

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Plano de negócios para criação de uma ótica
Business plan for the creation of an optics store

João Guilherme do Carmo Santana Goncalves – jguima12@hotmail.com – CPF:
057.165.541-64

Orientadora: Prof^a Msc. Irene Reis, irenereis15@hotmail.com – CPF: 168.518.891-53

Membros da banca:

Esp. Lucilene Correia de Macedo - lenacmacedo@gmail.com - CPF 800.988.001-91

Dra. Tereza Cristina Pinheiro de Lima - tekinha.adm@gmail.com – CPF 306.767.031-00

Linha de pesquisa 4 – Empreendedorismo, Inovação e Desenvolvimento Regional

O presente trabalho tem como objetivo é elaborar um Plano de Negócios para criação de uma empresa no ramo específico de ótica - saúde visual em Aparecida de Goiânia-Goiás. E especificamente, definir qual será o público-alvo; analisar uma boa região para montar o empreendimento; estudar o mercado e seus concorrentes; conhecer as melhores formas para se trabalhar o marketing; analisar o perfil da clientela; definir fornecedores; pesquisar equipamentos essenciais para ótica e elaborar o plano de viabilidade econômico-financeiro do empreendimento. O estudo apresenta a seguinte indagação: Qual a importância do empreendedorismo na sociedade atual? Como se estrutura o Plano de Negócios para criação de uma ótica? Qual o valor do investimento para criação do negócio? Empreender no ramo de óticas é um investimento que dará retorno financeiro em quanto tempo? Metodologicamente utilizou-se da pesquisa de caráter exploratório e descritivo, com análise qualitativa a partir de entrevista semiestruturada aplicada junto ao gestor das empresas âncora, bibliográfica e com pesquisa de campo. Resultados alcançados: Foi elaborado plano de negócios no segmento ótico; realizou-se estudos na empresa âncora Óticas Madri o estudo da viabilidade para criação do plano de negócios idealizado, pois a análise de viabilidade financeira e retorno do investimento ficou demonstrado em um espaço temporal médio de 3 meses após o início das atividades da empresa e tem um grande potencial para expansão no mercado.

Palavras chave: Empreendedorismo, Ótica, Plano de negócio.

Abstract:

The present work aims to elaborate a Business Plan for the creation of a company in the specific field of visual health in Aparecida de Goiânia-Goiás. And specifically, define the target audience; analyze a good region to set up the venture; study the market and its competitors; know the best ways to work marketing; analyze the profile of the clientele; define suppliers; research essential equipment for optics and draw up the project's economic and financial viability plan. The study presents the following question: What is the importance of entrepreneurship in today's society? How is the Business Plan structured for creating an optician? What is the investment value to create the business? Undertaking in the field of optics is an investment that will give financial return in how long? Methodologically, exploratory and descriptive research was used, with qualitative analysis based on a semi-structured interview applied with the manager of the anchor companies, bibliographical and field research. Results achieved: A business plan for the optical segment was drawn up; Studies were carried out at the anchor company Óticas Madrid, the feasibility study for the creation of the idealized business plan, since the analysis of financial viability and return on investment was demonstrated in an average time span of three months after the start of the company's activities and has great potential for expansion in the market.

Key word: Entrepreneurship, Optical, Business Plan.

INTRODUÇÃO

Tendo em vista o interesse voltado ao empreendedorismo e sabendo da importância da atividade para a sociedade, como também para a economia, o estudo apresenta a criação de um Plano de Negócios para criação de uma empresa no ramo específico de ótica - saúde visual

Um plano de negócios é um documento de planejamento usado ao começar um negócio. Ele atende a diversos propósitos, como atrair potenciais parceiros e investidores, além de ajudar bastante na hora de levantar capital com bancos, fundos de investimento e outras instituições financeiras. O plano de negócios se apresenta como um roteiro para estruturar, operar e gerenciar seu novo empreendimento.

Empreender é estar constantemente exposto à incertezas e são necessários a frieza e o devido planejamento para a tomadas de decisões ao lidar com o ambiente interno e externo da organização. Estudos relatam que as maiores dificuldades enfrentadas pelos empreendedores, acontecem em decorrência da falta da elaboração do plano de negócio, realizado através de um planejamento adequado e bem estruturado. Um negócio nasce de uma ideia, mas encontrar um ponto comercial, conhecer os custos e planejar o futuro da empresa é essencial para evitar riscos futuros. Nesse sentido, a elaboração de um Plano de Negócios, ou *Business Plan*, é indispensável para o sucesso de uma empresa. (DORNELAS, 2021)

O objetivo do presente estudo é elaborar um Plano de Negócios para criação de uma empresa no ramo específico de ótica - saúde visual.

