano de negócios. É ele que dá ao empreendedor as informações sobre o tipo de cliente do mercado onde se pretende entrar, o mercado em que está entrando, os fornecedores, e os concorrentes entre outras informações.

Segundo Dolabela (1999a, p.147) “Marketing é o processo de planejamento de uma organização que busca realizar trocas com os clientes, cada um com interesses específicos: o cliente quer satisfazer suas necessidades, uma empresa quer gerar receitas”.

Deve conter também a grande utilização dos 4ps: Produto, Preço, Ponto e Promoção.

- ✓ Produto: Um produto ou serviço é dito certo ao consumo quando atende às necessidades e desejos de seus consumidores-alvos.
- ✓ Preço: O produto deve ser certo e deve transferir a posse no preço certo.
- ✓ Ponto: O produto ou serviço só tem utilidade se posicionado junto ao seu mercado consumidor.
- ✓ Promoção: O composto promocional do produto ou serviço compreende a publicidade, a relação pública, a promoção de venda e a venda pessoal.

O marketing, como todos nós sabemos, significa mercado e corresponde a todas as atividades das empresas no meio geral, que visa à colocação do produto ou serviço para o consumidor final. O marketing em geral tem uma função que é fazer que esses produtos ou serviços cheguem ao consumidor final da melhor maneira possível.

1.4.1.3 Plano operacional

O operacional nada mais é que a maneira como a empresa opera, isto é, o conjunto de processos e operações para produzir um determinado produto. Refere-se ao fazer, realizar, produzir com materiais, com informações, com máquinas e equipamentos, com métodos e processos de trabalho. Também se relaciona como o produto ou serviço será comercializado com a capacidade de oferta do empreendimento. (CHIAVENATO, 2004).

O plano operacional é outra parte relevante no plano de negócio; é ele que vai mostrar para o empreendedor o que ele vai necessitar de estrutura física, maquinário, e a necessidade de pessoal da empresa, entre várias outras informações importantes sobre a parte operacional da empresa.

1.4.1.4 Plano financeiro

O plano financeiro é a parte do plano de negócio que trata da parte financeira do empreendimento. É através dele que o empreendedor fica sabendo quais serão os custos e o faturamento do seu empreendimento. É por meio do plano financeiro que o empreendedor vai saber se é viável ou não fazer o empreendimento.

O plano financeiro “trata-se de um planejamento financeiro ou processo orçamentário” (BERNARDI, 2007, p. 140).

Bernardi (2007, p.140), diz que o desenvolvimento do plano financeiro abrange:

- Demonstrativo de resultados;
- Balanço patrimonial;
- Fluxo de caixa;
- Avaliação do retorno do investimento

Fora os itens citados por Bernardi como parte do plano financeiro existem vários outros como os índices de lucratividade e de retorno, os quais podem ser utilizados no plano financeiro para análise financeira do empreendimento.

Para funcionar, a empresa precisa de dinheiro. Nenhuma empresa pode ser aberta sem capital inicial, e nem pode funcionar sem capital de giro. É para isso que o financeiro serve: mostrar o quanto será necessário para o novo investimento.

2 SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 Oportunidade

A Disneylândia Papelaria está no mercado há 10 anos, no município de Itapaci. O sucesso da empresa e sua aceitação no mercado foram forças impulsionadoras que nos levaram a estudar a viabilidade de filial na mesma cidade. Por esse motivo e pela pesquisadora já trabalha a algum tempo na papelaria com seus pais foi decidido elaborar um Plano de Negócio para analisar a viabilidade da abertura da filial da Disneylândia Papelaria na mesma cidade.

2.2 Negócio

A Disneylândia Papelaria é um micro empreendimento no setor comércio varejista de papelaria, onde disponibilizará toda a linha de papelaria, escritório, e artigos para presentes. Visando satisfazer as necessidades dos clientes, abrangendo todas as classes com produtos de qualidade e preço bom.

As marcas mais utilizadas na empresa serão: TILIBRA, CREDEAL, GRAFONS, CIS, FABER CASTELL, BIC, COMPACTO, ACRIMET, SESTINI, TRAMOTINA, entre outros.

Os produtos oferecidos pela empresa serão: cadernos de várias matérias e modelos diferentes, mochilas, pastas executivas, lápis de cor e de escrever, grampeadores, perfuradores, enfim toda linha escolar e para escritório.

As papelarias, atualmente têm passado por grandes mudanças, exigidas pelas dinâmicas de mercado. E oferecem produtos complementares aos tradicionais.

O empreendimento estará voltado para o público infanto-juvenil, empresas da cidade e região e pais de estudantes do município de Itapaci e a quem necessite de materiais de escritório e artes.

A Disneylândia Papelaria estará situada na Rua Mato Grosso, setor Jardim Presidente, por ser um setor que está crescendo muito e com um grande fluxo de pessoas da Vila Santana que transitam por ali, para alcançarem o Setor Central da cidade. Um lugar movimentado e de fácil acesso.

O capital a ser investido será de 41.814,50 (quarenta e um mil oitocentos e quatorze reais e cinquenta centavos) Com faturamento anual de 195.323,40 (cento e noventa e mil trezentos e vinte três reais quarenta centavos) Com o lucro de 2.299,00 (dois mil duzentos e noventa e nove reais) mensal. Espera-se o retorno do investimento em 1 ano e 6 meses.

O empreendimento se enquadra no Regime Super Simples, sendo um micro empreendimento, na forma empresária individual.

2.3 Dados do empreendedor perfil

Daniella Botega de Oliveira, solteira, residente a Av. Goiás nº 45, graduada em Administração de Empresas, possui habilidade como vendedora, experiência técnica no ramo de comércio varejista, atendimento aos clientes e relacionamento com fornecedores, trabalha há algum tempo no ramo de papelaria com seus pais, tem grande facilidade de compra e venda de produtos e é capaz de administrar as finanças da loja.

2.4 Dados do empreendimento

A empresa a ser implantada tem por nome Disneylândia Papelaria, com justificativa de ser filial a Disneylândia Papelaria.

A Disneylândia Papelaria atuará no comércio varejista – empresas que vendem diretamente ao consumidor.

A mesma, enquadra-se na forma jurídica de empresário como microempresa, onde exercerá com profissionalismo uma atividade econômica organizada inscrevendo-se na Junta Comercial do Estado de Goiás (JUCEG).

O capital social investido será de 41.814,50 (quarenta e um mil oitocentos e quatorze reais e cinquenta centavos), montante destinado à compra de equipamentos, reforma e legalização do prédio e produtos para iniciar o negócio. O capital será da própria empreendedora, sendo responsável pelo empreendimento.

A empresa enquadra-se no regime do Simples Nacional, - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (instituído pela Lei Complementar nº 123/2006), e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

2.5 Missão

A missão da empresa será oferecer produtos na área de papelaria e linha de escritório. Para toda a clientela da empresa, adulto, infantil e também as empresas que existem na cidade e região, com qualidade e bom preço, atendendo as expectativas dos clientes, e garantindo sempre a satisfação do mesmo.

2.6 Visão

A visão da empresa é ser uma empresa líder no comércio varejista de Itapaci, com produtos inovadores, surpreendendo positivamente os clientes, para tornar-se sólida e estável.

2.7 Objetivos

Curto prazo:

- Divulgar o nome da loja no comércio local;
- Aumentar o valor das vendas da empresa, com faturamento maior;
- Tornar-se sólida, segura, estável e fortalecer o negócio.

Médio prazo:

- Fidelização dos clientes;
- Buscar melhorias e novidade para a empresa;
- Buscar estabilidade financeira

Longo prazo:

- Ampliação física do ambiente com maior número de produtos oferecidos;
- Conquistar liderança no mercado;
- Ser referência na cidade.

3 PLANO DE MARKETING

3.1 Descrição dos produtos

Antes de investir nesse novo mercado, foi preciso pesquisar a região de atuação e fazer um levantamento dos itens mais procurados dentre o mix disponível e as mudanças constantes dos catálogos dos fornecedores, atendendo a todos os tipos de clientes.

