



**ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE PRAIA GRANDE – ETEC PG
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO**

**DESENVOLVIMENTO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS APLICADO AO
MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL**

**GABRIELLA FERNANDA DE ALMEIDA ABREU
VINÍCIUS RODRIGUES RONDON ALMEIDA**

**PRAIA GRANDE
DEZEMBRO/2021**

**GABRIELLA FERNANDA DE ALMEIDA ABREU
VINÍCIUS RODRIGUES RONDON ALMEIDA**

**DESENVOLVIMENTO DE UM PLANO DE NEGÓCIOS APLICADO AO
MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Escola Técnica
Estadual de Praia Grande –
ETEC PG, sobre Orientadores:
Leonardo Sitibaldi de Moraes e
Lucian Santos de Oliveira
Leandro.

**PRAIA GRANDE
DEZEMBRO/2021**

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais por me derem forças, e ao meu irmão, que quando ainda em vida, sempre se mostrou orgulhoso por minhas conquistas.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradecemos aos professores do ETIM de administração presentes nesses anos de formação, os incentivos e ensinamentos foram essenciais para a realização deste trabalho.

Agradeço aos orientadores Lucian e Leonardo por guiarem o trabalho de conclusão do curso, pela paciência e apoio desde o início.

Aos meus pais e colegas, que reconheceram nossos esforços e estiveram ao nosso lado apoiando ao longo desses tempos.

Por fim, ao Zeca Pagodinho, suas músicas foram incentivo durante a realização do trabalho, um exemplo é a frase de um som composto por ele, onde diz “camarão que dorme a onda leva”, além de motivar a continuar, também se adequa à força de um empreendedor, que deve estar sempre se adaptando e atento ao mercado.

EPÍGRAFE

Ser competente é acertar um alvo que ninguém acertou, ser administrador é acertar um alvo que ninguém viu.

Erlandson F. A. Andrade

RESUMO

O trabalho de conclusão do curso tem como fundamento elaborar um plano de negócios para um microempreendedor, onde é trabalhado em um empreendimento selecionado, que atua no segmento de decorações para eventos, porém encontra dificuldades na gestão do próprio negócio. No desenvolver deste documento, foram utilizadas ferramentas administrativas para realizar estudos internos e externos, buscando um conhecimento maior do empreendimento e a área de atuação, exibindo também os tópicos arquitetados de acordo com as necessidades a serem atendidas do microempreendedor. O intuito do trabalho é auxiliar empreendedores com o planejamento de um negócio, apresentando a funcionalidade e importância do documento, onde a empreendedora do negócio percebeu a necessidade de entender sobre os problemas que seu empreendimento enfrentava, e elaborar soluções para poder expandir.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Gestão. Planejamento. Plano de negócios.

ABSTRACT

The final paper is based on preparing a business plan for a micro-entrepreneur, where it is labored in a selected enterprise, that operates in the events decoration segment, but finds difficulties in managing the own business. On this document development, administrative tools were used to carry out internal and external studies, seeking a greater knowledge of the enterprise and its operation area, also showing out topics designed according to the needs to be met. The purpose of this work is to assist entrepreneurs with a business plan, presenting the functionality and importance of the document, where the entrepreneur of the business realized the necessity of understanding about the problems that her enterprise faced, and elaborate solutions to be able to expand.

Keyword: Entrepreneurship. Management. Planning. Business plan.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - DADOS DO NEGÓCIO "SONHO & MAGIA"	31
TABELA 2 - ANÁLISE SWOT DO "SONHO & MAGIA"	37
TABELA 3 - CAPITAL DE GIRO - SONHO & MAGIA AGOSTO DE 2021	49
TABELA 4 - MATRIZ GUT SONHO & MAGIA	54

LISTA DE GRÁFICOS

Nenhuma entrada de índice de ilustrações foi encontrada.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - DECORAÇÃO DA PEPPA	16
FIGURA 2 - MODELO DE NEGÓCIOS "SONHO & MAGIA"	23
FIGURA 3 - LOGO ANTIGA DO "SONHO & MAGIA"	44
FIGURA 4 - LOGO ATUAL DO "SONHO & MAGIA"	44
FIGURA 5 - WHATSAPP DO SONHO & MAGIA	46
FIGURA 6 - PERFIL DO INSTAGRAM ANTERIOR	46
FIGURA 7 - PERFIL DO INSTAGRAM ATUALMENTE	47
FIGURA 8 - FLUXO DE CAIXA ANUAL SONHO & MAGIA	49
FIGURA 9 - TABELA DE PRIORIDADE GUT	53
FIGURA 10 - MATRIZ SMART SONHO & MAGIA.....	56

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

PIB	Produto Interno Bruto
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas
MEI	Microempreendedor Individual
GEM	Global Entrepreneurship Monitor (Monitoramento de Empreendedorismo Global)
TEA	Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial
TEE	Taxa de Empreendedores Estabelecidos
SWOT	Strength Weaknesses Opportunities Threats – Forças Fraquezas Oportunidades Ameaças
GUT	Gravidade, urgência e tendência
SMART	Specific, Measurable, Attainable, Realistic e Time-bound – Específico, Mensurável, Atingível, Relevante e Prazo.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
1.1. Justificativa.....	12
1.2. Objetivos	13
1.2.1. Objetivo geral.....	13
1.2.2. Objetivo específico	14
1.3. Problematização	14
1.3.1. Hipótese	14
1.4. Sonho & Magia.....	15
2. EMPREENDEDORISMO	17
2.1. Joseph Schumpeter	17
2.2. Empreendedorismo no Brasil	18
3. GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS	20
3.1. Gestão de negócios e empreendedorismo.....	20
4. APRESENTAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO.....	22
4.1. Modelo de negócios do “Sonho & Magia”	22
4.2. Parcerias principais	23
4.2.1. Parcerias principais do negócio “Sonho & Magia”	23
4.3. Atividades principais.....	24
4.3.1. Atividades principais do negócio “Sonho & Magia”	24
4.4. Recursos principais	25
4.4.1. Recursos principais do negócio “Sonho & Magia”	25
4.5. Proposta de valor	25
4.5.1. Proposta de valor do negócio “Sonho & Magia”	26
4.6. Segmento de clientes.....	26
4.6.1. Segmento de clientes do negócio “Sonho & Magia”	26

4.7.	Relação com os clientes	26
4.7.1.	Relação com os clientes do negócio “Sonho & Magia”	27
4.8.	Canais	27
4.8.1.	Canais do negócio “Sonho & Magia”	27
4.9.	Estrutura de custos	28
4.9.1.	Estrutura de custos do negócio “Sonho & Magia”	28
4.10.	Fontes de receita	28
4.10.1.	Fontes de receita do negócio “Sonho & Magia”	29
5.	PLANO DE NEGÓCIOS	30
6.	PLANO DE NEGÓCIOS – SONHO & MAGIA	30
6.1.	Sumário executivo.....	30
6.2.	Dados do negócio	31
6.3.	Empreendimento	31
6.3.1.	Produto	32
6.3.2.	Forma jurídica.....	32
6.3.3.	Missão, visão e valores	33
6.3.4.	Equipe de gestão.....	34
6.4.	Análise de mercado.....	35
6.4.1.	Análise SWOT	35
6.4.2.	Estudo de clientes	37
6.4.3.	Concorrentes	38
6.4.4.	Fornecedores.....	39
6.5.	Marketing	40
6.5.1.	Descrição dos produtos	40
6.5.2.	Política dos preços	42
6.5.3.	Identidade visual do empreendimento	43
6.5.4.	Plano de Marketing.....	45

6.6. Financeiro	48
6.6.1. Capital de giro.....	48
6.6.2. Fluxo de caixa.....	49
6.7. Metas e planejamentos	50
6.7.1. Cronogramas.....	50
6.7.2. Matriz GUT	52
6.7.3. Matriz SMART	55
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	57
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	58

1. INTRODUÇÃO

Plano de negócios é o documento desenvolvido com a finalidade de obter maior visão da sua organização, é realizado um estudo interno e externo, dependendo da área a qual deseja otimizar, para gerar um planejamento a partir das necessidades do negócio, fornecendo informações e dados o suficiente que facilitem a tomada de decisões, a fim de solucionar dificuldades e atingir metas, de acordo com as prioridades do empreendimento.

O empreendedorismo está cada vez mais em alta, pessoas buscam ter o seu próprio negócio, colocar em prática seus projetos inovadores, abrir seus empreendimentos com esperanças que irão se manter no mercado, mas para isso ocorrer, é necessário uma boa gestão e conhecimento do ramo em que sua organização se encontra. O documento é uma ferramenta essencial para ajudar o empreendedor, tanto para que consigam abrir seu negócio, quanto para expandir.

Ao longo do trabalho de conclusão de curso, será desenvolvido o plano de negócios, sendo realizado para um microempreendedor individual, apresentando como é feito o modelo e a elaboração deste documento.

1.1. Justificativa

As microempresas têm um papel importante na economia brasileira, movimentando grande parte do capital, de acordo com uma pesquisa da SEBRAE e dados do IBGE, em 2011, 27% do PIB (Produto interno Bruto) no Brasil vieram dos pequenos negócios.

Incentivar os micros negócios, é contribuir para o crescimento de novos empreendedores, que tenham essa vontade e criatividade para empreender. Nos dias de hoje, facilmente encontramos pessoas com essa mente inovadora, com esse desejo de empreender, mas que encontram dificuldades para se manter no mercado, onde não sabem organizar o seu próprio negócio, que além de gerar novos empregos e movimentar capital, também são sonhos envolvidos.

Com esse pensamento, mostraremos a utilidade do plano de negócios e como pode ser inserido para guiar o empreendedor, a forma que é elaborado e aplicado ao negócio, e a importância de um bom planejamento.

1.2. Objetivos

Nesse processo, encontra-se uma microempresa com problemas internos, e ao conversar com os orientadores, foi chegada à conclusão que era necessário a aplicação da ferramenta do plano de negócios, para uma organização e planejamento interno. Foi observado que a empreendedora tem talento e grande capacidade, com a elaboração do documento ela terá uma visão do que deve ser feito para mudar o rumo de seu negócio.

O empreendimento está no mercado há 4 anos, procura expandir para ser mais conhecido no mercado e atrair clientes, porém sua gestão não tem organização alguma, apenas vem se mantendo sem análises e planos, sem estudar a área do mercado o qual está inserido, e como consequência não nota o quanto esses problemas dificultam a microempresa de crescer, e tem como objetivo ajudá-la a mudar isso.

1.2.1. Objetivo geral

O trabalho apresenta como meta, encontrar e ter uma visão mais ampla do que ocorre no negócio, analisar precisamente o material que tem para trabalho, o que vem dificultando o crescimento da microempresa, melhorar a relação e comunicação com o cliente, e dizer o que vale a pena prosseguir, analisar e buscar quais são os gastos desnecessários, e no que tem capacidade para investir.