Como objetivos específicos pretende-se definir qual será o público-alvo; analisar uma boa região para montar o empreendimento; estudar o mercado e seus concorrentes; conhecer as melhores formas para se trabalhar o marketing; analisar o perfil da clientela; definir fornecedores; pesquisar equipamentos essenciais para ótica e elaborar o plano de viabilidade econômico-financeiro do empreendimento.

O estudo justifica-se tendo em vista a importância do empreender uma vez que o empreendedorismo é uma forma de criar valor, envolver pessoas para criar oportunidades, criar riquezas e realizar transformações sociais e econômicas. Assim, importante ressaltar que o empreendedor é aquele que inicia algo e corre riscos, é criativo e proativo, tem visão real e de futuro, buscando desafios e inovação.

O estudo torna-se importante devido a necessidade do planejamento empresarial para estruturação e criação do plano negócios, calculando e planejando os recursos necessários para a implantação e analisando sua viabilidade econômica financeira.

No que se refere a problematização indaga-se: Qual a importância do empreendedorismo na sociedade atual? Como se estrutura o Plano de Negócios para criação de uma ótica? Qual o valor do investimento para criação do negócio? Empreender no ramo de óticas é um investimento que dará retorno financeiro em quanto tempo?

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Empreendedorismo

O estudo do empreendedorismo é atual e muito importante, pois está interligado ao desenvolvimento social e econômico da sociedade e, com a competitividade cada vez maior, a necessidade de entrar no mercado e se manter nele, depende cada vez mais do ato de empreender. A preocupação do brasileiro em criar e manter suas empresas, são motivos da popularidade do tema no país. O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve “mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade” (Hisrich & Peter, 2014, p. 33).

Segundo Dornelas (2021, p.7), "o empreendedorismo tem se mostrado um grande aliado do desenvolvimento econômico, pois tem dado suporte à maioria das inovações que têm promovido esse desenvolvimento".

O empreendedorismo é fundamental para a economia de um país, sendo um dos principais meios para geração de riqueza e desenvolvimento da população, e está diretamente ligado ao crescimento econômico levando em conta que é responsável pela geração de empregos e fontes de renda.

Plano de negócios

Dolabela (2008) define plano de negócios como uma linguagem completa utilizada para descrever o que é ou a pretensão do que deve ser uma empresa, sendo que sua utilização reduz a taxa de risco do negócio e sustenta a tomada de decisões, que também pode sinalizar que não se deve abrir a empresa ou lançar o produto.

Tendo-se um planejamento correto sobre todos os recursos que se tem pela frente, o plano de negócios vai definir em qual direção se deve seguir, e detalhar quais serão os meios para atingir o resultado esperado.

Chiavenato (2021) mostra algumas vantagens do plano de negócios:

- Cobre todos os aspectos internos e externos do negócio;
- Abrange todos os aspectos atuais e futuros do negócio, funcionando como uma visão integrada e sistematizada;
- Serve como um guia abrangente para a condução do negócio;
- Informa o mercado, principalmente investidores, bancos e financeiras, a respeito do negócio;
- Divulga aos parceiros internos e externos as características do negócio;
- Funciona como um meio de avaliação dos desdobramentos do negócio.

Chiavenato (2021) ainda diz que, "o plano de negócios serve para retratar o início, meio e fim de um empreendimento, portanto é imprescindível a revisão contínua do documento para mantê-lo atualizado e dinâmico".

Plano estratégico

Planejamento Estratégico é a função que determina um meio sistemático para a tomada de decisões, visando garantir o sucesso da empresa em seu ambiente atual e futuro. É um processo de desenvolver, e manter, um ajuste estratégico entre objetivos, habilidades e recursos de uma organização, em um mercado em contínua mutação. (KOTLER, 2014).

Empresas que aderem ao planejamento estratégico, potencializam a chance de sucesso e, conseqüentemente, tornam-se mais sólidas por terem um maior preparo em relação a alta volatilidade do mercado. Isso não elimina por completo a possibilidade do fracasso, mas torna-se uma medida de prevenção pela vantagem de conhecimento que se adquire no segmento.

Para Maximiano (2011), para realizar o planejamento estratégico, o caminho deve percorrer desde tomar a decisão até o produto ou serviço que vai ser entregue aos seus clientes.