A Disneylândia Papelaria oferecerá opções de cadernos de várias matérias e modelos diferentes, mochilas escolares de vários personagens da última moda, pastas escolares, uma grande variedade de lápis de escrever e de cor e toda a linha de materiais diversos para as escolas, brinquedos pedagógicos, produtos de datas comemorativas como: (cartões de aniversário, dia dos namorados, páscoa, etc.), visando satisfazer as necessidades dos clientes sem perda na qualidade e no preço. Trabalhará com marcas tais como: Tilibra, Faber Castell, Cis, Bic, etc., com preços mais acessíveis, devido as nossas compras serem de grande maioria a vista.

Terá também produtos mais populares mais simples, objetivando atender todos os perfis de clientes.

3.2 Estudos dos clientes

Na cidade de Itapaci há uma população bem diversificada, não havendo barreira com as lojas que estão há mais tempo no mercado, mas a população de Itapaci procura preço, qualidade de produtos, e qualidade no atendimento e é isso que a Disneylândia Papelaria, irá oferecer à população mais distante do centro e também ao restante da população. Percebe que o novo planejamento tem tudo para deslanchar bem.

Foi preciso também pesquisar quem são os futuros clientes, o que eles compram, por que eles compram, como são feitas as compras, quando eles compram e as tendências de compra dos clientes, são essenciais para o sucesso do negócio. As maiorias das empresas bem sucedidas estão em constates mudanças, com novas oportunidades e ameaças. Logo, e preciso ousadia aliada à cautela.

A partir dos levantamentos efetuados pretende-se que o empreendimento esteja para empresas que estão em atividade na cidade de Itapaci e região que utilizam materiais para

escritório, para o público infanto-juvenil, jovens e adolescente de 0-12 anos e de 14-18 que utilizam materiais escolares, e pais de crianças que estudam no município de Itapaci. Não importando idade, sexo, profissão, escolaridade.

Pelo fato de ser papelaria haverá uma frequência muito grande de vendas, pois as crianças precisam todos os dias, de alguns materiais nas escolas para fazerem trabalhos e também como há indústria na cidade haverá uma grande saída em materiais para escritórios.

3.3 Estudos dos concorrentes

A cidade de Itapaci possui duas lojas no ramo de papelaria, mas nada impede a implantação da empresa, visto que é o melhor, aquele que oferecer produtos desejados e preços competitivos.

Os concorrentes da empresa são: Bazar Mariana, situada em Itapaci na Avenida Floresta ao lado do Banco do Brasil e a Disneylândia Papelaria da situada na Avenida floresta nº 100.

Comparação entre a empresa a ser implantada às concorrentes:

O Bazar Mariana adquire os produtos dos mesmos fornecedores, produtos com qualidade, mas impõe preços altos devido a porcentagem que colocam nos produtos. Na venda dos produtos os pagamentos são: 5% de desconto a vista, 30 dias na nota promissória e 30 dias no cheque.

A Disneylândia Papelaria compra produtos de mesma qualidade, com preços acessíveis, oferecendo de 5% a 10 %de desconto à vista, 30 dias na nota promissória e 30 dias no cheque.

O novo empreendimento a ser implantado oferecerá melhores condições de pagamentos, como: 10 % de desconto a vista, 30 dias na nota promissória, e 30/60 no cheque, melhor atendimento, produtos com qualidade e ecologicamente corretos.

A empresa concorrerá com sua matriz, mas devido à distancia entre si, não prejudicará o novo empreendimento, por uma estar no centro da cidade, e a outra na periferia, onde há um grande fluxo de pessoas uma vez que novos bairros têm se formado próximos a essa região. Assim a empresa estará oferecendo preços mais acessíveis, com descontos aos seus clientes e garantindo a satisfação, fazendo com eles não venham ao centro da cidade procurar os concorrentes.

Há espaço para todos, pois a população de Itapaci cada dia que passa cresce mais, devido à Usina de álcool e à Mineradora que irá abrir na cidade de Pilar de Goiás – GO motivo pelo qual haverá um fluxo maior de pessoas na cidade de Itapaci.

De acordo com o site do SEPLAN¹ 2009 a cidade de Itapaci conta hoje com 17.086 habitantes situados na cidade local. O site do SEPLAN de 2005 divulgou a taxa geométrica do crescimento anual de Itapaci onde de 2000 a 2005 houve um aumento de 1,12% e de 2005 a 2009 um aumento de 1,45% onde podemos ver que o novo empreendimento tem tudo para se deslanchar bem.

3.4 Estudos dos fornecedores

- **Jorge Costa Distribuição logística:** Localizada na Rua 01 s/nº - QD. 01 lote 02 Pólo empresarial de Goiás. Aparecida de Goiânia – Goiás – CEP- 74980-970

J C como é chamada tem preço acessível, realiza importações e exportações, com produtos de todos os tipos, trabalha com uma grande linha de material escolar e para escritório.

A condição de pagamento da J C é a vista com desconto 5 %, 30/60/90 no cheque dependendo do valor da compra e a crediário você tem que comprar toda semana.

O prazo de entrega é de um a dois dias no máximo.

- **Eldorado Distribuição A.S.E. - Distribuição LTDA:** Localizada na Rua Sargento Euclides 110 pólo centro – CEP 75130390 – Anápolis – GO.

A.S.E. possui preços acessíveis e trabalha com diversificados produtos.

As condições de pagamento são de 5 % de desconto a vista, 30/60/90 no cheque. No crediário pode comprar a qualquer dia.

O prazo de entrega é de um dia.

- **Sestini Mercantil LTDA:** localizada na Av. Angélica, 2318-14º andar Consolação – São Paulo / Sp CEP 01228-200

A Sestini trabalha com toda a linha de mochilas, pastas, porta lápis e bolsas escolares. Oferece uma grande vantagem sobre as demais trabalhar com uma só empresa que a represente em cada cidade.

As condições de pagamento são a prazo na duplicata em até 6 vezes. O prazo de entrega e de 7 dias no máximo.

¹ Secretaria do planejamento e desenvolvimento.

A Disneylândia Papelaria terá um grande fornecedor: a Sestini que comercializa mochilas de qualidade e modelos diferentes atendendo toda a linha infanto-juvenil e estudantil. Tem bom prazo para pagamento das mercadorias.

Trabalhará também com a distribuidora Eldorado e J C que contemplam toda a linha de materiais escolares e de escritório, os quais possuem grande vantagem: a entrega é de no máximo dois dias e os representantes vêm até a porta para que as compras sejam feitas de maneira eficiente e rápida.

3.5 Estratégias promocionais

A estratégia que será adotada pela Disneylândia será de propaganda na Rádio Goiás FM de Itapaci 87,9 a qual tem grande audiência e atinge cidade vizinhas; será feita várias vezes ao ano, com enfoque maior, no início do ano, pois se inicia-se também o ano letivo. Será divulgada toda a linha de material escolar, modelos diferentes, marcas, preços, prazos, endereço e outros. Com essa estratégia a empresa atenderá um fluxo maior de clientes, divulgando suas promoções e suas vantagens competitivas, e com a utilização dessa publicação a empresa terá a oportunidade de se tornar ainda mais conhecida.

• A papelaria terá uma estratégia para fidelização dos clientes, realizando promoções como: na compra dos materiais escolares, o cliente levará todos os cadernos encapados sem custo. As escolas do município de Itapaci exigem cadernos encapados.

A empresa também realizará promoções à vista, oferecerá brindes de acordo com o valor da compra e fará propaganda volante.

Após as realizações das estratégias promocionais, a empresa espera reconhecimento na cidade e principalmente nos bairros próximos à Vila Santana, fidelidade dos clientes, aumento dos clientes e lucratividade.