Reunir todas essas informações a fim de ter dados para analisar o empreendimento, conhecer mais o seu interior, compará-lo com a concorrência, e assim ter elementos suficientes para que possam guiar e concentrar o negócio em um plano.

1.2.2. Objetivo específico

Engatar o empreendimento, incentivando a empreendedora a seguir um rumo no mercado, solucionando os problemas que impedem o crescimento de seu negócio, assim, tornando seu negócio mais organizado e objetivo. Apresentar a capacidade do negócio de ir para frente, mas primeiramente mostrando o que deve ser consertado.

Reunindo todos esses dados, o documento será entregue para a empreendedora, sendo elaborado de acordo com o que ela pretende e consegue fazer com seu empreendimento, auxiliando na gestão e possível expansão.

1.3. Problematização

A microempresa escolhida pertence a Priscila, e é chamada “Sonho & Magia”, que oferece serviços de decoração para festas, ela pretende ampliar o seu negócio, melhorar a qualidade de seus serviços, e a relação com seus clientes.

Apesar de proporcionar serviços que satisfazem o desejo dos clientes, o seu negócio é mantido de forma intuitiva, sem ter noção do valor que foi investido, do retorno obtido, tem dificuldades para criar um orçamento fixo de seus serviços e não tem um foco para ser seguido.

É um negócio o qual existe potencial para expandir, mas visivelmente é mal trabalhado no empreendimento, existe uma vontade pela parte da empreendedora de ganhar reconhecimento e atrair clientes, mas não há um planejamento para que isso possa ocorrer.

1.3.1. Hipótese

Com o plano de negócios, será possível analisar cada problema a ser resolvido de forma detalhada, dando prioridades de acordo com importância para resolver, como cada um será trabalhado, estabelecer um tempo e os passos que

deverão ser seguidos, com todo esse planejamento, conseguirá guiar a microempreendedora para onde ela gostaria de chegar, a ferramenta fará com que melhore a organização do seu negócio.

O documento será elaborado e entregue para a empreendedora, que são dados de seu empreendimento o qual é de extrema importância ela ter ciência, será conversado também possíveis formas de se resolver, sendo auxiliada a entender melhor o seu próprio negócio e o funcionamento dele.

1.4. Sonho & Magia

O empreendimento escolhido é denominado “Sonho & Magia”, pertencente a microempreendedora Priscila de Almeida Bongartiner, que trabalha oferecendo aluguel de decorações para festas e eventos. Atinge diferentes público-alvo, possuindo temas variados e de acordo com a preferência do cliente, desde decorações para crianças, adultos, neutras, para casamentos, comemorações, festas de aniversários etc.

O ponto chave do negócio é que os enfeites e parte das peças utilizadas são feitas à mão pela empreendedora, que é artesã e ela quem elabora e cria as decorações, tornando esse o seu diferencial no mercado, com peças exclusivas.

Apesar de estar anos nesse ramo, é observado que não há muita organização na gestão de seu empreendimento, apenas faz por gostar e não existe um planejamento e análises internas, não é analisado se seu negócio está sendo rentável ou não.

Na figura a seguir, uma amostra do produto oferecido (FIGURA 1)

FIGURA 1 - DECORAÇÃO DA PEPPA



Fonte: Fotografia de Priscila de A. Bongartiner.

2. EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é um método trabalhista que visa demonstrar a capacidade nas realizações de projetos, buscando sempre o novo, trazendo na prática a inovação. Não só concentrado na área de trabalho, mas também em outros setores do cotidiano de uma pessoa. O conceito empreendedorismo é relativamente novo utilizado primeiramente pelo economista Joseph Schumpeter. (BEZERRA, Juliana 2018).

Ser empreendedor é executar os sonhos, mesmo que haja riscos.
É enfrentar problemas, mesmo não tendo forças. É caminhar por lugares desconhecidos, mesmo sem bússola. É tomar atitudes que ninguém tomou.
É ter consciência de que quem vence sem obstáculos triunfa sem glória.
(CURY, Augusto 2014)

Sabemos que abrir um negócio é um risco, e todo empreendedor assume ao tomar a iniciativa de entrar no mercado, podendo ter sucesso ou fracasso, investir e inovar sem uma certeza de um retorno esperado, é necessário coragem e ter garra, ter foco em seu objetivo, o empreendedorismo é ter essa força de vontade, é querer ganhar seu espaço.

O empreendedorismo tem um significado para cada pessoa, variando com cada experiência individual, mas basicamente é o ato de encontrar oportunidades e solucionar problemas, entender o mercado e encontrar seu lugar, uma forma de se manter, ganhando o seu espaço, seu nome e reconhecimento.

Esse ato de empreender colabora com o desenvolvimento do mercado, onde um inspira o outro, olhar para o diferente, admirar e querer que sua empresa tenha seu próprio diferencial, conseqüentemente as empresas estão sempre em inovação, o mercado fica em constante evolução e grandes mudanças.

2.1. Joseph Schumpeter

Considerado como criador do empreendedorismo, ele foi economista e cientista político austríaco, e o autor do livro "The theory of economic development",

que impacta até hoje os economistas mundiais. Além de citar em seus trabalhos que a inovação é a chave para o desenvolvimento econômico, levar o diferencial para o mercado, é o ato empreendedor.

Segundo o teórico Joseph Schumpeter, empreendedorismo está diretamente associado à inovação. Para Schumpeter, o empreendedor é o responsável pela realização de novas combinações. (Sebrae, 2021)

Para Joseph Schumpeter, a arte de inovar é o empreendedorismo, recriar algo que alguém já havia inventado, redesenhar e adaptar conforme as necessidades atuais, ter a iniciativa de mudar, de fazer diferente, esse é o conceito da palavra para ele. O empreendedor tem um importante papel no mercado, motivando no desenvolvimento, na tecnologia, no diferencial.

2.2. Empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo ganhou força no Brasil na década de 1990, com o governo de Fernando Collor e seu governo neoliberal, em que a população teve mais abertura para participação econômica, com muitas empresas abaladas financeiramente, buscaram inovar, com ajuda da globalização houve um maior desenvolvimento no mercado e aumento da competitividade. (BEZERRA, Juliana 2018).

O empreendedorismo no Brasil já é uma crescente nessa década tendo taxas de 23,3% de empreendedorismo inicial no ano de 2019 e possuindo mais de 35% da sua população empreendendo, alcançado a marca de quarta maior taxa de empreendedorismo no mundo. Mesmo tendo essas marcas muitas empresas que começam não duram 4 anos de portas abertas. (SEBRAE, 2019)

Apesar do cenário da pandemia de 2020, dados do ministério da economia apontam que o empreendedorismo ganhou força, finalizando o ano com 20 milhões de empresas ativas, e no setor do microempreendedor individual houve um aumento com mais de 2,5 milhões.

Os pequenos negócios respondem por mais de um quarto do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. Juntas, as cerca de 9 milhões de micro e pequenas empresas no País representam 27% do PIB, um resultado que vem crescendo nos últimos anos. (SEBRAE, 2021)

O SEBRAE aponta com pesquisas da Fundação Getúlio Vargas, realizada em 2011 a importância dos pequenos negócios no PIB, essa aparição dos pequenos negócios na economia brasileira se mostrou também desde 1985, com pesquisas feitas pelo SEBRAE, demonstra que os negócios possuíam 21% de participação no PIB.

As pessoas perceberam que os empregos estavam escassos e entenderam que precisavam empreender para poder contornar essa situação, é o que chamamos de empreender por necessidade (PAIFFER, Carol 2021)

No Brasil, o empreendedorismo está em crescimento nos últimos anos, de acordo com pesquisas do GEM (Monitoramento de Empreendedorismo Global), de 2019, o Brasil possui a 4^o maior TEA (Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial) entre os 55 países participantes da pesquisa, apresentando uma taxa de 23,3%, e em 2^o maior com a TEE (Taxa de Empreendedores Estabelecidos), com uma taxa de 16,3%.

Então, o empreendedorismo vem ganhando força cada vez mais, e as lojas online, localizadas nas redes sociais ou sites, que é um outro tipo empreendimento o qual os brasileiros estão investindo. Alguns até deixam seus empregos de carteira assinada para ter o próprio negócio.

Algo que apresenta um risco, apesar da facilidade de se abrir um pequeno negócio, ela também se encontra para fechar as portas, como apontam os dados da pesquisa Sobrevivência de Empresas do SEBRAE, realizada em 2020 com base nos dados da Receita Federal, MEI tem 29% de taxa de mortalidade, sendo o tipo de empresa que mais são fechadas.

3. GESTÃO DE PEQUENOS NEGÓCIOS

Gestão de pequenos negócios faz parte da área da administração de empresas que está encarregada de gerenciar as ações do negócio para que este consiga crescer e alcançar seus objetivos. Possui funções como definir e planejar metas, administrar os recursos, gerir pessoas, controlar e monitorar para que tudo ocorra como o esperado e dentro das expectativas.

Para conseguir realizar essas ações o gestor de negócios precisa ter conhecimento nas áreas de finanças, marketing e logística, encontrar meios de otimizar o trabalho e saber reconhecer as fraquezas do negócio e superá-las. Sendo assim, para gerenciar um negócio é preciso aprender como encontrar soluções para ter um bom gerenciamento.

Dentro da gestão de negócios, portanto, há o desafio de valorizar e dar autonomia aos colaboradores para que eles desempenhem suas funções da melhor forma possível, com foco nos mesmos resultados. (ADMINISTRAÇÃO, Fundação instituto de, 2018).

3.1. Gestão de negócios e empreendedorismo

Há uma ligação entre a gestão de negócios e o empreendedorismo, ao abrir um negócio, não basta somente ter um projeto empreendedor, tem que haver também um planejamento para a realização dele, toda uma organização, gerenciamento e um trabalho a ser feito para colocar em prática o projeto. Nesse momento, é que será complementar a gestão do negócio ao empreendedor.

Para ter um negócio saudável, é preciso saber gerenciar. É aí que entra a gestão de negócios. É necessário saber contratar, divulgar, vender, lidar com as finanças e mais, muito mais. Mas também se relacionar, negociar, treinar, orientar, ouvir e falar. Uma empresa só se sustenta se houver um gestor à frente dela. (ADMINISTRAÇÃO, Fundação instituto de, 2018).

Para gerir um negócio tem que estar pronto para constantes mudanças, com inovação, criatividade e flexibilidade, aplicar na rotina da empresa o hábito de adaptação, a força de vontade e garra do empreendedorismo, a unir com a gestão certamente trará um diferencial para o seu empreendimento.

4. APRESENTAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO

O modelo de negócios é uma ferramenta que oferece uma visão geral do empreendimento, de suas principais funções para que seja feita uma análise, estudando os recursos e métodos aplicados para a criação, funcionamento para que consiga atingir a proposta de valor.

Desenvolvido pelo suíço Alex Osterwalder para facilitar o entendimento completo de um negócio. Assim, o modelo tem o objetivo de descrever todos os elementos e fases que compõem um empreendimento, proporcionando a integração da organização. (SEBRAE, 2021).

O modelo de negócios utilizado nesse documento é o CANVAS, que determina uma análise específica do que a organização está oferecendo, como tem feito, para quem está entregando e quanto vem custando.

A ferramenta, é composta pelos elementos principais de um negócio, sendo eles: parcerias principais, atividades principais, recursos principais, proposta de valor, relacionamento com clientes, segmento de clientes, canais, estrutura de custos fontes de receita. (SEBRAE, 2021).

4.1. Modelo de negócios do “Sonho & Magia”

No trabalho, foi elaborado um modelo de negócios para o empreendimento do “Sonho & Magia”, com o intuito de organizar e centrar de modo geral, o que tem sido oferecido para o cliente e como tem sido obtido, observe na figura a seguir, e logo após nos próximos tópicos será explicado cada elemento. (FIGURA 2)

FIGURA 2- MODELO DE NEGÓCIOS "SONHO & MAGIA"



Fonte: Criado pelo grupo.

4.2. Parcerias principais

As parcerias principais são os fornecedores do seu estabelecimento, normalmente é a troca entre dois negócios, onde ambos apresentam uma troca, que resultando em uma parceria entre ambas as empresas, uma distribuindo a matéria-prima, um produto ou serviço, e outra que precisa de sua parceria utilizando e criando com os seus produtos.

Um bom relacionamento entre esses comércios pode resultar em uma melhora na qualidade do produto ou serviço oferecido e até exclusividade, buscando sempre uma otimização nos negócios, redução de custos, entre outros benefícios.

4.2.1. Parcerias principais do negócio “Sonho & Magia”

ARTMANIA – Impressões dos moldes usados na criação dos enfeites, venda de colas, canetas e materiais de papelaria.

Parceria existente há alguns anos, o qual muitas vezes colaborou com redução do preço dos materiais oferecidos, divulgação de trabalhos oferecidos e um bom relacionamento entre os negócios.

CANTINHO DOCE – Peças em MDF, mesas e suportes utilizados nas decorações.

Principal fornecedor nas peças utilizadas nas decorações, é um empreendimento conhecido no mercado e algumas vezes divulgou o produto oferecido do negócio de Priscila, sempre avisam na chegada de peças novas e exclusivas, preço acessível.

DOMIL – Tintas e materiais de artesanato, usados na criação dos enfeites de mesa.

Relacionamento normal.

LUCATEX – Tecidos para uso nas decorações e enchimento para utilização do artesanato.

Relacionamento normal.

VANESSA MKFL – e.v.a, utilizado na criação dos enfeites de mesa.

Forte parceria, oferece produtos de qualidade e preço acessível, principal fornecedor da matéria-prima, busca os materiais quando necessário.

4.3. Atividades principais

Atividades principais são as ações que movem o negócio, e que também mantem ela no mercado, sendo necessária para a realização do que foi oferecido na proposta de valor, e deve ser feito para o negócio funcionar, os procedimentos executados para elaborar a função do empreendimento no mercado.

Os processos necessários para entregar a proposta de valor como prometido pela organização, o ponto chave.

4.3.1. Atividades principais do negócio “Sonho & Magia”

A criação dos enfeites de mesa, no caso, são os personagens e peças que variam de acordo com o tema da decoração feitos a mão, também tem a elaboração e uso da criatividade no desenvolvimento da temática decorativa, o artesanato da

empreendedora como ponto principal e diferencial, e a manutenção das peças para que possam ser reutilizadas.

4.4. Recursos principais

São os recursos utilizados nas atividades principais, essenciais para que o negócio funcione, os equipamentos, matérias-primas e elementos necessários nos processos para o funcionamento do negócio, podendo ser de forma física, intelectual, humana e financeira. Como por exemplo, na criação de um produto é necessário a elaboração de sua forma, assim utilizando como recurso a inteligência, criatividade e materiais.

4.4.1. Recursos principais do negócio “Sonho & Magia”

Criatividade da artesã na produção dos enfeites e montagem da decoração, o quais são utilizadas horas de elaboração para cada um, as matérias-primas utilizada no processo produtivo das peças, as ferramentas que auxiliam na produção e o local de trabalho para que tenha liberdade e espaço no momento da criação.

4.5. Proposta de valor

A proposta de valor, é o conjunto de vantagens que seu empreendimento irá oferecer, sendo diferencial dos concorrentes, em que fará o cliente ter preferência pelo seu negócio, além de que também faça ele querer voltar a querer seus serviços.

O motivo qual o cliente vá escolher o seu produto, o que você está oferecendo que beneficie e atenda seus desejos e necessidades, o valor que entregará para ele no momento que fará a escolha de optar pelo seu produto ou serviço.

4.5.1. Proposta de valor do negócio “Sonho & Magia”

Com o aluguel de decorações para festas, a empreendedora trabalha com peças exclusivas, sendo feitas à mão por ela mesma, oferecendo uma grande variedade, diversos temas elaborados de acordo com a preferência do comprador, tendo decorações das mais simples até as mais produzidas, mais cheias, com um preço acessível e tendo um bom histórico com os clientes anteriores.

Todos os cuidados com as peças para que seja entregue conforme pedido pelo cliente, da forma que atenda e até supere as expectativas que foram pedidas, a empreendedora sempre está em contato de modo que possa ser realizado da melhor forma possível para ambos.

4.6. Segmento de clientes

São as pessoas que você busca para seu negócio, o tipo de cliente que tem como foco, aqueles o qual irá atender as necessidades e desejos. Quem deseja atrair, o que esse grupo de pessoas busca em um negócio, porque será para eles que o produto irá ser vendido.

4.6.1. Segmento de clientes do negócio “Sonho & Magia”

Pessoas no geral que procuram realizar algum evento tal como festa de aniversário, comemorações, casamentos entre outros, no geral é um segmento amplo pois o empreendimento oferece diversificados tipos de tema.

4.7. Relação com os clientes

Como o negócio se relacionara com o segmento de clientes que procura, são as interações que quer manter com ele, qual será o tratamento com o comprador de

seus produtos e serviços, a forma que atrai, que varia muito de acordo com o seu público-alvo, o relacionamento é um ponto importante porque dependendo dele que você construirá uma troca e um laço com o cliente.

4.7.1. Relação com os clientes do negócio “Sonho & Magia”

No geral, a relação que a empreendedora mantém com os seus clientes é um dos pontos fortes de seu negócio, eles confiam em seu trabalho de olhos fechados, dão total liberdade e confiança para ela entregar a decoração como achar melhor, porque sabem que será entregue do jeito que esperam. Se sentem seguros na comunicação, de pedir como querem e saber que será feito, pagam com adiantamento e recomendam para amigos e familiares.

Sempre buscando surpreender o comprador, entregar tudo conforme foi pedido e faz de uma forma que a própria empreendedora esteja feliz com os resultados.

4.8. Canais

Como o negócio chegará até o cliente, o que será realizado para que sejam alcançados, envolvendo toda a relação de como o produto chegará até o comprador, mas não sendo apenas na distribuição, e sendo desde o momento que chegará à informação da existência do produto ao comprador, a comunicação, produção e até a entrega.

4.8.1. Canais do negócio “Sonho & Magia”

Na comunicação, é bem aproveitado o uso da internet, como nas redes sociais WhatsApp, Instagram e Facebook, também é frequente a divulgação entre os clientes que sempre recomendam para outras pessoas, como amigos e familiares. Sendo sempre bem recomendado e chegando de forma positiva.

4.9. Estrutura de custos

Para elaborar seu modelo de negócio é necessário possuir todas as informações de custo da sua empresa, visando diminuir ou estruturar de forma adequada e planejada a área financeira, assim tendo uma diminuição nos erros que possam ser cometidos durante o funcionamento da empresa, esses custos podem ser fixos ou variáveis.

É de extrema importância que se tenha um controle do caixa de seu empreendimento, entender o destino do capital, o que custa além do que se recebe por manter, para conseguir ter dados suficientes na tomada de decisões importantes em seu negócio.

4.9.1. Estrutura de custos do negócio “Sonho & Magia”

No empreendimento, os custos fixos são da manutenção das peças, que com o tempo vão perdendo a cor e desgastando, e o pagamento do salário da ajudante.

Os custos variáveis do negócio são os custos de fabricação, envolvendo energia, matéria-prima e mão de obra, e frete.

4.10. Fontes de receita

Fonte de receita é a origem do capital, de onde surgirá o dinheiro para manter o negócio, pelo que os clientes irão pagar, o quanto estão dispostos a pagar, qual o valor de cada fonte, o quanto rende e beneficia o próprio empreendimento.

Ou seja, qual a forma que trará a renda, sendo obtida pela proposta de valor.

4.10.1. Fontes de receita do negócio “Sonho & Magia”

São oferecidos os aluguéis de decorações com grande variedade de temas, atualmente se tem 40 temas diferentes, sendo infantil, adulto, feminino, masculino, padrões mais simples e neutros, de acordo com a preferência do cliente. Também é possível a criação de um novo tema caso seja da vontade do comprador.

O empreendimento está buscando expandir na área de eventos, então está começando a trabalhar com aluguel de brinquedos como pula-pula e piscina de bolinhas, mas no momento não tem sido o foco.

5. PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócios é um documento que descreve os objetivos que uma empresa quer alcançar, elabora um planejamento e os passos quais serão determinados para alcançar as metas de acordo com a prioridade que será estabelecida. Para isso acontecer, reúne todas as informações do negócio, analisando o que é cabível de acordo com a estrutura e material de trabalho do empreendimento.

Claro que com um planejamento você poderá visualizar onde a organização tem tido problemas e diminuir de forma expressiva os erros que são cometidos na empresa, sendo possível evitar futuras complicações, o documento traz informações de cada área sendo útil para o entendimento dele.

O plano de negócios é o instrumento ideal para traçar um retrato do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor. É por meio dele que você terá informações detalhadas do seu ramo, produtos e serviços, clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, pontos fortes e fracos do negócio, contribuindo para a identificação da viabilidade de sua ideia e da gestão da empresa. (SEBRAE, 2021)

O plano de negócios é dividido em etapas, variando de acordo com qual área da empresa você pretende se empenhar, caso queira remodelar todo seu negócio, é necessário que estude todas as partes.