Para Tavares (2010), o planejamento estratégico deve ser adaptado para cada organização, de forma que seja fiel às características do ambiente empresarial. O segmento, porte, formas de gestão estão diretamente ligados à forma que essa atividade terá andamento. Ele também destaca que esse planejamento, o processo de criação e a forma que será inserido estão ligados às condições do negócio, apontando as ponderações quanto: Delimitação do negócio; Desenvolvimento da missão; Estabelecimento da visão; Análise Ambiental; Definição dos objetivos; Elaboração das Estratégias; Implementação das Estratégias; Avaliação e Controle.

Pesquisa de mercado

A Pesquisa de Mercado é uma ferramenta importante para que você obtenha informações valiosas sobre o mercado em que atua ou pretende atuar. Quanto maior o seu

conhecimento sobre o mercado, clientes, fornecedores e concorrentes, melhor será o desempenho do seu negócio. (GOMES, 2013).

Em um mercado competitivo, as organizações devem utilizar ferramentas capazes de auxiliá-las a conquistar espaço e a mantê-las em uma situação confortável. Essa é uma técnica cujo objetivo é colher informações em relação ao mercado em geral e os concorrentes, tais como necessidades e exigências dos consumidores, algumas decisões da concorrência, contatos de fornecedores, entre outras informações sobre o mercado em geral.

Plano de marketing

Segundo Kotler; Keller (2019, p.58) “Um plano de marketing é um documento escrito que resume o que o profissional de marketing sabe sobre o mercado e que indica como a empresa planeja alcançar seus objetivos”.

O plano de marketing ajuda a lidar com a instabilidade do mercado, por meio dele, o profissional pode colher informações com antecedência sobre a realidade do mercado, podendo assim, observar as oportunidades existentes para o lançamento de novos produtos, ou entender o que está se saturando. Tudo isso baseado em dados coletados em meio ao ambiente ao qual está inserido.

Plano operacional

De acordo com Bocchetti (2012) O plano operacional engloba o plano de negócios e retrata a maneira em que o empreendedor vai formalizar, por meio de documentos escritos, sua ideia. É nesse momento que terá que apresentar como será a colocação e a metodologia que vai ser usada ao longo do plano de negócios. O autor cita também que o plano será diferente de acordo com a organização que será tratado, pois leva-se em conta o tipo de negócio, isto é, se a empresa se trata de uma indústria, um comércio, ou se é apenas prestadora de serviços, assim a complexidade e seu detalhamento serão diferentes.

Conforme Oliveira (2018, p. 21), cada um dos planejamentos operacionais deve conter detalhes, tais como: “recursos necessários para o seu desenvolvimento e implantação; procedimentos básicos a serem adotados; produtos ou resultados finais esperados; prazos estabelecidos; responsáveis pela sua execução e implantação”.

Ele mostra como o que foi planejado deve ser feito na prática na forma de ações, tarefas e procedimentos. Ou seja, é o caminho em que as metas e objetivos pré-planejados serão atingidos.

Plano de viabilidade econômico-financeiro

Para fazer uma boa análise de viabilidade financeira deve-se realizar um estudo com o intuito de comparar os investimentos que devem ser desembolsados com o potencial retorno, de modo que avalie se a abertura do negócio será viável ou não.

Segundo Woiler e Mathias (2018), os projetos de investimentos podem ser divididos por tipo, isso varia de acordo com o setor em que estão enquadrados. No caso de projetos macroeconômicos, eles podem ser industriais ou de serviços. Em termos microeconômicos, podem ser classificados em: de implantação, expansão, modernização, realocação e diversificação. De acordo com o serviço que o projeto servirá à organização, sua classificação pode ser prolongada à projetos de viabilidade.

Outra questão a ser considerada em análise de projetos, é a projeção de seu risco. Mesmo que parecidos, o risco e a incerteza possuem conceitos diferentes. Woiler e Mathias (2018) falam que riscos tem possibilidades de oscilações futuras no retorno adquirido. Já as incertezas podem ocorrer quando não se conhece o futuro nem suas possibilidades de acontecimentos.

Se tem risco, tem possibilidade de se ter futuros prejuízos financeiros, sendo assim, muitas vezes definido como a variabilidade dos retornos dos ativos (Gitman, 2018).

METODOLOGIA

O método compreende o material e os procedimentos adotados para se responder à questão central do artigo. Inclui a forma de seleção dos indivíduos para compor a amostra do estudo, a maneira de coletar os dados e de analisá-los (PEREIRA, 2014).

Metodologicamente utilizou-se GIL da pesquisa descritiva que visa descrever características de determinada população ou fenômeno por meio de uma análise minuciosa sobre os principais objetivos do estudo. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática para a realização de um levantamento. (FARIAS FILHO; ARRUDA FILHO, 2015).