3.6 Abrangência da cadeia de abastecimento

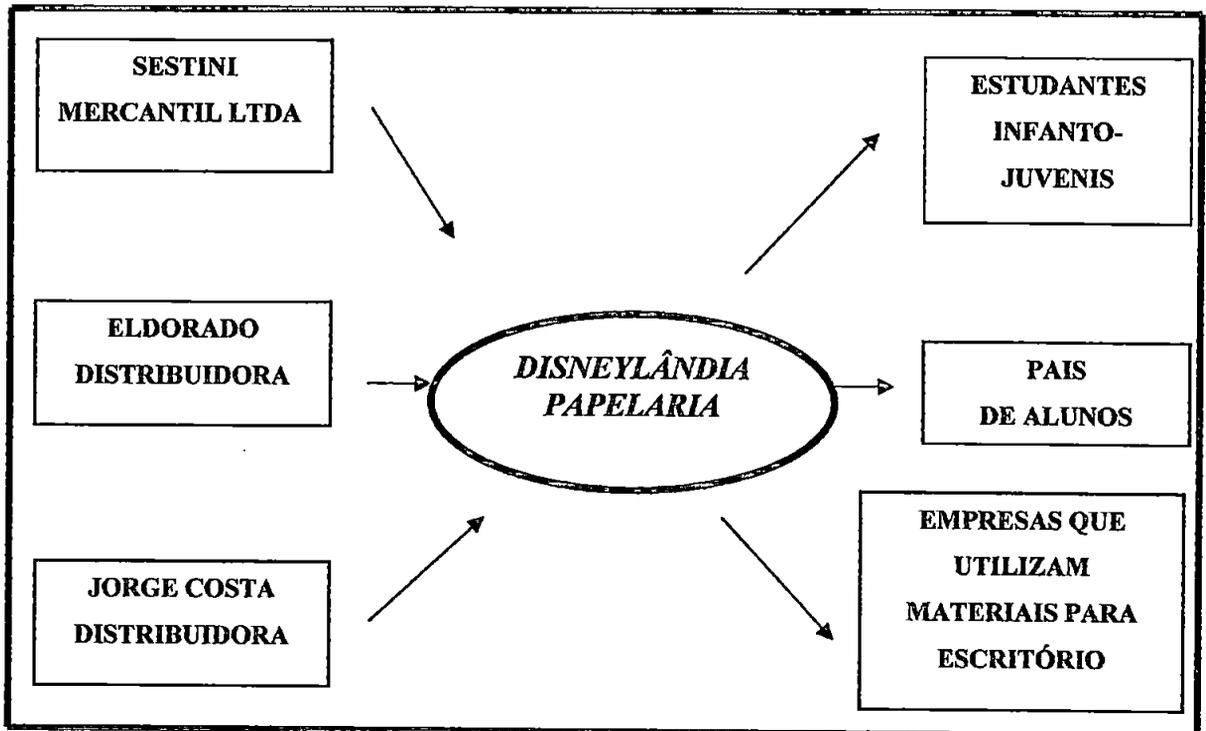


Figura 1: Abrangência da cadeia de abastecimento
 Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, 2009.

O canal de distribuição será o varejo cujo objetivo principal é realizar vendas de produtos ou serviços diretamente ao consumidor final.

O abastecimento da papelaria será feito duas vezes por semana. Nos meses que antecedem a volta às aulas, terá um estoque maior de materiais para que na hora não falte nada ao cliente e ele se sinta satisfeito com o produto no momento certo toda a qualidade que merece.

Na papelaria não será preciso muito estoque, pois as empresas que fornecem, têm um prazo de entrega rápido não atrasando a chegada dos produtos.

Os clientes da Disneylândia Papelaria são, em sua maioria, pessoas da região. O público infanto-juvenil, pais de estudantes do município de Itapaci se preocupam com produtos de qualidade, por isso é preciso planejar, organizar, dirigir e controlar.

3.7 O mercado

Segundo o SEBRAE (2006) o segmento de papelaria apresenta um incremento expressivo de demanda entre os meses de janeiro a março, em decorrência da volta às aulas com 12% de aumento, quando chega a representar até 70% da receita anual. O momento de volta às aulas ainda é o período mais forte. Sendo assim, o comerciante deve se preparar para esse período com bastante antecedência, buscando identificar fornecedores, negociar preços e formas de pagamento, etc. Após esse período, o volume comercializado não será mais escolar, mas de material de escritório e produtos menos sazonalizados. Quando é necessário realizar planejamentos, para não haver muita queda no setor, aproveitando datas comerciais. A média de compra por cliente se limita a 20 itens. A volta às aulas representa entre 10% a 30% de aumento das vendas.

Para o SEBRAE (2006) as papelarias buscam manter uma maior lucratividade, nos períodos de entressafra quando as papelarias procuram fortalecer parcerias com escolas, em busca de exclusividade nas listas de materiais e com empresas. Outras apostam em serviços, como a criação de áreas internas voltadas para cursos de artesanato, pintura e informática. Atualmente é necessário identificar os segmentos de mercado específicos que se deseja conquistar. Esse ramo pode atender consumidores independentes de faixa etária, sexo e classe social.

No município de Itapaci, a área da Educação, cujo olhar da empresa estará mais especialmente voltada, houve alguns índices de favorecimento para o empreendimento como: crescimento na escola da área urbana onde com aumento de transportes facilita a vinda dos alunos até à escola aumentando gradativamente. A escola municipal da cidade foi aberta em 2001 e daí aumenta cada dia mais e 2008 a 2009 houve um aumento de 100 alunos. 2008 com 1409 alunos e 2009 com 1509 alunos. E a cidade de Itapaci conta também com escolas estaduais que também crescem gradativamente e conseqüente há aumento de consumo o setor.

No ano de 2008 houve um grande enfoque na área da Educação, motivando alunos e professores nas redes escolares. A escola municipal está tendo uma atenção redobrada onde o prefeito está investindo, ampliando e informatizando. Antes não havia apostilas nas escolas municipais e hoje há uma grande editora fornecendo estas apostilas, com isso trazendo mais alunos para a escola onde há um grande incentivo para os empreendedores. Mais alunos, mais vendas de materiais escolares.

Também houve, aumento em novos empreendimentos, crescimento da Usina de álcool Vale Verde, levando as empresas a comprarem materiais para escritórios e produtos menos sazonalizados que são relativos à estação do ano, e acabam sendo comercializados a qualquer época.

3.8 Vendas e pós-vendas

Para satisfazer os clientes, a empresa procurará realizar suas vendas com preços acessíveis e menores do que os da concorrência, com formas de pagamento facilitadas, atingindo a satisfação dos clientes.

Para verificar o grau de satisfação dos clientes em relação aos produtos oferecidos, a empresa ouvi-los-á, solicitando sugestões, e se não houver a satisfação esperada a empresa buscará solucionar os problemas, objetivando a plena satisfação da clientela, cujo atendimento será de qualificação máxima, isto é, auxílio na escolha dos produtos, contudo deixando-lhe o livre arbítrio, oferecendo preço justo e negociação na forma de pagamento. O cliente bem atendido é ponto certo para o sistema de fidelização o qual pretende a empresa.

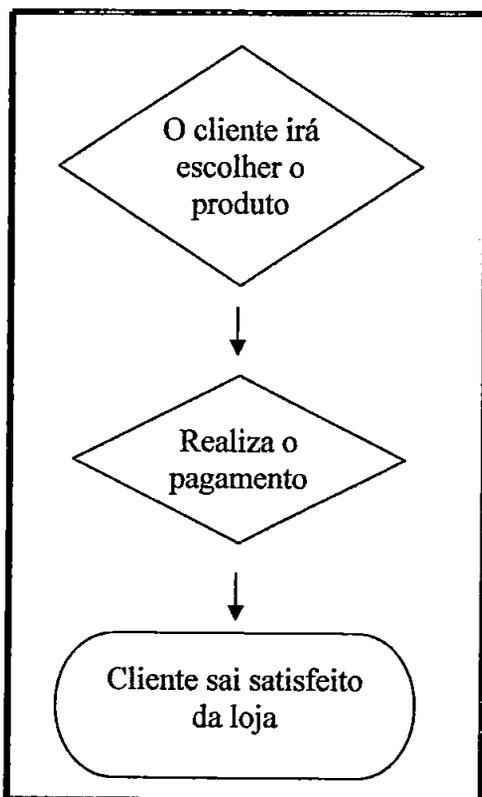


Figura 2: Atendimento ao cliente

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

3.9 Matriz Swot

Pontos Fortes	<ul style="list-style-type: none"> • Produtos com qualidade, diversificados, preço acessível, • Qualidade no atendimento, ambiente agradável. • Experiência no ramo • Treinamento dos funcionários para melhor atender a clientela.
Pontos Fracos	<ul style="list-style-type: none"> • Dificuldade na obtenção de clientes.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Fornecedores eficientes e ágeis. • Entrega dos produtos com eficiência.
Ameaças	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrência na cidade

Quadro 1: Análise Swot

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

A empresa sempre estará procurando, a cada dia, melhorar seus pontos fortes para garantir sucesso. Para isso sempre realizará treinamentos com os funcionários. Quanto aos pontos fracos a empresa investirá nas estratégias promocionais para garantir uma clientela sólida.