6. PLANO DE NEGÓCIOS – SONHO & MAGIA

6.1. Sumário executivo

O plano de negócios apresentado neste documento, foi desenvolvido de acordo com as necessidades a serem atendidas do empreendimento “Sonho & Magia”, o qual possui dificuldades na gestão. O objetivo principal é otimizar o projeto empreendedor apresentado por Priscila, dona do negócio, que trabalha com decorações para festas, com peças exclusivas feitas a mão por ela.

Desde o início foram observados pontos fortes no empreendimento, o qual apresenta capacidade para crescer no mercado caso seja bem elaborado e organizado, o plano de negócios criou uma reformulação do micro empreendimento, estudou o mercado, os recursos que possui, buscando fortalecer o valor do produto oferecido, estabelecendo os passos a serem seguidos para que crie seu nome no mercado.

Após a finalização deste documento, fica a critério de quem irá administrar o empreendimento aplicar ou não os métodos oferecidos, podendo trabalhar com base nas informações disponibilizadas por meio deste estudo.

6.2. Dados do negócio

A seguir, informações sobre o empreendimento do trabalho. (TABELA 1)

TABELA 1 - DADOS DO NEGÓCIO "SONHO & MAGIA"

Pessoa física	Priscila de Almeida Bongartiner
C.P.F.	***.***.***-**
Razão social	Sonho & Magia
C.N.P.J.	Não possui
Endereço	R. Neuza Zangrande – Sítio do Campo – Praia Grande SP
Telefone	(13) *****-****
E-mail	pytyates@gmail.com
Forma jurídica	MEI – Microempreendedor individual

6.3. Empreendimento

O empreendimento trabalhado é denominado “Sonho & Magia”, pertencente a empreendedora Priscila de Almeida Bongartiner, que oferece serviços de aluguel de decorações para festas. O mesmo, está no ramo de eventos desde abril de 2018, no momento buscando expandir no mercado, atrair mais clientes e se houver alguma possibilidade, investir em outros produtos que encaixe e atue na área.

O negócio se localiza no endereço da empreendedora, no caso não há loja física, apenas são guardados os produtos e caso alguém queira fazer orçamentos pessoalmente.

6.3.1. Produto

O negócio “Sonho & Magia” oferece diversificados tipos de decorações para sua festa, atualmente há 40 temas prontos, abrangendo diferentes tipos e gostos, vale lembrar que são feitos e elaborados novos temas de acordo com a demanda, com o que está em alta no momento.

A empreendedora investiu também em brinquedos como pula-pula e piscina de bolinhas, o qual ainda não tem sido seu foco, porém pretende trabalhar mais nos aluguéis deles.

6.3.2. Forma jurídica

As formas jurídicas são normas que ao criar uma empresa você precisa estudar para que não ocorra problemas futuros com órgãos públicos, assim mantendo uma boa gestão e que o negócio possa existir de forma legal. Exemplos de formas jurídicas são o MEI, EI, EIRELI, Sociedade anônima, Sociedade Simples Limitada etc.

- Microempreendedor o Individual – MEI
- Empresário Individual
- Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI
- Sociedade Limitada
- Outros: _____

O MEI é um enquadramento previsto no Simples Nacional. Por isso, fica isento dos tributos federais, como Imposto de Renda de Pessoa Jurídica, PIS, COFINS, IPI e CSLL. (CARIM, Tom 2021)

6.3.3. Missão, visão e valores

A missão de uma determinada empresa é a razão de sua existência, o porquê ela existe, qual o seu propósito dentro do mercado, e tem o objetivo de orientar sua atuação, porque se o empreendedor não souber o motivo de estar se empenhando, não terá um negócio tão sólido e encontrará dificuldades para crescer. Exemplo de uma missão é a da Google "Organizar as informações do mundo todo e torná-las acessíveis e úteis em caráter universal".

Uma empresa não se define pelo seu nome, estatuto ou produto que faz; ela se define pela sua missão. Somente uma definição clara da missão é razão de existir da organização e torna possíveis, claros e realistas os objetivos da empresa (DRUCKER, Peter 2011)

No negócio "Sonho & Magia" a empreendedora deixou claro que sua missão é entregar decorações a qual seu público-alvo sonha em ter, para algumas pessoas, realizar uma festa de casamento, de aniversário, comemorar uma data especial, pode ser um sonho, algo planejado por um grande tempo, então o empreendimento foca em entregar um produto de forma que fique lembrado, que marque uma data especial.

A visão, diferente da missão que tem como função mostrar o significado da existência da sua empresa, tem o intuito de explicar como que sua empresa se enxerga no futuro, ou seja, como seu empreendimento estará a longo prazo, os seus planos e onde quer chegar, o que pretende alcançar.

Um exemplo é a visão de uma determinada empresa é a da Seara que tem como intuito "Ser reconhecida como uma empresa de excelência no mercado brasileiro e internacional, por processar e comercializar produtos de alta qualidade, em todos os seus segmentos e marcas comerciais, e continuando a se expandir no mercado em que atua no Brasil e no Exterior, com o compromisso de aperfeiçoamento contínuo de seus produtos e com o desenvolvimento sustentável e rentabilidade nos seus negócios"

Dessa forma é fundamental que além de estar na ponta da língua de todos, a visão seja um norteador de ações que estimulem o negócio ao

crescimento e não um balde de água fria, sem perspectiva de alcance (CONTABILISTA, Casa do 2021)

No empreendimento “Sonho & Magia”, a visão é expandir na área de eventos, de uma forma que o cliente se sinta conforto ao realizar sua festa, como por exemplo, além da decoração, aluguel de brinquedos como pula-pula, piscina de bolinhas, máquina de algodão doce, formando pacotes mais completos.

Os valores de uma empresa são suas atitudes ou crenças, a essência de seu negócio que quer manter no ambiente de trabalho e no serviço, exemplos desses valores podem ser seu comprometimento, qualidade de seus produtos, as diversidades encontradas no seu empreendimento etc. Aquilo que preza e não abre mão, o que seu próprio valor.

Como a “Sonho & Magia” tem como ponto forte de seu negócio o bom relacionamento com os clientes, preza pela confiança, transparência, qualidade, comprometimento e o diferencial, que é o que a torna diferente dos concorrentes.

6.3.4. Equipe de gestão

- Priscila de Almeida Bongartiner – 42 anos – CEO

Artesã e decoradora, possui 15 anos de experiência na área de eventos, atualmente dona do empreendimento “Sonho & Magia” e responsável pela elaboração e criação dos temas, produção dos elementos utilizados nas decorações, na montagem e desmontagem e pela parte financeira.

Informações para contato:

E-mail: pytyates@gmail.com

Telefone: (13) 99775-5841

- Gabriella Fernanda de Almeida Abreu – 19 anos – Auxiliar

Cursando técnico de administração, possuí experiência apenas em trabalhos informais com atendimento de público e em eventos, atualmente responsável em auxiliar na montagem e desmontagem das decorações.

Informações para contato:

E-mail: gabriellafernanda102@gmail.com

Telefone: (13) 98162-7992

6.4. Análise de mercado

Nesse tópico, é estudado por meio de pesquisas o ramo qual esse empreendimento está localizado, analisando concorrentes, fornecedores, clientes e quais são as necessidades a serem atendidas do mercado, o que o negócio tem para oferecer e suas vantagens em meio a concorrência, onde pode melhorar e otimizar o conhecimento externo e interno.

6.4.1. Análise SWOT

Análise SWOT (Strengths Weaknesses Opportunities Threats) é uma ferramenta administrativa que possui várias maneiras de ser usada, porém empreendedores de microempresas podem usar essa ferramenta como autoavaliação ou autoconhecimento do seu negócio assim definindo um plano de ação. Outra maneira de se usar a ferramenta de análise SWOT é de buscar novas oportunidades em relação aos seus concorrentes também os perigos que podem aparecer ao criar negócios no mercado atual.

A análise proporciona um diagnóstico completo da situação da própria empresa e dos ambientes que estão no seu entorno, de maneira que ajude a correr menos riscos e aproveitar as oportunidades. (CASAROTTO, Camila 2019)

Strength, a palavra em inglês que tem seu significado de força, são os pontos fortes de uma empresa em seu ambiente interno, ou seja, as vantagens que sua empresa possui em relação aos concorrentes, é o que faz seu empreendimento ter mais benefícios ao cliente, ao analisar, é bom ser imparcial para que não possa ocorrer erros que prejudiquem sua empresa.

Weaknesses significa fraquezas, também está no fator interno da sua empresa, são os pontos fracos, dificuldades e problemas que encontra em seu negócio e pode tomar controle, nas fraquezas você também deve analisar de forma imparcial, assim comparando em que sua empresa possui desvantagem em relação aos concorrentes, podendo criar planos para melhorar e criando uma visão melhor da sua empresa para os clientes.

Opportunities são as oportunidades na análise SWOT, trabalham na área externa da sua empresa, são as portas que podem abrir para seu negócio, oportunidades que podem auxiliar, evoluir e desenvolver, algo que pode surgir de forma positiva para seu negócio. De acordo com a ferramenta são forças que você não tem controle, mas pode usufruir de maneira certa, claro que é necessário estar estudando e pesquisando para que não perder chances.

Threats significa ameaças, que se localizam junto com as oportunidades no setor externo da sua empresa. As ameaças são forças que influenciam de forma negativa sua empresa, sem você ter controle sobre elas, podendo causar problemas e dificultando o empreendimento a ter um funcionamento como planejado, podendo prejudicar os lucros e colocar em situações não tão desejadas, por esse motivo é aconselhável que se estude bem para evitar futuras complicações.

A seguir, no quadro está a análise SWOT do empreendimento “Sonho & Magia”. (TABELA 2)

TABELA 2 - ANÁLISE SWOT DO "SONHO & MAGIA"

STRENGS	WEAKNESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Alta confiança e boa relação com clientes. • Preços acessíveis e variedade. • Peças exclusivas, artesanais e sustentáveis. • Criação de temas de acordo com a demanda dos clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Não atende demanda de outras cidades. • Preços não são fixos, variam de acordo com exigências dos clientes. • Algumas decorações não possuem fotos.
OPPORTUNITIES	THREATS
<ul style="list-style-type: none"> • Expandir no mercado, com aluguéis de brinquedos como piscina de bolinhas e pula-pula. • Parcerias com empreendimento ligados na área de eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dias chuvosos dificultam o transporte das peças. • Concorrência de “pegue e monte” crescente no mercado, com mais praticidade, onde a cliente busca as peças e ela monta.