Quanto aos meios, é classificada como pesquisa qualitativa, tendo em vista que o uso dessa abordagem facilita o aprofundamento da investigação das questões relacionadas ao fenômeno em estudo e das suas relações, mediante a máxima valorização do contato direto com a situação estudada, buscando-se o que era comum, mas permanecendo, entretanto, aberta para perceber a individualidade e os significados múltiplos.

Foram utilizados dados primários e secundários, através da pesquisa bibliográfica por meio de livros, artigos, e materiais da internet, sendo que os dados primários foram coletados através da entrevista semiestruturada, com o gestor da empresa ancora escolhida para elaboração da pesquisa.

O estudo através de uma empresa ancora, estudo de caso, caracteriza-se também como técnica de pesquisa, “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento” (GIL, 2022, p. 54). Yin (2014) afirma que o estudo de caso é um modo de pesquisa empírica que investiga fenômenos contemporâneos em seu ambiente real quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidos; quando há mais de uma variável de interesse além dos pontos de dados; quando se baseia em várias fontes de evidências; e quando há proposições teóricas para conduzir a coleta e a análise de dados.

Para elaboração da análise financeira, contou com assessoria de um profissional da área contábil, possibilitando enquadramento tributário e demais análises financeiras.

Empresa âncora

Para melhor compreensão sobre o funcionamento de uma empresa que atua no segmento ótico, foi realizada uma visita técnica na empresa Óticas Madri localizada no município de Goiânia-Goiás. Durante a visita, foi possível conhecer as políticas internas adotadas pelo estabelecimento por meio da aplicação da entrevista semiestruturada.

A empresa Óticas Madri administrada pelo empresário Iberson Teixeira Lima atua no segmento Ótico há 34, revelando como diferencial a qualidade nos produtos produzidos. Sua missão é garantir o respeito e a satisfação dos consumidores, clientes e colaboradores por meio da qualidade dos produtos comercializados, novidades do mercado, priorizando a saúde visual, conforto e comodidade para o cliente; como visão, ela procura ser vista como referência em prover saúde visual, com qualidade e baixo custo.

A estrutura organizacional funcional da empresa é composta pelo próprio empresário, e sua esposa para ajudar na organização e alavancar as vendas. O empresário é responsável pela análise de mercado e pelos processos de tomada de decisão na empresa. Sua esposa concentra seus esforços em promover estratégias de venda, na administração do estoque de armações da loja e no controle financeiro.

O processo de compras é feito a partir da organização interna, contando com um sistema que alerta quando determinada armação de óculos se encontra com estoque baixo. Os fornecedores têm que se adequar à forma de pagamento que a loja propõe, entretanto, existe uma flexibilidade na relação entre ambos.

A análise financeira é realizada ao longo de reuniões mensais entre os participantes, onde são apresentados, como forma de indicadores, dados obtidos por relatórios de compras, relatórios de vendas, balanço patrimonial e demonstração de resultados de exercícios, por meio dos quais é possível fazer um prognóstico sobre o seu desempenho futuro e as possíveis tomadas de decisão da empresa.

Após a apresentação dos aspectos metodológicos que embasam este estudo, passemos para a parte em que discorrerá sobre os resultados.

RESULTADOS: ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO DA ÓTICA CONCEITO.

Neste capítulo, apresenta-se o plano de negócio fundamentado no referencial teórico. Aqui, expõem-se os dados do negócio, a análise de mercado e também uma análise financeira do plano de negócios.

Sumário executivo - Ótica Conceito

O negócio a ser apresentado refere-se à elaboração do estudo de viabilidade econômica para a criação do plano de negócios de uma empresa no ramo específico de saúde visual em Goiânia-Goiás.

O quadro societário da empresa será composto por um dos sócios da empresa Duna Lentes, a qual atua no segmento de indústria de lentes oftálmicas para óculos, fará parte também do quadro societário, João Guilherme do Carmo Santana Gonçalves, acadêmico do curso de administração da PUC GOIÁS, o qual contribuirá com seus conhecimentos adquiridos durante sua graduação.

A ideia para criação deste plano de negócios surgiu em decorrência da percepção da oportunidade de negócios mediante a criação de uma *spin-off* dependente. Spin-off é o nome dado a uma empresa que foi criada como uma derivação de outra organização empresarial ou acadêmica, comandada por uma empresa mãe, geralmente, uma *spin-off* surge de uma necessidade da própria organização, como um novo tipo de mercado ou de tecnologia. (BORGES, FILION E SIMARD 2008).