Devido a oportunidades que a empresa terá se empenhará o máximo, para garantir a satisfação dos clientes, garantindo crescimento contínuo. Nas ameaças e oportunidade a empresa deverá estar atenta para não ser pega de surpresa, procurando ser um diferencial na cidade

4 PLANO OPERACIONAL

4.1 Localização

Atualmente o mercado de papelaria vem sofrendo muitas mudanças e transformações, devido às exigências dos consumidores, em relação aos produtos oferecidos. Analisam criteriosamente qualidade e preços.

É necessário estar em dia com as novidades que o mercado oferece. Daí, a necessidade do empreendedor sempre buscar atualizações, utilizando da criatividade, para manter o público alvo constante.

Os consumidores exigem: qualidade, fácil acesso e boa infra-estrutura. Visando a satisfação do cliente, a Disneylândia Papelaria, contará com uma estrutura espaçosa e de fácil acesso.

A empresa estará localizada na Rua Mato Grosso, setor Jardim Presidente, na cidade de Itapaci – GO.

O local foi escolhido por ter grande fluxo de pessoas, fácil acesso, por ser uma área muito movimentada pois é via para o setor Vila Santana, é um ponto estratégico na cidade por estar próximo a escolas, empresas e pontos de ônibus de alunos, ou seja, por ser a principal rua do setor, há grande movimentação de pessoas e veículos, onde o slogan do empreendimento será construído para chamar atenção dos que trafegam pela avenida.

A princípio, a empresa pretende alugar o local, no momento a melhor alternativa para implantação do negócio. O local atende as necessidades operacionais, quanto à localização, serviços de água, luz, telefone, há local para estacionamento e carga e descarga de mercadorias, não alterando a rotina de atendimento.

Os concorrentes estão em localidades diferentes da empresa a ser implantada, sendo assim as oportunidades são grandes, por estar em local de grande movimentação e fácil acesso.

O local foi vistoriado pela prefeitura, constatando legalidade e regularidade do imóvel, não existem multas e nem IPTU (Imposto Predial e Territorial Urbano) atrasados. Em relação aos vizinhos, acredita-se que não haverá problemas, por ser empresa que ofereça produtos de consumo usuais cotidianos. Não haverá ruídos que perturbem ou incomodem os vizinhos, e de modo certo, a empresa estará beneficiando os moradores em geral.

As estratégias usadas pela empresa são: qualidade nos produtos, facilidade no acesso, proporciona aos clientes conforto e comodidade para a escolha dos produtos desejados, agradando aos clientes, garantindo a satisfação e fidelização dos mesmos.

O local escolhido preenche todos os requisitos para implantação de um negócio: os estabelecidos pela empresa e pela prefeitura.

Será realizado um contrato inicial de locação 2 anos, podendo ser prorrogado. Este contrato será registrado no Cartório de Registro Civil na cidade de Itapaci – GO, sendo lavrado em duas vias de igual teor, para o locador e o locatário.

4.2 Layout

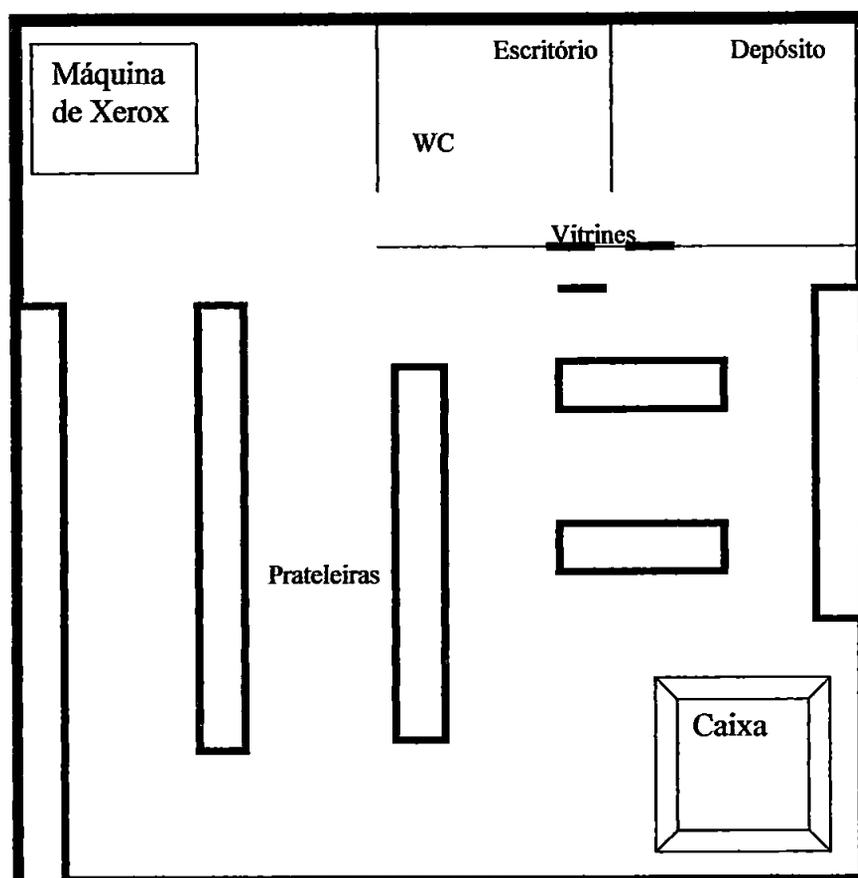


Figura 3 - Layout

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

A empresa Disneylândia Papelaria contará com uma estrutura de 8 metros de largura por 12 metros de comprimento. Como o imóvel é no lote todo, não há espaço para expansão.

A localidade dos produtos será de forma criativa, facilitando o acesso dos clientes para a aquisição dos produtos.

A mesma contará com um escritório, depósito, ambiente para as prateleiras e vitrines para exposição dos produtos.

4.3 Capacidade comercial

A empresa contará com 3 funcionários para realização do atendimento, e as áreas administrativas do empreendimento.

A empresa tem capacidade comercial para atender uma média de 30 clientes diários, uma média de 720 clientes mensais. Funcionará 24 dias por mês, não trabalhando domingos e feriados. A empresa realizará uma venda de 50 itens por dia, vendendo uma média de 1.200 itens mensais.

No período “volta às aulas”, nos meses de janeiro e agosto, há uma sazonalidade no setor, aumentando as vendas dos itens, numa média de 10% a 30%, sendo assim o estoque da empresa também aumentará.

4.4 Processo de comercialização

Produtividade é trabalhar de maneira que a demanda seja totalmente atendida, ou seja, ter mercadoria suficiente para atender a todos os estilos de clientes, não medindo esforços para melhor satisfazê-los.

As comercializações dos produtos estarão ligadas à responsabilidade dos vendedores com supervisão da proprietária.

A empresa Disneylândia Papelaria contará com vendedores capacitados a fim de melhor atender seus clientes, em contato direto com diversos modelos da linha escolar.