6.4.2. Estudo de clientes

Através de pesquisas feitas, com o comportamento de clientes nas redes sociais, também com a utilização dos dados dos clientes que realizaram a aquisição de produtos no empreendimento, sua faixa etária variando entre 20 até 40+, de todos os tipos de temas para decoração. O público-alvo são clientes que buscam adquirir decorações para eventos, que atendas suas necessidades específicas, como cores ou enfeites a mais, extravagante ou simples, onde buscam ter essa liberdade de escolher como será feita, e não apenas entregando modelos prontos.

O que fortalece a relação do empreendimento com os clientes, é justamente essa liberdade, onde confiam que o que pedem será entregue conforme desejam, desde o início foi observado que esse era o ponto forte do negócio, é por esse motivo que recomendam para familiares e optam por realizar outras festas com o Sonho & Magia.

6.4.3. Concorrentes

Concorrentes podem ser dividido em 2 setores os diretos e os indiretos, os diretos são aqueles que possuem um impacto maior na sua empresa, ou seja, empresas que estão trabalhando no mesmo setor que a sua. Os concorrentes indiretos podem ser destacados como empresas que estão no mercado, porém não se encontram no mesmo ramo da sua empresa.

Um exemplo, é quando há uma empresa que está localizada no segmento alimentício, como restaurante, logo outras empresas que trabalham no mesmo nicho que a sua são concorrentes diretos, mas também tem empresas como mercados e lanchonetes que possuem um público-alvo como o do restaurante, onde buscam produtos alimentícios, pode não oferecer o mesmo serviço, porém se apresentam benefícios melhores que o seu negócio, os clientes podem optar pelo concorrente, assim são os concorrentes indiretos.

O empreendimento “Sonho & Magia” tem como grande concorrente indireto, o “pegue e monte”, são empresas que alugam somente as peças e o cliente que monta a decoração como preferir, normalmente apresentam preços mais acessíveis, por não cobrarem o custo de montar a decoração, mas uma desvantagem é que as peças se desgastam mais rápido, e nem sempre fica com um visual como quando é elaborado, pensado e executado para um evento específico, como a empreendedora Priscila oferece.

E como concorrente direto, foram encontradas empresas que trabalham nesse mesmo nicho, mas entregam propostas diferentes, normalmente com peças padrão, mesas com mais comidas/doces do que enfeites, e peças que encontram a venda em estabelecimentos de festas.

A concorrente direta número um, oferece um trabalho mais luxuoso, focando mais em festas de 15 anos e casamentos, com preços mais altos e normalmente trabalhando junto com buffet. A concorrente número dois faz decorações como citado no exemplo acima, com uma mesa que opta por doces, não contendo muitos enfeites de mesa.

Após essa análise, foi observado que a empreendedora oferece seu diferencial no mercado, atendendo à uma necessidade qual os concorrentes não oferecem, tendo seu papel, sua exclusividade e sua forma de trabalhar conforme atende seu público-alvo e propõe seu valor.

6.4.4. Fornecedores

Quando o assunto se trata de fornecedores a empresa precisa ter um cuidado redobrado igual qualquer setor encontrado na empresa, ao analisar sobre esse setor precisa estudar sua distância física, custo do frete, qualidade, capacidade de fornecimento, preço, prazo, formas de pagamentos, variedade a agilidade.

Com base nesses fundamentos, foram realizados estudos sobre os fornecedores do negócio, tendo como conclusão de que alguns possuem mais pontos fortes do que outros, dentre os fornecedores que pode ser destacado como o principal é o Cantinho Doce, que trabalha com peças em MDF (mesas, suportes, cubos) principal fornecedor das mesas utilizadas nas decorações, sempre estão em contato via WhatsApp, alertando sobre promoções e peças novas, onde há uma boa relação, ambos divulgam o trabalho um do outro etc.

Para fornecimento de matéria prima para criação dos enfeites, destacam-se o Artmania, que trabalha com impressão dos moldes, uma papelaria que oferece com excelência os critérios apresentados. Oferecendo a matéria prima mais utilizada, tem a Vanessa MKFL, fornecedora de e.v.a em atacado, com preços acessíveis e boa relação.

6.5. Marketing

O marketing é responsável na criação do valor de seu produto, é todo o estudo e as estratégias que serão realizadas para entregar a proposta oferecida, buscando atender as necessidades e desejos de seu cliente, da melhor forma possível.

Marketing é a ciência e arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um público-alvo com geração de lucro, segundo Philip Kotler. O objetivo do Marketing é identificar desejos e gerar valor para criar relacionamentos com sua audiência. (PEÇANHA, Vitor 2020)

Conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para os clientes, parceiros e sociedade em geral (ASSOCIATION, American Marketing 2008)

Ao entrar no assunto de marketing, não se pode esquecer de Philip Kotler, o pai do marketing moderno, ele foi a pessoa que introduziu o conceito desse tema tão importante para uma empresa, lançando um livro no ano de 1967 chamado "Administração de Marketing", onde possui conceitos fundamentais como segmentação de mercado, estudo de comportamento do consumidor e posicionamento das marcas, sua contribuição foi tão grande que até hoje seus princípios são usados em grandes empresas.

Para Philip, é a arte de explorar, criar e entrega valor com o planejamento de satisfazer as necessidades de um determinado público-alvo. O marketing também pode ser usado para trazer novos públicos e assim obter um aumento gradativamente dos lucros de seu empreendimento.

6.5.1. Descrição dos produtos

Os produtos encontrados na empresa Sonho & Magia, são um total de 40 decorações diversificadas, variando do tema feminino, masculino, neutro, adultos e infantil, o qual o cliente busca alugar para sua festa, todas feitas artesanalmente, pelas mãos da própria empreendedora tendo peças exclusivas e grande parte sendo sustentáveis. A seguir, uma lista com as decorações que o empreendimento já possui em estoque pronto para o aluguel.

- 1- Circo
- 2- Branca de Neve
- 3- Bela e a fera
- 4- Baby Shark
- 5- Moana
- 6- Unicórnio
- 7- Princesas
- 8- Minnie
- 9- Jardim encantado
- 10- Bailarina
- 11- Galinha pintadinha
- 12- Peppa pig
- 13- Now United
- 14- BTS
- 15- L.O.L
- 16- Docinho (superpoderosas)
- 17- Pequena sereia
- 18- Mulher Maravilha
- 19- Chuva de benção
- 20- Batizado
- 21- Alice no país das maravilhas
- 22- Neon
- 23- Masha e o Urso
- 24- Minecraft
- 25- Poderoso chefinho
- 26- Vingadores
- 27- Homem aranha
- 28- São Paulo
- 29- Dinossauro
- 30- Mundo bita
- 31- Naruto
- 32- Patrulha canina
- 33- Urso marinho

- 34- Country
- 35- Festa Junina
- 36- PJ Mask
- 37- Safari
- 38- Dragon Ball
- 39- Mario Bros
- 40- Casamento/noivado (padrão)

6.5.2. Política dos preços

A política de preços é a definição de um preço para a venda do produto oferecido pela empresa, atendendo a demanda do consumidor de acordo com o que ele está disposto a pagar, tendo como elemento para estabelecer esse valor, o que a concorrência cobra, e o objetivo da empresa, finalizando em um ponto de equilíbrio.

Quando se está no ponto de venda, não basta que o seu produto cubra os custos de produção e serviços para estar na gôndola. O preço precisa atender o consumidor no que diz respeito ao que ele está disposto a pagar diante da concorrência. (DUARTE, Vinicius 2020).

No empreendimento foi estabelecido da seguinte forma, se o cliente opta por uma decoração básica sem muito diferencial pode custar R\$100, as decorações simples, giram em torno de R\$150 à R\$180, caso solicite um pedido de uma decoração média, o preço será em torno de R\$200 à R\$250 e por último se tem preferência por uma decoração do tamanho grande, o preço ficará em torno de R\$300 a R\$400, sempre de acordo com o perfil do consumidor, o que está buscando e o melhor que adapta em suas necessidades.

6.5.3. Identidade visual do empreendimento

A identidade visual de uma empresa, é o que representa ela visualmente, a primeira impressão que passa para o cliente, uma forma de comunicação, será uma imagem que ficará gravada e lembre de seu negócio, como diz no próprio nome, é a identidade, que traz seu significado, valor e personalidade.

O importante de ser trabalhada, se dá pelo fato de que será assim que atrairá seu público-alvo, com o conjunto de cores, o nome, slogan, entre outros. Sem contar que deverá ser criada pensando no fato de que seja duradoura, alterar a identidade visual constantemente fará com que não tenha uma imagem fixa, trazendo dificuldades de estar marcada na lembrança dos clientes.

De início, abordaremos sobre o nome social do empreendimento, “Sonho & Magia”, não será alterado por ser a identidade que está marcada, além de ser adequada ao que o negócio propõe de acordo com seu valor, escolhido pela própria dona e reconhecido pelos clientes, o nome está em todas as redes sociais e ao ver é bem trabalhado.

A empreendedora deixou claro desde o começo que ao realizar as decorações para as festas sente como se realizasse sonhos, para si tem todo um valor sentimental, incluindo o fato de que ela produz grande parte das peças o que torna algo pessoal e especial, o qual define esse conjunto de ações como uma “magia”.

Uma experiência da empreendedora que reforçou esse pensamento, como ela conta, foi ao elaborar a decoração da primeira festa de aniversário de uma criança de 10 anos, que pediu uma temática colorida, como sempre desejou para sua festa, e ao ver o resultado se emocionou sentindo-se realizada, naquele momento ao ver a reação da menina, a empreendedora reforçou o valor de seu negócio e que realiza sonhos para muitas pessoas.

Com base nesse relato, foi criado o slogan adequado as vontades de Priscila, dona do empreendimento, que aprovou a frase de efeito ser “Você sonha, a gente realiza” de forma que passe para o cliente que o foco está em atender os seus desejos, dando prioridade e atenção ao que ele estiver buscando, que será realizado.

O slogan é uma frase que traz objetivamente o intuito de seu negócio, as palavras de impacto que vão gravar na mente de quem ouvir, fazendo com que lembrem de seu negócio instantaneamente, um exemplo é o slogan da Marisa “De mulher para mulher, Marisa”.

Houve uma alteração no visual da empresa, na logo, sendo feita uma proposta para a empreendedora oferecendo uma remodelação de acordo com suas vontades e o que representa seu negócio. Observe na imagem a seguir a logo anterior que estava nas redes sociais do empreendimento. (FIGURA 3)

FIGURA 3 - LOGO ANTIGA DO "SONHO & MAGIA"



Fonte: Priscila de Almeida Bongartiner

Como pode ser observado, é utilizada a imagem da Tinker Bell, sendo de domínio da Walt Disney, o que pode ocasionar a processos por direito de imagem, além de fontes diferentes que traz uma certa poluição visual, uma delas trazendo até uma dificuldade para ser lida. As cores não são tão ligadas ao que o negócio oferece.

