



Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – *Campus* Almenara

PLANO DE NEGÓCIO

Amanda Gusmão (Voluntária)¹, Alessandra Zaghete (Voluntária)², Luís Henrique Carvalho (Voluntário)³, Stéfany Galvão (Voluntária)⁴, Patrik Barbosa (Voluntário)⁵, Emanuely Pelgio⁶(Orientadora).

¹Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – Campus Almenara, Processos Gerenciais

² Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – Campus Almenara, Processos Gerenciais

³ Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – Campus Almenara, Processos Gerenciais

⁴ Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – Campus Almenara, Processos Gerenciais

⁵ Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – Campus Almenara, Processos Gerenciais

⁶ Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – Campus Almenara

e-mail: lhdc1@aluno.ifnmg.edu.br

RESUMO

Segundo Dornelas [1] (2008, p. 98), o 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 o empreendedor situar-se no seu ambiente de negócio. O plano de negócios serve como instrumento de captação de recursos financeiros, além de funcionar como um instrumento de estudo de viabilidade econômico-financeira e análise de cenários futuros, o mesmo permite diminuir riscos, e os erros podem ser identificados ainda na ideia elaborada no papel, minimizando possíveis problemas que possam aparecer no negócio já formalizado. Neste sentido, foi elaborado um trabalho, que teve por objetivo desenvolver todas as etapas de um plano de negócio, para criação de uma empresa atuante no ramo de pipocas gourmet na cidade de Almenara/ MG, o principal intuito da criação deste plano, foi um norteamento de informações sobre a viabilidade econômica para abertura da empresa Rota da Pipoca. O início do negócio se deu a partir de pesquisas de mercado e entrevistas com possíveis consumidores. Na análise de mercado, constatou-se que os únicos produtores de pipoca existentes na cidade, produzem somente a pipoca tradicional e sem trabalhar com as vendas diretas. Com base nessa pesquisa, chegou-se à conclusão que a empresa Rota da Pipoca não teria concorrentes potenciais no mercado. O principal intuito da empresa é trazer produtos inovadores e que ainda não são ofertados no mercado, a empresa Rota da Pipoca possui sabores diferenciados e com valor acessível. Ainda na análise de mercado, foi realizada uma análise Swot da empresa Rota da pipoca, onde foi possível analisar as oportunidades, ameaças, forças e fraquezas que a empresa passaria, assim, prevenindo futuros problemas na administração. No plano de vendas, foram analisados o Mix de Marketing. O produto haverá comercialização em ponto próprio, carrinhos móveis e delivery. Em relação ao preço, será compatível ao preço do mercado local, observando uma margem mínima de lucro de 30% em cada vendagem realizada. Sobre o plano operacional, foi realizado um estudo de como se dará o funcionamento da empresa Rota da Pipoca, foi planejado a planta da empresa descrevendo o processo de produção, bem como o layout dos carrinhos para atendimento dos clientes, planejando também a capacidade de produção diária e mensal das pipocas. No plano financeiro, chegou a conclusão do capital necessário para abertura da empresa, à qual está enquadrada como ME, com tributação do Simples Nacional. O recurso injetado foi dividido em partes iguais entre os cinco sócios da empresa, na forma de capital próprio. O recurso foi utilizado para aquisição de materiais de escritórios, bem como maquinários e matéria prima para fabricação do produto. A estimativa de faturamento, será de R\$22.500,00/ mensais, totalizando R\$270.000,00 anual. Vale ressaltar que de acordo com o resultado do plano de negócio, a estimativa de retorno do investimento realizado pelos sócios, será de 2 meses, chegando a conclusão que a existência da empresa no mercado é viável economicamente.

Palavras chaves: Plano de Negócios; Viabilidade Econômica; Empresa.

Referências: [1] DORNELAS, José Carlos de Assis. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios: 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.