A comercialização será feita da seguinte forma: a proprietária realizará as compras, recebimento de mercadorias, pagamentos, controle de estoque e controle administrativo. Os vendedores realizarão o atendimento aos clientes, oferecendo um atendimento diferenciado, com qualidade, por serem altamente treinados. A estratégia é voltada diretamente para o consumidor final

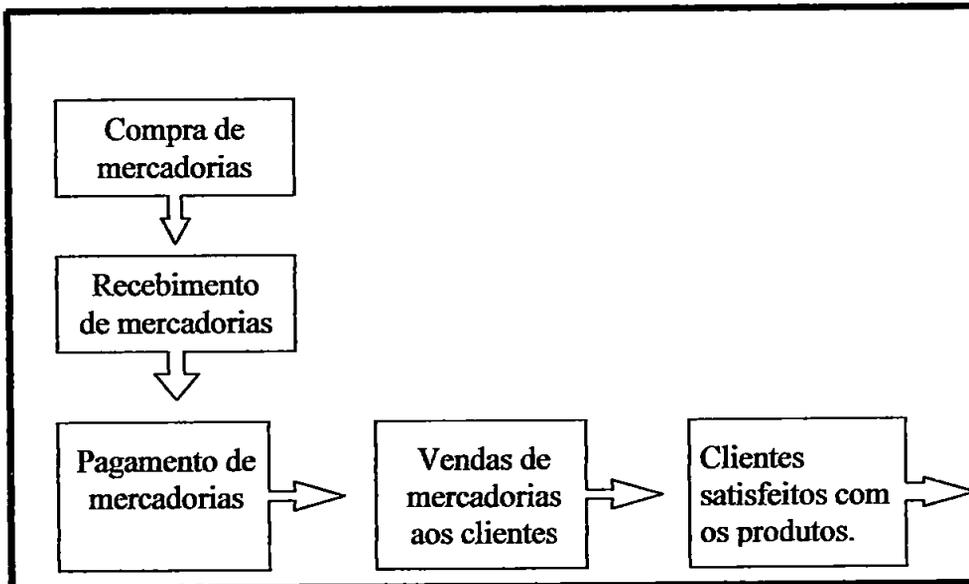


Figura 4: Comercialização

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009

4.5 Dimensionamento de pessoal

A empresa Disneylândia Papelaria, empresa de pequeno porte, terá 3 funcionários. O funcionamento da empresa será das 08h às 18h, de segunda a sexta, e no sábado das 08h às 12h, uma carga horária de 44 horas semanais; os funcionários terão 2 horas de almoço, em horários alternados.

Os cargos serão divididos em:

- a) Gerente: a proprietária será responsável por toda área administrativa da empresa (compras, controle de estoque, recebimentos, supervisão e pagamentos).
- b) 2 Vendedores: responsáveis pelo atendimento, reposição de mercadorias, e limpeza, supervisionados pela proprietária.

Para o início das atividades da empresa, a proprietária realizará treinamentos de informática, vendas, junto ao SEBRAE, para atualizar-se e bem administrarem o empreendimento.

A política de Recursos Humanos da empresa na contratação dos funcionários será realizada pela proprietária da empresa, que analisará currículos, experiência profissional e responsabilidade. A empresa também disponibilizará cursos de treinamentos para qualificação dos funcionários, visando o bom atendimento, a fidelização da clientela e conseqüente crescimento da empresa.

Cargo	Pró-labore	Encargos Sociais		Encargos trabalhistas				Total Mês
		INSS	FGTS	Férias	1/3 Férias	13° Salário	Aviso Prévio	
Gerente	1100,00	121,00	-	-	-	-	-	1221,00
Vendedores	1100,00	Simples	93,50	91,66	30,55	91,66	91,66	1499,03

Quadro 2: Quadro Pessoal

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

5 PLANO FINANCEIRO

5.1 Estimativa dos investimentos fixos

Para que a empresa Disneylândia Papelaria inicie seu funcionamento de maneira apropriada será necessária aquisição de bens. O quadro a seguir mostra a descrição dos bens utilizados, a quantidade, valor unitário e valor total.

ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS			
Qtd.	Descrição do Item	Unt.	Total
1	Balcão	700,00	700,00
4	Prateleira	700,00	2.800,00
3	Vitrine	500,00	1.500,00
1	Máquina de Xérox	7.000,00	7.000,00
1	Computador	1.400,00	1.400,00
1	Impressora fiscal	2.200,00	2.200,00
1	Máquina ECF ²	1.600,00	1.600,00
1	Leitor infravermelho	180,00	180,00
1	Telefone	100,00	100,00
1	Mesa para escritório	550,00	550,00
2	Calculadora	35,00	70,00
	Outros		1.000,00
Total			19.100,00

Quadro 3: Estimativa dos investimentos fixos

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

5.2 Estimativa dos investimentos financeiros

Para a formação do capital de giro da empresa são necessários os investimentos financeiros. O capital de giro é o montante em dinheiro necessário para: o estoque inicial de matérias-primas, pagamentos de salários e outras despesas.

ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FINANCEIROS	
ESTOQUE INICIAL	12.464,50
CAPITAL DE GIRO	5.000,00
Total	17.464,50

Quadro 4: Estimativa dos investimentos financeiros

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

² Máquina para emissão de cupom fiscal.

5.2.1 Estimativa de estoque inicial

Estoque inicial é composto por todas as matérias-primas utilizadas na empresa Disneylândia Papelaria, para a revenda das mesmas.

ESTIMATIVA DE ESTOQUE INICIAL			
Qtd.	Descrição do Item	Valor unitário	Valor total
20 cx	Alfinete para mapa	3,09	61,80
20 ud	Almofada para carimbo	2,59	51,80
230 ud	Apontadores	0,45	103,50
20 ud	Arquivos	1,28	25,60
10 ud	Barbante	6,10	61,00
300 ud	Borrachas	0,25	75,00
250 ud	Cadernos	6,50	1.625,00
300 ud	Canetas esferográficas	0,36	108,00
80 ud	Canetas hidrográficas	2,80	224,00
200 ud	Papel carbono	0,13	26,00
30 ud	Cartões	1,50	45,00
80 cx	Clipes	1,23	98,40
250 ud	Colas	0,60	150,00
80 ud	Compassos	2,26	180,80
80 ud	Corretores de texto	0,80	64,00
50 ud	Elásticos	1,35	67,50
50 ud	Embalagens para presente	1,00	50,00
300 ud	Envelopes	0,08	24,00
150 ud	Estiletes	0,90	135,00
150 ud	Estojos escolares	6,52	978,00
50 fls	Etiquetas	0,65	32,50
80 ud	Fichários	23,00	1.840,00
150 ud	Fitas adesivas	1,37	205,50
20 ud	Gaveteiros	12,00	240,00
200 cx	Giz de cera	0,70	140,00
200 estj	Grafites	1,00	200,00
20 ud	Grampeador	5,32	106,40
80 cx	Grampos	1,78	142,40
400 ud	Lápis	0,20	80,00
200 ud	Lapiseira	1,89	378,00
30 ud	Lâminas	0,15	4,50
100 ud	Marcadores de texto	0,64	64,00
150 cx	Massa de modelar	0,90	135,00
400 pct	Papel	1,70	680,00
200 ud	Pastas	1,80	360,00
50 cx	Percevejos	2,33	116,50

20 ud	Perfuradores	3,62	72,40
100 rolo	Plástico para encapar	2,30	230,00
40 ud	Porta durex	8,00	320,00
40 ud	Pranchetas	0,95	38,00
100blc	Refil pra fichário	6,51	651,00
40 fls.	Refil para catálogo	0,15	6,00
200 ud	Régua	0,30	60,00
200 ud	Tesoura	0,80	160,00
100 cx	Tinta guache	1,19	119,00
50 ud	Tinta para carimbo	3,50	175,00
30 ud	Pistola para cola quente	7,01	210,30
1 un	Túnel	450,00	450,00
	Outros		1.200,00
Total			12.464,50

Quadro 5: Estimativa de estoque inicial

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

5.2.2 Estimativa de capital de giro

Para cobrir os custos da empresa até que Contas a Receber entrem no caixa, é necessário uma Reserva de Caixa. A empresa Disneylândia Papelaria terá uma reserva no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais).

5.3 Estimativa de investimentos pré-operacionais

Antes do início do funcionamento da empresa, é necessário que a empresa realize alguns gastos, como reformas, vistas á legislação, divulgação e outros. Esses recursos serão compostos de capital próprio.