Na imagem a seguir, a logo atual feita com base no que a empreendedora especificou que gostaria. (FIGURA 4)

FIGURA 4 - LOGO ATUAL DO "SONHO & MAGIA"



Fonte: Elaborado pelo grupo.

O primeiro elemento a ser visualizado, é o nome do empreendimento, nas cores azul e rosa, conforme desejado pela empreendedora que afirmou ser unissex e trazer uma imagem neutra, a fada que remete a magia, o qual ela desejou manter, e os balões que lembram festas.

6.5.4. Plano de Marketing

Nesse tópico será trabalhado o marketing digital dentro da empresa sonho e magia, irá ter o intuito de estabelecer novos clientes e mostrar de forma transparente a qualidade dos produtos encontrados no empreendimento através das redes sociais. Será utilizado o marketing de conteúdo, criando conteúdos que gerem mais engajamentos para empresa e o marketing promocional.

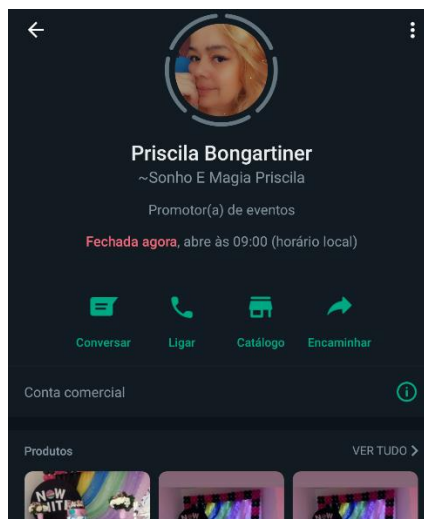
O marketing de conteúdo é uma estratégia que se caracteriza por meio das mídias sociais, utilizando vídeos, e-books, artigos etc. Tendo como intuito a criação e distribuição da marca, fazendo os consumidores terem respeito e referência sobre seu produto. O marketing promocional se caracteriza como um conjunto de ações que podem alavancar sua empresa, trazer mais público e fidelizar o já existente, trazendo uma interação maior entre o empreendimento e o consumidor. As ações que podem ser utilizadas são, ofertas e descontos, brindes personalizados, promoções etc.

De início foram analisados os canais de distribuição, que são os meios de comunicação com os clientes e a forma que o produto chega até ele. O principal método usado pelo Sonho & Magia, são as redes sociais, sendo mais frequente a utilização do WhatsApp e Instagram. Como visto, o perfil pessoal não estava separado do profissional, o que pode prejudicar a imagem da empresa, caso algum cliente se depare com opiniões pessoais a quais não concorda ou simplesmente opte por um perfil neutro. A empreendedora pretende manter um pouco de seu pessoal para estabelecer laços com os clientes, então houve um certo equilíbrio.

Foi indicado que possuísse um número apenas para seu negócio, para melhorar o atendimento ao cliente e conseguir oferecer uma atenção maior, feito isso, foi criada uma conta comercial no WhatsApp com catálogos, imagens dos produtos oferecidos, outras formas de contato, valores etc.

Observe na figura a seguir, como facilita a comunicação e imagem do negócio.
(FIGURA 5)

FIGURA 5 - WHATSAPP DO SONHO & MAGIA



Fonte: Imagem do grupo.

Para o Instagram, foram dadas instruções na utilização e visual, como por exemplo a facilidade para encontrar outras formas de contato e o que o perfil oferece, a identidade do negócio, também havia muitas postagens pessoais, o que dificultava na visualização do trabalho oferecido pelo empreendimento.

Como é possível observar na imagem a seguir, o perfil no início do ano.
(FIGURA 6)

FIGURA 6 - PERFIL DO INSTAGRAM ANTERIOR

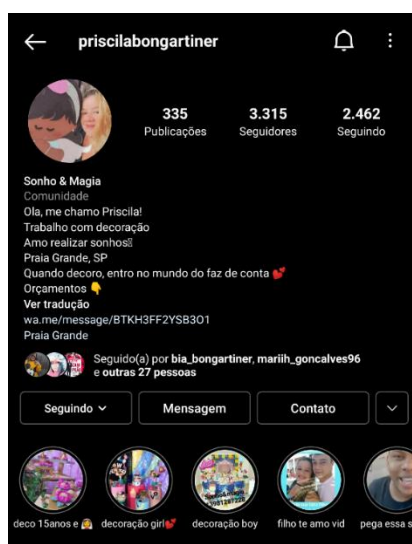


Fonte: Imagem do grupo.

Desde então, foi recomendada a utilização do “reels”, ferramenta do Instagram que normalmente envia os vídeos postados para pessoas que também não te seguem, também foi instruído que interagisse mais pelos stories, mostrando o dia a dia, a elaboração dos materiais, as criações, para criar um valor no produto oferecido pela empresa.

A seguir, a imagem de como está o perfil no momento, após a empreendedora colocar algumas dicas em prática. (FIGURA 7)

FIGURA 7 - PERFIL DO INSTAGRAM ATUALMENTE



Fonte: Imagem do grupo.

No plano, foi indicado que semanalmente abra enquetes para interagir com os seguidores, entender qual conteúdo atrai, o que buscam no perfil, divulgar novas decorações e promoções.

A empreendedora tem trabalhado também na elaboração de promoções, conforme o orientado, de forma que não a traga prejuízos, mas faça o cliente buscar seu produto, como pacotes de aluguel dos brinquedos de pula-pula e piscina de bolinhas juntamente com a decoração etc.

6.6. Financeiro

Durante a realização do plano de negócios, uma das partes a quais não deve ser esquecida é o seu planejamento financeiro, onde está localizada a saúde financeira da sua empresa. Esse tópico acaba sendo um dos mais essenciais, por abordar a base do que movimenta um negócio, dependendo do que for realizado pode causar prejuízos ou sucessos para sua empresa, pode ser considerado simples, mas com grandes riscos quais podem levar até a falência do seu empreendimento quando mal planejado.

Com um fluxo de caixa bem elaborado, a ferramenta qual foi utilizada neste documento, um empreendedor saberá da sua gestão financeira atual e a futura, juntamente com o capital de giro, quando um complementa o outro, porém caso o capital de giro não seja bem elaborado o fluxo de caixa sofre problemas que podem atrapalhar sua gestão financeira.

6.6.1. Capital de giro

Capital de giro é a diferença entre o valor a receber em caixa e a soma das despesas e contas a pagar de uma empresa, ele que determina a saúde financeira da sua empresa. O capital de giro pode ser utilizado para fazer novos investimentos na empresa ou quando aparece custos extras, como manutenção de repente de maquinário e entre outras coisas.

Essa ferramenta mostra o valor necessário para manter seu empreendimento funcionando, estudando os valores que tem preenchido os custos e despesas que sua empresa utiliza para poder continuar trabalhando, manter estoques, definir os valores dos fornecedores etc.

Cálculo: $CGL = AC - PC$

AC = Ativo circulante (Caixa, contas a receber etc.)

PC = Passivo circulante (Funcionários, estoque etc.)

Na tabela a seguir, será calculado o capital de giro do empreendimento sonho e magia no mês de agosto de 2021. (TABELA 3)

TABELA 3 - CAPITAL DE GIRO - SONHO & MAGIA AGOSTO DE 2021

ATIVO	CIRCULANTE	PASSIVO	CIRCULANTE
CAIXA	R\$150	SALÁRIOS	R\$70
CONTAS A RECEBER	R\$750	FORNECEDORES	R\$40
		GASOLINA	R\$30
		LUZ	R\$10
TOTAL	R\$900	TOTAL	R\$150
CAPITAL DE GIRO		R\$750	

6.6.2. Fluxo de caixa

Com esse fundamento, foi elaborado um fluxo de caixa, que define a movimentação do capital na empresa, todo o dinheiro gasto e recebido em um determinado tempo, esse fluxo deve ser analisado diariamente para estar sempre ciente do ocorre financeiramente em seu negócio, de saldos negativos e positivos, assim, entendendo a saúde financeira de seu negócio, mas sempre lembrando que o fluxo de caixa não determina o lucro e o prejuízo.

Nas entradas, se localiza todos as fontes de renda do negócio, todos os valores a serem recebidos, e em saídas, são todos os custos para produção e funcionamento do negócio.

Na imagem a seguir, é possível visualizar o fluxo de caixa anual feito pelo grupo de TCC, nos últimos 3 anos trabalhados, exceto na pandemia. (FIGURA 8)

FIGURA 8 - FLUXO DE CAIXA ANUAL SONHO & MAGIA

FLUXO DE CAIXA ANUAL - SONHO & MAGIA			
Descrição de contas	2018	2019	2021
ENTRADAS			
Aluguéis de decoração	R\$ 1.370,00	R\$ 1.550,00	R\$ 1.460,00
TOTAL ENTRADA ANUAL:	R\$ 1.370,00	R\$ 1.550,00	R\$ 1.460,00
SAÍDAS			
Energia	R\$ 60,00	R\$ 40,00	R\$ 50,00
Fornecedores	R\$ 800,00	R\$ 590,00	R\$ 106,00
Gasolina	R\$ 70,00	R\$ 80,00	R\$ 114,00
Salários	R\$ 180,00	R\$ 240,00	R\$ 210,00
TOTAL SAÍDA ANUAL:	R\$ 1.110,00	R\$ 950,00	R\$ 480,00
LUCRO	R\$ 260,00	R\$ 600,00	R\$ 980,00
PORCENTAGEM DE APROVEITAMENTO ANUAL			
APROX.	19%	39%	67%

Fonte: Feito pelo grupo.

Na planilha acima, é possível observar que a taxa de aproveitamento do valor em 2018 foi menor, por ter sido o ano que a empreendedora mais investiu em peças para decoração, e em 2021 é possível ver uma maior taxa de aproveitamento por possuir estoque e não precisar investir tanto.

6.7. Metas e planejamentos

Dentro do plano de negócios, o tópico de cronogramas e metas é considerado o mais essencial, sua importância é porque nessa parte estará representado as metas de forma mais detalhada que a empresa irá determinar durante o processo de realização do plano de negócios. Essas metas, tem como objetivo: a identificação e organização das sequências de tarefas necessárias para conclusão de projetos, estabelecer prazos para conclusão de tarefas, auxiliar no controle a fim de seguir o planejamento e facilitar a estimativa de prazo para conclusão de um projeto.

Como a intenção do trabalho de conclusão de curso é proporcionar um maior conhecimento do empreendimento para auxiliar na gestão, essa parte não ter sido trabalhada especificamente foi para que a empreendedora pudesse ter sua liberdade e estabelecesse suas metas de acordo com o que sonha com seu negócio.