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	
Descrição do Item	Total
Reforma	3.000,00
Despesa de legalização	600,00
Divulgação	650,00
Outras despesas	1.000,00
Total	5.250,00

Quadro 6: Estimativa de investimentos pré-operacionais

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

5.4 Estimativa de investimento total

O investimento total compreende todos os investimentos feitos pelo empreendedor para a abertura da empresa. Sendo composto pelos investimentos fixos, investimentos financeiros e investimentos pré-operacionais.

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO TOTAL	
Descrição do Item	Total
Investimentos fixos	19.100,00
Investimento Financeiro	17.464,50
Investimento pré-operacional	5.250,00
Total	41.814,50

Quadro 7: Estimativa de investimento total

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

5.5 Estimativa do faturamento da empresa

Estima -- se para a empresa um faturamento mensal superior a R\$ 16.256,95 (dezesesseis mil, duzentos e cinqüenta e seis reais e noventa e cinco centavos) quando estiver estabilizada no mercado. Mas em certas épocas do ano a empresa pode sofrer sazonalidade, como nos meses de “volta às aulas”.

ESTIMATIVA DO FATURAMENTO					
Preço de venda	Descrição do Item	Qtd. mensal	Qtd. anual	Valor mensal	Valor anual
4,45	Alfinete para mapa cx.	15	180	66,75	801,00
3,6	Almofada para carimbo	15	180	54,00	648,00
0,85	Apontadores	200	2.400	170,00	2.040,00
1,95	Arquivos	18	216	35,10	421,20
8,8	Barbante	7	84	61,60	739,20
0,5	Borrachas	270	3.240	135,00	1.620,00
10,9	Cadernos	230	2.760	2.507,00	30.084,00
0,6	Canetas esferográficas	280	3.360	168,00	2.016,00
4,55	Canetas hidrográficas	60	720	273,00	3.276,00

0,2	Papel carbono	180	2.160	36,00	432,00
2,3	Cartões	25	300	57,50	690,00
1,75	Clipes cx.	70	840	122,50	1.470,00
1,1	Colas	230	2.760	253,00	3.036,00
3,55	Compassos	70	840	248,50	2.982,00
1,4	Corretores de texto	70	840	98,00	1.176,00
2,1	Elásticos	40	480	84,00	1.008,00
1,45	Embalagens p/ presente	40	480	58,00	696,00
0,2	Envelopes	250	3.000	50,00	600,00
1,35	Estiletos	130	1.560	175,50	2.106,00
11,1	Estojo escolares	130	1.560	1.443,00	17.316,00
1	Etiquetas	50	600	50,00	600,00
35,15	Fichários para comércio	80	960	2.812,00	33.744,00
2,1	Fitas adesivas	170	2.040	357,00	4.284,00
16	Gaveteiros	15	180	240,00	2.880,00
1,2	Giz de cera cx.	180	2.160	216,00	2.592,00
1,8	Grafites	180	2.160	324,00	3.888,00
9,1	Grampeador	15	180	136,50	1.638,00
3,5	Grampos	65	780	227,50	2.730,00
0,35	Lápis	350	4.200	122,50	1.470,00
3,1	Lapiseira	180	2.160	558,00	6.696,00
0,25	Lâminas	25	300	6,25	75,00
1	Marcadores de texto	80	960	80,00	960,00
1,4	Massa de modelar	130	1.560	182,00	2.184,00
2,8	Papel 100 fls.	250	3.000	700,00	8.400,00
2,6	Pastas	170	2.040	442,00	5.304,00
3,2	Percevejos	40	480	128,00	1.536,00
5,45	Perfuradores	15	180	81,75	981,00
3,65	Plástico p/ encapar-rolo	80	960	292,00	3.504,00
15,05	Porta durex	30	360	451,50	5.418,00
1,45	Pranchetas	30	360	43,50	522,00
10,4	Refil pra fichário	80	960	832,00	9.984,00
0,25	Refil para catálogo	30	360	7,50	90,00
0,65	Régua	180	2.160	117,00	1.404,00
1,25	Tesoura	180	2.160	225,00	2.700,00
1,8	Tinta guache cx.	70	840	126,00	1.512,00
6	Tinta para carimbo	40	480	240,00	2.880,00
10,5	Pistola para cola quente	25	300	262,50	3.150,00
0,2	Xerox	600	7.200	120,00	1.440,00
	Outros			800	9.600,00
TOTAL				16.276,95	195.323,40

Quadro 8: Estimativa de faturamento

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

Nos meses de janeiro, fevereiro, julho e agosto, há uma sazonalidade de 10% a 20%, devido ser o período de 'volta as aulas'.

Mês	Sazonalidade %	Faturamento mensal R\$	Faturamento total R\$
1	30	16.276,95	21.160,03
2	20	16.276,95	19.523,34
3		16.276,95	16.256,95
4		16.276,95	16.256,95
5		16.276,95	16.256,95
6		16.276,95	16.256,95
7	10	16.276,95	17.904,65
8	10	16.276,95	17.904,65
9		16.276,95	16.256,95
10		16.276,95	16.256,95
11		16.276,95	16.256,95
12		16.276,95	16.256,95
Total		195.323,40	206.548,26

Quadro 9: Estimativa de faturamento com sazonalidade
 Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

5.6 Estimativa do custo com materiais mensal e anual

ESTIMATIVA DO CUSTO MENSAL E ANUAL					
Descrição do Item	Preço unit.	Qtd. mensal	Qtd. anual	Custo mensal R\$	Custo anual R\$
Alfinete para mapa	3,09	15	180	46,35	556,20
Almofada para carimbo	2,59	15	180	38,85	466,20
Apontadores	0,45	200	2.400	90,00	1.080,00
Arquivos	1,28	18	216	23,04	276,48
Barbante	6,10	7	84	42,70	512,40
Borrachas	0,25	270	3.240	67,50	810,00
Cadernos	6,50	230	2.760	1.495,00	17.940,00
Canetas esferográficas	0,36	280	3.360	100,80	1.209,60
Canetas hidrográficas	2,80	60	720	168,00	2.016,00
Papel carbono	0,13	180	2.160	23,40	280,80
Cartões	1,50	25	300	37,50	450,00
Clipes	1,23	70	840	86,10	1.033,20
Colas	0,60	230	2.760	138,00	1.656,00
Compassos	2,26	70	840	158,20	1.898,40
Corretores de texto	0,80	70	840	56,00	672,00
Elásticos	1,35	40	480	54,00	648,00
Embalagens presente	1,00	40	480	40,00	480,00
Envelopes	0,08	250	3.000	20,00	240,00

Estiletos	0,90	130	1.560	117,00	1.404,00
Estojos escolares	6,52	130	1.560	847,60	10.171,20
Etiquetas	0,65	50	600	32,50	390,00
Fichários	23,00	80	960	1.840,00	22.080,00
Fitas adesivas	1,37	170	2.040	232,90	2.794,80
Gaveteiros	12,00	15	180	180,00	2.160,00
Giz de cera	0,70	180	2.160	126,00	1.512,00
Grafites	1,00	180	2.160	180,00	2.160,00
Grampeador	5,32	15	180	79,80	957,60
Grampos	1,78	65	780	115,70	1.388,40
Lápis	0,20	350	4.200	70,00	840,00
Lapiseira	1,89	180	2.160	340,20	4.082,40
Lâminas	0,15	25	300	3,75	45,00
Marcadores de texto	0,64	80	960	51,20	614,40
Massa de modelar	0,90	130	1.560	117,00	1.404,00
Papel	1,70	250	3.000	425,00	5.100,00
Pastas	1,80	170	2.040	306,00	3.672,00
Percevejos	2,33	40	480	93,20	1.118,40
Perfuradores	3,62	15	180	54,30	651,60
Plástico para encapar	2,30	80	960	184,00	2.208,00
Porta durex	8,00	30	360	240,00	2.880,00
Pranchetas	0,95	30	360	28,50	342,00
Refil pra fichário	6,51	80	960	520,80	6.249,60
Refil para catálogo	0,15	30	360	4,50	54,00
Régua	0,30	180	2.160	54,00	648,00
Tesoura	0,80	180	2.160	144,00	1.728,00
Tinta guache	1,19	70	840	83,30	999,60
Tinta para carimbo	3,50	40	480	140,00	1.680,00
Pistola para cola quente	7,01	25	300	175,25	2.103,00
Tonner	450,00	1 p/ 3meses	4	450,00	1.800,00
Outros				1.000,00	12.000,00
Total				10.921,94	127.463,28

Quadro 10: Estimativa do custo com materiais

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

5.7 Estimativa dos custos com comercialização

Como as vendas anuais estão estimadas em R\$ 206.548,26 (duzentos e seis mil, quinhentos e quarenta e oito reais, e vinte e seis centavos) a alíquota do imposto é de 5,47% de acordo com o enquadramento. Sendo assim o imposto será de:

Receita bruta em 12 meses	Alíquota	INSS
Até 120.000,00	4,00%	1,80%
De 120.000,01 a 240.000,00	5,47%	2,17%

De 240.000,01 a 360.000,00	6,84%	2,71%
----------------------------	-------	-------

Quadro 11: Receita bruta

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009

ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM COMERCIALIZAÇÃO			
Descrição do Item	%	Faturamento total R\$	Custo total R\$
Imposto – SIMPLES NACIONAL	5,47	206.548,26	11.298,19
TOTAL			11.298,19

Quadro 12: Estimativa dos custos com comercialização

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

5.8 Estimativa dos custos com mão-de-obra

A empresa contará com 3 funcionários para realização do atendimento, e as áreas administrativas do empreendimento.

ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO-DE-OBRA						
Cargo	Qtd	Salário mensal R\$	Encargos %	Encargos mensais R\$	Salário + encargos mensais R\$	Salário + encargos total anual R\$
Pró-labore	1	1.100,00	11	121,00	1.221,00	14.652,00
Vendedores	2	1.100,00	8	93,50	1.193,50	14.322,00
Total	3	2.200,00		214,50	2.414,50	28.974,00

Quadro 13: Estimativa dos custos com mão-de-obra

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

5.9 Estimativa dos custos com depreciação

Com o passar dos anos, as máquinas, ferramentas e equipamentos vão se desgastando ou se tornando ultrapassados, sendo necessário uma reposição ou troca de peças.

ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM DEPRECIACÃO				
Descrição do Item	Valor	Vida útil	Depr. Mensal R\$	Depr. Anual R\$
Móveis	6.550,00	10 anos	54,58	655,00
Informática	5.550,00	5 anos	92,50	1.110,00
Equipamentos	7.000,00	10 anos	58,33	700,00
Total	19.100,00		205,41	2.465,00

Quadro 14: Estimativa dos custos com depreciação

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

5.10 Estimativa dos custos fixos e variáveis mensal/anual

Os custos são todos os gastos realizados na produção dos serviços, e serão incorporados no preço de vendas.

ESTIMATIVA DOS CUSTOS FIXOS E VARIÁVEIS		
CUSTOS FIXOS	MEDIA MENSAL R\$	MÉDIA ANUAL R\$
Salários + encargos	2.414,50	28.974,00
Depreciação	205,41	2.465,00
Total	2.619,91	31.439,00
CUSTOS VARIÁVEIS	MÉDIA MENSAL R\$	MÉDIA ANUAL R\$
Impostos	941,52	11.298,19
Custos com materiais	10.921,94	127.463,28
Total	11.863,46	138.761,47
Custo Total	14.483,37	170.200,47

Quadro 15: Estimativa dos custos fixos e variáveis

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

5.11 Estimativa das despesas

As despesas são gastos que se destinam a comercialização dos produtos e serviços e a administração geral da empresa.

ESTIMATIVA DAS DESPESAS		
Despesas	Média mensal	Média anual
Energia	120,00	1.440,00
Água	20,00	240,00
Telefone	70,00	840,00
Contador	120,00	1.440,00
Aluguel	400,00	4.800,00
Total	730,00	8.760,00

Quadro 16: Estimativa das despesas

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

5.12 Demonstrativo de resultado

Com o demonstrativo de resultado, é possível a empresa prever os resultados, verificando se ela terá lucro ou prejuízos.

DEMONSTRATIVO DE RESULTADO	
Descrição	Valor em R\$
RECEITA TODA DE VENDAS	
Total	206.548,26
(-) Soma dos Custos fixos e variáveis	170.200,47
(=) LUCRO BRUTO	36.347,79
(-) despesas	8.760,00
LUCRO LÍQUIDO	27.587,79

Quadro 17: Demonstrativo do resultado

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009.

Para início das atividades, a empresa terá um bom retorno, segundo as expectativas de crescimento do mercado de papelaria.

5.13 Indicadores de viabilidade

5.13.1 Margem de contribuição

É o excesso do preço de venda em relação aos custos e despesas variáveis; destina-se a amortizar os custos e despesas fixas e a formar o lucro da empresas.

I.M.C. = receita líquida total – custos variáveis – despesas variáveis.

Receita líquida total

I.M.C = $\frac{206.548,26 - 138.761,47}{206.548,26} = 0,3282$

206.548,26

5.13.2 Ponto de Equilíbrio

O Ponto de Equilíbrio representa o quanto a empresa precisa faturar ou quantas unidades de um determinado produto ou serviço precisam ser vendidas para pagar todos os seus custos em um determinado período.

$$P.E = \frac{\text{custo e despesas fixo total}}{\text{Índice de margem de contribuição}}$$

$$P.E = \frac{31.439,00 + 8.760,00}{0,3282} = 122.483,24 \text{ ao ano}$$

$$P.E. = 10.206,94 \text{ ao mês.}$$

Isso quer dizer que R\$ 10.206,94 é a receita total para cobrir os custos da empresa.

Isso é satisfatório pra empresa, pois ela precisa vender R\$ 10.206,94 para cobrir os custos e despesas, é terá uma venda mensal de R\$ 17.205,27. Estando com um valor positivo.

5.13.3 Lucratividade

É um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas. É um dos principais indicadores econômicos das empresas, pois está relacionado diretamente à competitividade.

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{lucro do exercício}}{\text{Receita líquida total}} \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = \frac{27.587,79}{206.548,26} \times 100 = 13,36\% \text{ ao ano}$$

Isso quer dizer que depois de pagas todas as despesas a empresa terá uma lucratividade de 13,36% ao ano ou 1,113% ao mês.

Analisando com o SEBRAE (2008) a lucratividade mensal está baixa, mas para início das atividades é satisfatório. Após o período inicial do empreendimento, procura-se uma melhor lucratividade.

Segundo o SEBRAE (2008), para os pequenos negócios é importante que os lucros gerados sejam equivalentes a 3% ao mês em média do valor dos investimentos próprios. Com relação à lucratividade (lucros sobre as vendas) para as micros e pequenas empresas ela varia entre torno de 5% a 10% para indústria e comércio. No caso de prestadoras de serviços ficam em torno de 15% a 20%.

5.13.4 Rentabilidade

É um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido aos sócios. É obtido sob a forma de percentual por unidade de tempo (por exemplo, mês ou ano).

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{lucro do exercício}}{\text{Investimento total}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{27.587,79}{41.814,50} \times 100 = 65,98\% \text{ ao ano}$$

Isso quer dizer que o empreendedor recupera 65,98% ou 5,50% ao mês ao ano do capital investido. Assim analisando segundo o SEBRAE (2008) a empresa esta acima dos valores.

Segundo o SEBRAE (2008), as micro e pequenas empresas esperam uma rentabilidade de 2% a 4% ao mês.

5.13.5 Prazo de retorno de investimento

Indica o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu no seu negócio.

$$\text{Pay back} = \frac{\text{investimento total}}{\text{Lucro do exercício}}$$

$$\text{Pay back} = \frac{41.814,50}{27.587,79} = 1 \text{ ano e 6 meses}$$

Isso quer dizer que após 1 ano e 6 meses o empreendedor terá recuperado o valor total que gastou nos investimentos. Isto é bom, por ser em curto prazo.