Embora tenham sido elaboradas metas e dicas para gerir o negócio, é uma escolha pessoal se a dona do empreendimento irá querer seguir e aplicar, e para guiar Priscila, elaboramos uma lista com os problemas os quais mais tem ocasionado pontos negativos na empresa, e possíveis soluções. Confira a seguir.

6.7.1. Cronogramas

- Financeiro.

A maior dificuldade encontrada na realização deste trabalho, foi estudar a parte financeira, como dito no início, o negócio vem se mantendo intuitivamente, a

empreendedora não calcula os custos especificamente, e quanto mais recebe, mais quer investir, mesmo sem ter necessidade no momento.

Para os próximos meses que estão para vir, recomenda-se que foque nos gastos para produção de cada peça, para compra de matéria-prima, e ter um controle do destino desse capital. Guardar notas fiscais e estar sempre utilizando a ferramenta do fluxo de caixa.

- Organização interna

Para o empreendimento conseguir resolver a parte externa e buscar expandir no mercado, é necessário primeiramente realizar uma limpeza interna, em costumes que se acomodaram e atrapalham na área profissional, observar as fraquezas do negócio e o que é necessário ser feito para evoluir.

Um dos costumes analisados é que algumas vezes, a empreendedora só mexe nas peças antes de realizar uma decoração, o que resulta em imprevistos como enfeites quebrados ou com a cor desgastada, e então atrasando na entrega quando precisa ser resolvido no momento da realização da decoração.

Recomenda-se que a empreendedora organize cada qual em sua área, iniciar diversos objetivos e não finalizar apenas atrapalha o andamento de um negócio, é necessário um foco, como por exemplo um padrão antes de entregar uma decoração, estabelecer passos de acordo com o que é preciso, uma semana antes visualizar todas as peças que serão utilizadas, observar sua condição, realizar uma manutenção caso preciso, 3 dias antes buscar o endereço etc. Não deixar para cima da hora.

- Criação do conteúdo das redes sociais

Para atrair clientes, é preciso trabalhar as redes sociais, o processo de remodelação da identidade visual já foi iniciado, no momento então é necessário que trabalhe na criação desse valor do produto e do empreendimento.

Algumas dicas são os reels, interagir com os seguidores em seus stories e publicações, enquetes e caixinhas de perguntas, conteúdos voltados para decoração, mostrar como são feitas as peças e todo o trabalho envolvido no processo de criação, tudo isso fortalece o relacionamento com o cliente.

- Atração de clientes fora das redes sociais

Ao estar com uma certa estabilidade e preparada para uma demanda de clientes possivelmente maior, é preciso também que trabalhe fora da internet, como irá alcançar aqueles que não possuem essa forma de contato, como levará o empreendimento para fora dessa área online.

Até então, era divulgado apenas entre os familiares e os clientes que recomendavam uns aos outros, essa parte não é algo explorado pela empreendedora, embora deveria, em um evento os convidados podem admirar a decoração realizada, mas como chegará até esse possível futuro cliente, sem estar presente no momento?

Sendo assim, é recomendado que haja uma elaboração de panfletos e cartões, que colaboram muito na divulgação do produto e na atração de clientes, que é totalmente prioridade por ser eles quem fazem o negócio acontecer.

6.7.2. Matriz GUT

A matriz de GUT é uma ferramenta administrativa que tem como a prioridade a resolução de problemas encontrados na empresa, ótima para a tomada de decisões, e fazer grandes mudanças em sua empresa. A ferramenta é utilizada como uma base na observação desses problemas, podendo trazer muitos benefícios, sendo eles:

Facilidade na utilização, onde é bastante intuitiva e podendo ser aplicada em qualquer área, apoio às tomadas de decisões estratégicas onde são necessários dados estudos antes da realização, eliminação ou redução dos problemas mais graves das empresas.

Apesar de não apresentar soluções para os problemas, estabelece a ordem de prioridade de cada um para serem resolvidos, sendo de grande importância para quem se encontra perdido. E na parte da resolução desses problemas, será elaborado da seguinte forma, a gravidade, urgência e tendência (GUT).

Gravidade: É o impacto que esse problema não solucionado pode trazer a sua empresa, esses problemas podem ser forma qualitativa e quantitativa, suas gravidades podem oscilar entre, sem gravidade, pouca gravidade, grave, muito grave

e extremamente grave. Após a descoberta do problema você precisara estudar a gravidade desse tal problema e busca sua solução o mais rápido possível.

Urgência: A urgência está ligada ao fator tempo do problema, ou seja, quanto mais urgente for o problema mais rápido ele deve ser priorizado e solucionado. Da mesma forma da gravidade, a urgência está variando entre pode esperar, pouco urgente, urgente que merece atenção no curto prazo, muito urgente e necessidade de ação imediata.

Tendência: A tendência está ligada ao fator mudança do problema, está conectado na sua tendência, como um exemplo, se esse problema não ser resolvido hoje, quais as consequências que pode apresentar amanhã. A tendência também tem sua variação de prioridade, não mudará, vai piorar a longo prazo, vai piorar a médio prazo, vai piorar a curto prazo e vai piorar rapidamente. Após o entendimento sobre o que é matriz de GUT e seus conceitos fundamentais, a empresa deve fazer um trabalho detalhado e com cuidado para encontra os problemas e prioriza quais são os de maior risco e busca soluções o mais rápido possível sempre sabendo que a gravidade, a urgência e a tendência trabalham junto.

Na imagem a seguir, as notas utilizadas para demonstrar cada estado de prioridade que será utilizado como base na análise do empreendimento. (FIGURA 9)

FIGURA 9 - TABELA DE PRIORIDADE GUT

Nota	Gravidade	Urgência	Tendência
1	Sem gravidade	Pode esperar	Não irá mudar
2	Pouco grave	Pouco urgente	Irà piorar a longo prazo
3	Grave	O mais rápido possível	Irà piorar
4	Muito grave	É urgente	Irà piorar a curto prazo
5	Extremamente grave	Precisa de ação imediata	Irà piorar rapidamente

Fonte: EGESTOR, Blog 2018

Na tabela que irá ser apresentada a seguir, foram estudados os 4 problemas apresentados no tópico anterior, sendo o problema de número 1, a falta de organização financeira, o problema de número 2, a falta de organização interna, o problema de número 3 a gestão das redes sociais e o problema de número 4 é a forma de atrair clientes fora da internet. (TABELA 4)

TABELA 4 - MATRIZ GUT SONHO & MAGIA

Problema	Gravidade	Urgência	Tendência
1	4	3	3
2	3	3	3
3	2	2	1
4	1	1	1

Começando com o problema número um, o qual apresenta mais riscos, a falha na gestão financeira do negócio, justifica-se o grau de gravidade ser 4 pelo motivo de que a área financeira é a saúde da empresa, quando vai mal, pode levar até à falência. Não é de grau extremamente grave pelo motivo de não estar com dívidas, o empreendimento não está devendo para terceiros e os gastos não são realizados no crédito, suas contas estão balanceadas.

Porém é considerado muito grave por estar sem controle algum, sem noção básica do que ocorre, algo que pode vir a trazer problemas futuramente, algumas decorações podem estar custando mais caro do que vem recebendo, e não ter uma base disso é preocupante, o que também justifica a urgência de número 3, resolver assim que possível, por ser um problema que demanda um tempo para ser estudado e trabalhado, pode exigir paciência para a organização.

E a tendência de número 3, onde pode piorar, ao se investir muito em algo sem ter certeza de retorno, pode acontecer de não ter capital quando for realmente necessário, assim trazendo problemas piores como dívidas com terceiros, que pode vir a durar por longos prazos e trazer problemas futuros.

O problema de número 2, a falta de organização, é considerada de nível grave por apresentar riscos em outras áreas, quando uma parte do negócio apresenta dificuldades que afetam outros setores, é de se dar uma atenção maior para que não interfira no funcionamento, pelo mesmo motivo, é bom resolver assim que possível, no momento não são o maior problema a ser enfrentado, mas a tendência é piorar.

O problema de número 3, a gestão das redes sociais, é pouco grave por ser o meio de comunicação com o cliente, mas como no caso o básico está sendo realizado, não apresenta riscos na relação com o consumidor, apesar disso, é necessário dar atenção por ser a forma com que atrai o comprador, atender a

demanda dele é prioridade de uma empresa, que existe em funcionalidade de quem compra, por isso é pouco urgente que essa área seja organizada.

O problema de número 4, a forma de atrair clientes fora da internet, precisa ser melhorado, mas não é algo de tanta urgência, primeiramente deve se organizar o ambiente da empresa, a gestão, para que tenha capacidade de receber os clientes e ter uma boa estrutura para serem atendidos com qualidade. Nesse caso, o problema não pode ser esquecido, mas por ter a necessidade de que outros setores do empreendimento estejam com bom funcionamento, é bom esperar.

6.7.3. Matriz SMART

Ferramenta administrativa qual auxilia na elaboração de metas, ela contribui mais ainda, por detalhar a meta por inteiro, indicando se a meta é:

Específica, fazendo de forma detalhada no momento que for elaborada as metas. Mensurável, analisando a necessidade da utilização de alguma outra ferramenta. Atingível, definindo os objetivos que são atingíveis de acordo com a realidade da empresa. Realista, trabalhando com verdades, sobre sua realidade e se você possui capacidades para completar essa meta. Prazo, é o tempo determinado, com o prazo fica mais fácil de analisar os erros, caso falhe em completar a meta, se for nítido que a duração do projeto é longa demais, pense em objetivos de curto, médio e longo prazo que ajudem a manter o foco.

S= Aumentar a demanda de clientes. A responsável será a empreendedora, sendo trabalhado nas redes sociais, através de conteúdos postados. Deve ser seguido para aumentar a demanda de cliente e conseqüentemente o aumento do lucro.

M= O aumento de clientes através das redes sociais. 6 meses

A= Sim, é possível.

R= Nessa meta, está como objetivo o aumento de demanda de clientes através das redes sociais que iram causa conseqüentemente o aumento de lucro.

T= O prazo estabelecido foi de 6 meses.

Na figura a seguir, a meta especificada em uma imagem, foi elaborada para depois que forem trabalhadas as metas da prioridade na matriz GUT, tendo como foco atrair o público. (FIGURA 10).

FIGURA 10 - MATRIZ SMART SONHO & MAGIA



FONTE: Criado pelo grupo.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sendo concluído então, que o documento desenvolvido durante o ano, diante as pesquisas feitas pelo grupo e com os resultados encontrados juntamente aos orientadores, observa-se que o plano de negócios é um material extremamente necessário, para que uma empresa obtenha mais conhecimento de si mesma, podendo reunir informações e pesquisas que auxiliem na gestão, desde que iniciado, a empreendedora analisou pontos de sua empresa com a devida atenção merecida, elementos que passavam despercebidos e possuíam um relevância maior do que acreditava, formando o significado real de seu empreendimento, estabelecendo suas metas, seus planos e entendendo o valor do negócio para ela mesma.