5.14 Fluxo de caixa

Descrição		2010	2011	2012	2013	2014
Investimento Total	-41.814,50					
Receitas totais		206.548,26	212.744,71	219.127,50	225.700,86	232.471,89
Receitas totais		206.548,26	212.744,71	219.127,50	225.700,86	232.471,89
(-) Custos e despesas totais		165.197,28	170.153,20	175.257,79	180.515,53	185.930,99
Salários + encargos		28.974,00	28.843,22	30.738,52	31.660,67	32.610,49
Materiais		127.463,28	131.287,18	135.225,79	139.282,57	143.461,05
Energia		1.440,00	1.483,20	1.527,70	1.573,53	1.620,73
Água		240	247,20	254,62	262,25	270,12
Telefone		840	865,20	891,16	917,89	945,43
Contador		1.440,00	1.483,20	1.527,70	1.573,53	1.620,73
Aluguel		4.800,00	4.944,00	5.092,32	5.245,09	5.402,44
(=) Lucro Tributável		41.350,98	42.591,51	43.869,25	45.185,33	46.540,90
(-) Simples Nacional (5,47)		11.298,19	11.637,14	11.986,25	12.345,84	12.716,21
(=) Disponibilidade		30.052,79	30.954,37	31.883,01	32.839,49	33.824,69
Amortização (9,85% ao ano)	-41.814,50		-10.453,63	-10.453,63	-10.453,63	-10.453,63
Saldo Acumulado		30.052,79	50.553,53	71.982,91	94.368,77	117.739,83

Quadro 18: Fluxo de caixa

Fonte: Dados de pesquisa, elaborada pela autora, 2009

5.15 Taxa Mínima de Atratividade – TMA

A Taxa Mínima de Atratividade (TMA) é uma taxa de juros que representa o mínimo que um investidor se propõe a ganhar quando faz um investimento, ou o máximo que um tomador de dinheiro se propõe a pagar quando faz um financiamento.

A taxa mínima de atratividade proposta para a Disneylândia Papelaria, será de 15% a.a. e 1,1715 a.m.

5.16 Taxa Interna de Retorno

A Taxa Interna de Retorno (TIR), é a taxa necessária para igualar o valor de um investimento (valor presente) com os seus respectivos retornos futuros ou saldos de caixa. Sendo usada em análise de investimentos significa a taxa de retorno de um projeto. Onde neste projeto a TIR será de 68.79%. Sendo portando um indicador que supera a TMA prevista e, como consequência, tem-se a viabilidade do projeto.

5.17 Valor Presente Líquido

O valor presente líquido (VPL), também conhecido como valor atual líquido ou método do valor atual, é a fórmula matemático-financeira de se determinar o valor presente de pagamentos futuros descontados a uma taxa de juros apropriada, menos o custo do investimento inicial. Basicamente, é o cálculo de quanto os futuros pagamento somado a um custo inicial estaria valendo atualmente.

Neste projeto o VPL será de R\$ 117.739,85, é bom porque ela terá um valor positivo, sendo lucrativo para a empresa.

5.18 Valor Presente Líquido Descontado

Fluxo de caixa anual/ enter / CHS/ FV/ tempo N/ taxa de juros/ i / PV

VPLD com o valor 64.280,55 sendo satisfatório para a empresa porque está no valor positivo.

6 ANÁLISE DE CONCLUSÃO SOBRE O PLANO

Com a elaboração deste Plano de Negócio, pudemos ter uma visão mais clara da futura empresa, avaliando as reais possibilidades de sucesso, assim aprimorando novas idéias tornando-se mais clara e precisa, através de uma análise detalhada do negócio.

O Plano de Negócio serviu para colocar em ordem as idéias e estruturá-las para melhor avaliar a viabilidade em relação à criação do novo empreendimento.

Através do Plano de Marketing observamos que teremos uma grande variedade de mercadorias para oferecer aos os novos clientes, com produtos inovadores e diferentes, e assim, atendendo às necessidades dos mesmos, trabalhando com público bem diversificado a classe infante – juvenil adolescente e pais de crianças do município de Itapaci e às empresas com toda a linha de escritório. Em relação aos concorrentes não teremos problemas, pois estaremos um pouco distante do centro. Os fornecedores são eficientes e ágeis entregando as mercadorias no prazo correto, e assim não atrasando para os novos clientes, com mercadorias de qualidade e preço acessível, pois a maioria das compras da empresa será a vista.

Portanto, trabalhar com preço bom, com formas de pagamento que agradam o consumidor, com produtos de qualidade, atendendo as necessidades e preferências dos consumidores, pode ser o grande diferencial em relação aos concorrentes.

Através do Plano Operacional vimos que a localização da empresa será de fácil acesso, pois estará localizada numa avenida de grande movimento da cidade, os consumidores vão atrás de novidades e preços que lhes agradam e é isto que temos para os clientes. A empresa contará com três funcionários para o atendimento aos clientes e para área administrativa e comercialização do novo empreendimento.

Através do Plano Financeiro realizado, é possível apontar diversos fatores positivos, conforme relacionados abaixo:

A rentabilidade alcançada pelo novo empreendimento supera as expectativas para uma micro empresa, visto que o resultado obtido foi de 65,98% ao ano do capital investido.

Em relação a lucratividade à lucratividade (lucro sobre as vendas) a empresa Disneylândia Papelaria terá uma lucratividade de 12,39% ao ano.

E em apenas 1 ano e 6 meses, a empreendedora terá recuperado todo o capital investido na abertura da Disneylândia Papelaria.

Enfim de acordo com os índices que foram verificados conclui-se que Disneylândia Papelaria é um empreendimento viável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a elaboração do projeto, a pesquisadora teve vários momentos de dificuldade, os quais foram superados, mas demandaram grandes esforços. Um dos maiores foi o problema do deslocamento para receber orientações, mas através da utilização da tecnologia, isto pôde ser superado facilmente.

Outro fator que demandou grande superação foi a concentração de trabalhos normais das disciplinas, durante o mesmo tempo de construção do trabalho de curso, o que em algumas oportunidades refletiu em uma correria extrema e talvez certo desprestigiamento de alguns.

Na construção deste trabalho optou-se por utilizar pesquisa de marketing secundária, pois se entendeu que seria o suficiente para entendimento do negócio e elaboração do plano sem maiores problemas.

Entende-se que o mundo do trabalho representa vários desafios para o homem, colocando o empreendedorismo como fator indispensável na construção de indivíduos autônomos, participativos perante as dificuldades que serão a alavanca para o sucesso e sobrevivência da empresa mercado de trabalho.

Por maiores que tenham sido os esforços, melhorias sempre são possíveis quando se tem um espírito empreendedor em si, e um sonho a se tornar realidade.

As expectativas de tornar esse sonho realidade foram alcançadas, diante do que se mostrou que esse empreendimento a ser implantado é de fato uma oportunidade real de negócio.

Assim se espera que, logo em breve, nesse futuro grandioso, ocorra a abertura real da empresa Disneylândia Papelaria – filial- na cidade de Itapaci, e que dê continuidade a esse caminho de grandes realizações.

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de plano de negócio: fundamentos, processos e estruturação**. 1. ed, São Paulo: Atlas, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

_____. **Empreendedorismo**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

DEGEM, Ronald. **O empreendedor**: São Paulo: McGraw- Hill, 1989

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

_____. **O segredo de Luísa**. 1 ed. São Paulo: Cultura, 1999b

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 2. ed. rev. e atual. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SEBRAE (2006). Disponível em: [http:// www.sebrae.com.br/](http://www.sebrae.com.br/). Acesso em: 29 set. 2009.

SEBRAE/MG (2007). Disponível em [http:// www.sebrae.com.br / MG/](http://www.sebrae.com.br/MG/). Acesso em: 15 out. 2009

SEBRAE (2008). Disponível em: http://www.sebrae.com.br/momento/quero-abrir-um-negocio/definenegocio/ideias-de-negocio/integra_ideia?rs=Papelaria. Acesso em: 08 set. 2009

SEPLAM. Disponível em: [http// www.seplan.gov.br//](http://www.seplan.gov.br/) Acesso em: 17 out. 2009.

Revisado por

Célia Romano do Amaral Mariano
Biblioteconomista CRB/1- 1528