Com um bom planejamento, é possível mudar o rumo de seu negócio, entender o funcionamento e trabalhar para que tenha uma boa gestão, poderá trazer sucesso, para caminhar, é necessário olhar para frente, entender a trilha a ser seguida como será realizada, esse conceito se aplica em um empreendimento, além de estar cuidando do presente, é preciso que olhe para o futuro e trace um caminho o qual quer alcançar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABUCHAEM, José. **O que é e como planejar a estrutura de custos do seu e-commerce?**. Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/planejar-estrutura-de-custos-ecommerce/> (Junho, 2021).

ADMINISTRAÇÃO, Fundação instituto de. **Gestão de negócios: O que é, importância e especializações.** Disponível em: <https://fia.com.br/blog/gestao-de-negocios/> (Outubro, 2018).

ANDRADE, Otavio. **Metas SMART: o que são e como usá-las?** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/metas-smart/> (Maio, 2017).

BEZERRA, Juliana. **Empreendedorismo.** Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/empreendedorismo/amp/> (Dezembro, 2018).

CAIXA. **Fluxo de caixa.** Disponível em: <https://www.caixa.gov.br/educacao-financeira/empresa/fluxo-de-caixa/Paginas/default.aspx> (s.d.).

CAMARGO, Gabriel. **Saiba como se aproximar dos seus consumidores com o Marketing Promocional.** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/marketing-promocional/> (Maio, 2019).

CARRIJO, Wesley. **Quais são os impostos para cada tipo de empresa?** Disponível em: <https://www.jornalcontabil.com.br/quais-sao-os-impostos-para-cada-tipo-de-empresa/?amp#top> (Dezembro, 2020).

CARVALHO, Mateus. **Origem e evolução do Marketing: como surgiu o marketing e por quais mudanças ele passou?** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/origem-e-evolucao-do-marketing/> (Junho, 2018).

CASAROTTO, Camila. **Aprenda o que é análise SWOT, ou análise FOFA, e saiba como fazer uma análise estratégica do seu negócio.** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/como-fazer-uma-analise-swot/> (Dezembro, 2019).

CLICK, Gestão. **Registro de vendas: veja a importância!** Disponível em: https://gestaoclick.com.br/blog/registro-de-vendas/#top_ankor (Novembro, 2021).

CONTE, Alexandre. **DEFINIÇÕES DE VISÃO, MISSÃO, VALORES E DESEMPENHO.** Disponível em: <https://alexandreconte.com/2014/05/26/visao-missao-valores-e-desempenho-organizacional/> (Maio, 2014).

CONTENT, Redator Rock. **Objetivos SMART: o que são e como utilizá-los no seu departamento de marketing.** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/objetivos-smart/> (Maio, 2015).

COUTINHO, Thiago. **O que é Canvas e como utiliza-lo com exemplos.** Disponível em: <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/o-que-e-o-canvas> (Abril, 2020).

DUARTE, Vinicius. **COMO DEFINIR ESTRATÉGIAS DE POLÍTICA DE PREÇOS COM UM SISTEMA DE TRADE MARKETING.** Disponível em: <https://clubedotrade.com.br/blog/politica-de-precos-trade-marketing/> (Dezembro, 2020).

ESCOBAR, Pedro Henrique. **Matriz GUT: saiba os principais problemas da sua empresa!** Disponível em: <https://blog.egestor.com.br/matriz-gut/> (Março, 2018).

ETAE. **Como calcular e controlar o capital de giro do seu negócio.** Disponível em: <http://www.etae.com.br/site/noticia-0414.php> (Abril, 2015).

EXPERIAN, Serasa. **Plano de negócios: Aprenda o que é, como montar e quando rever!** Disponível em: <https://empresas.serasaexperian.com.br/blog/plano-de-negocios-para-mei-ou-me-o-que-e-como-montar-e-quando-rever/> (Agosto 2020).

FIRE, Equipe Pink. **Frases de empreendedorismo: 150 frases para você se inspirar.** Disponível em: <https://pinkfire.com.br/frases-de-empreendedorismo/> (Agosto 2020).

HEEMANN, Michele. **Missão, visão e Valores: O que é? Como definir e exemplos.** Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/missao-visao-valores/> (Julho, 2021).

IMME, Amanda. **Tudo sobre análise SWOT: o que é, como fazer e muito mais!** Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/analise-swot/> (Outubro, 2019).

IODICE, Giulianna. **Conheça a história do marketing.** Disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2020/10/conheca-a-historia-do-marketing/> (Outubro, 2020).

ISO, Consultoria. **O que significa SWOT e o que ela pode fazer pelo seu negócio?** Disponível em: <https://www.consultoriaiso.org/o-que-significa-swot-e-o-que-ela-pode-fazer-pelo-seu-negocio/> (Abril, 2017).

LIBERATO, Rafael. **Missão, Visão e Valores de uma empresa: entenda o que é e como devem ser definidos.** Disponível em: <https://www.senior.com.br/blog/missao-visao-e-valores-de-uma-empresa-entenda-o-que-e-e-como-devem-ser-definidos> (Agosto, 2018).

LIRA, Adriano. **8 lições de marketing de Philip Kotler.** Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Dia-a-dia/noticia/2014/09/8-licoes-de-marketing-de-philip-kotler.html> (Setembro, 2014).

LUIZ, José. **Estratégias Promocionais: 6 Ações Promocionais Para Usar na Sua Empresa.** Disponível em: <https://www.brindessp.com.br/blog/estrategias-promocionais/> (Janeiro, 2020).

MARCONDES, José Sérgio. **Conceito de cronograma: O que é? Definição, aplicações e exemplos.** Disponível em:

<https://gestaodesegurancaprivada.com.br/conceito-de-cronograma-que-e-definicao/>
(Setembro, 2016).

MAIRINS, Simão. **O que é empreendedorismo?** Disponível em: <https://administradores.com.br/noticias/o-que-e-empreendedorismo> (Janeiro, 2011).

MARQUES, José Roberto. **Saiba quais são as etapas do plano de negócio.** Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/saiba-quais-sao-as-etapas-do-plano-de-negocio/> (Junho, 2019).

MEI, Portal. **Como fazer fluxo de caixa – MEI.** Disponível em: <https://www.portalmei.org/como-fazer-fluxo-de-caixa/> (c2021)

MICHELI. **09 de setembro, Dia do Administrador.** Disponível em: <https://www.unirios.edu.br/noticias/2292/09-de-setembro-dia-do-administrador>
(Setembro 2013).

NAKAGAWA, Marcelo. **Ferramenta: Visão, missão e valores.** Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Missao-Visao-Valores.PDF (s.d.).

NEGÓCIOS, Analista de modelo de. **Parcerias-Chave.** Disponível em: <https://analistamodelosdenegocios.com.br/parcerias-chave/> (s.d.).

NEGÓCIOS, Analista de modelo de. **Segmento de clientes.** Disponível em: <https://analistamodelosdenegocios.com.br/segmentos-de-clientes/> (s.d.).

NOTÍCIAS, Agência SEBRAE de. **Brasil deve atingir marca histórica de empreendedorismo em 2020.** Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/brasil-deve-atingir-marca-historica-de-empreendedorismo-em-2020.d9c76d10f3e92710VgnVCM1000004c00210aRCRD> (Junho, 2020).

OLIVEIRA, Diogo. **Importância da micro e pequena empresa no mercado brasileiro.** Disponível em: <https://blog.softensistemas.com.br/importancia-da-micro-e-pequena-empresa/> (Setembro, 2018).

PEÇANHA, Vitor. **O que é Marketing de Conteúdo? Tudo que você precisa saber para se tornar um especialista no assunto.** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/marketing-de-conteudo/> (Abril, 2020).

PEÇANHA, Vitor. **O que é Marketing: tudo o que você precisa saber sobre a arte de conquistar e fidelizar clientes.** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-marketing/> (Julho, 2020).

RAMOS, Ana Júlia. **Entenda o que é identidade visual e qual a sua importância para a estratégia do seu negócio.** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/identidade-visual/> (Setembro, 2019).

RAMOS, Rogério. **Definições de Marketing.** Disponível em: <https://www.infoescola.com/administracao/definicoes-de-marketing/> (c2021).

ROCHA, Isabel. **Empreendedorismo no Brasil dispara; é hora de abrir o próprio negócio?** Disponível em: <https://exame.com/pme/empreendedorismo-no-brasil-dispara-e-hora-de-abrir-o-proprio-negocio/> (Outubro, 2021).

RODRIGUES, Fernanda. **Como definir e aplicar missão, visão e valores de uma empresa.** Disponível em: <https://blog-empresas.ifood.com.br/missao-e-valores-de-uma-empresa/> (Dezembro, 2020).

SEBRAE. **Capital de giro: aprenda o que é e como funciona o da sua empresa.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-e-como-funciona-o-capital-de-giro,a4c8e8da69133410VgnVCM1000003b74010aRCRD> (Dezembro, 2021).

SEBRAE. **Como construir um modelo de negócio para sua empresa.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-construir-um-modelo-de-negocio-para-sua-empresa,6054fd560530d410VgnVCM1000003b74010aRCRD> (Fevereiro, 2021).

SEBRAE. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>

SEBRAE. **O que é empreendedorismo?.** Disponível em: <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo/> (Junho, 2021).

SEBRAE. **O que é o fluxo de caixa e como aplicá-lo no seu negócio.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/fluxo-de-caixa-o-que-e-e-como-implantar,b29e438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD> (Abril, 2021).

SEBRAE. **Plano de negócio: foco nos objetivos e metas de empreendimento.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/defina-o-conceito-e-planeje-o-seu-negocio,88aaf3221b385410VgnVCM2000003c74010aRCRD> (Março, 2019).

SEBRAE. **Sobrevivência de empresas.** Disponível em: https://www.agenciasebrae.com.br/asn/Estados/NA/Sobrevivencia-empresas-sebrae_Final.pdf (Janeiro, 2021)

SEBRAE. **Tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD> (Março, 2021).

SILVA, Lucio de Souza. **Schumpeter: Desenvolvimento por meio da inovação.** <https://via.ufsc.br/schumpeter-inovacao/> (Julho, 2019).

TOM, Carim. **Microempreendedor Individual (MEI): quais impostos pagar?**
Disponível em: <https://blog.contaazul.com/microempreendedor-individual-mei-quais-impostos-pagar> (Outubro, 2021)