A empresa em questão atuará vendendo seus produtos através do site de vendas da loja e presencialmente. A criação do plano de negócio se deu em decorrência a partir de estudos sobre o funcionamento e a necessidade de lentes oftálmicas em diferentes pessoas de diferentes idades, e também, pelo estudo de mercado, elaboração de Planos de Marketing, Operacional, Financeiro e análise estratégica que auxiliarão a delinear as melhores ações para o sucesso deste negócio.

O empreendedor não tem como pretensão faturar e nem investir grandes quantias inicialmente, o negócio deverá ir crescendo com os rendimentos proporcionados pela própria atividade empresarial, que serão em sua maioria reinvestidos no crescimento da empresa.

A empresa se utilizará do site de vendas e atendimento presencial para comercializar os seus produtos. Será utilizado a técnica de panfletagem à frente do Hospital Fundação Banco de Olhos localizado ao lado da loja como forma de atrair clientes para conhecerem a loja.

A empresa trabalhará com variedade de produtos, a fim de atingir o maior número de clientes possíveis, dessa forma, os clientes tem uma maior liberdade de decisão de produtos, tendo opção desde melhores custo-benefício até lentes com mais tecnologias agregadas proporcionando maior qualidade e conforto visual.

O escritório e estoque de mercadorias da empresa ficarão instalados na própria loja que dispõe de espaços para esta finalidade. Inicialmente a empresa pretende ter poucos funcionários para diminuir as despesas, apenas o necessário para melhores desempenhos nas vendas. O capital social da Ótica Conceito será de aproximadamente R\$50.000,00 (cinquenta mil reais) que será totalmente financiado com recursos próprios do proprietário.

Análise de mercado - Estudo dos Clientes - Público-alvo:

Inicialmente a empresa irá focar principalmente em atender públicos de classe C e D, pois no início de experiência da loja, trata-se de um público menos criterioso, que permite trabalhar com uma gama de produtos afim de proporcionar para cada cliente a lente ideal por um valor atrativo. Através de experiência adquirida pelo autor trabalhando na área durante alguns anos, pode-se observar algumas características do público alvo da empresa.

Para lidar com o público de classe C, o foco consistirá nas vendas de valor agregado, com lentes que proporcionem maior conforto e benefícios nas escolhas dos óculos monofocais ou multifocais, para aqueles que importam com qualidade de vida.

Como segunda opção para aqueles clientes que procuram preço, também é necessária a disponibilidade de lentes simples e funcionais, de forma que atendam as demandas daqueles que não são totalmente dependentes dos óculos e que esteja buscando preços mais acessíveis.

A empresa deverá permanecer atenta e monitorar periodicamente as necessidades e expectativas dos clientes com a finalidade de elaborar estratégias e oferecer produtos com tecnologia com objetivo de satisfazer as necessidades dos clientes, e assim se manter no mercado.

Comportamento dos Clientes:

Nossos clientes serão atraídos principalmente por meios de comunicação nos arredores da loja física. Com conteúdo atrativo, promoções e linguagem clara.

Levando em consideração classes C e D, torna-se importante construir vínculos de confiança entre a marca e esse consumidor, a fim de driblar as dificuldades financeiras pessoais e crises econômicas.

O preço é um aspecto extremamente importante para nosso público, porém, estes consumidores estão cada vez mais exigentes no que se diz respeito ao relacionamento e ao atendimento construído com as marcas que consomem. Essa é uma mudança clara e importante, muito necessária para entender o que os levam ao consumo do produto.

Ao longo dos últimos anos, considerando que passamos por pandemia, crise econômica e até mesmo desemprego, houve uma redução no ticket médio de compra, dessas classes. Todavia, o acesso ao crédito não se alterou desde o período de alto crescimento até os dias atuais. O fato é que o perfil de consumo das classes C e D ainda é, de alguma forma, conservador.

Normalmente, o perfil de consumo das classes C e D demonstra que este cliente opta por pagar suas compras com valor menor à vista, ou realizar o parcelamento em menos vezes a fim de não gerar despesas com juros. Essa é uma mudança de cenário, já que consumidores emergentes utilizaram o parcelamento longo, em mais de 12 vezes, por muito tempo. Mas essa tendência tem sido substituída, dadas as mudanças nos modos de consumo.

As marcas ainda têm relevância para este consumidor desde que representem para eles confiabilidade e qualidade, pois são clientes de perfil tradicional, econômico e preza muito por custo-benefício.

Área de abrangência:

Os brasileiros já estão acostumados a comprar pela internet, desta forma, por mais que o estabelecimento se trata de um local físico, a abrangência dos clientes da empresa será toda a cidade de Goiânia e Aparecida, uma vez que, para aqueles que precisam de lentes monofocais (deficiência para enxergar ou para longe ou para perto) basta entrar no site da loja, escolher a armação e solicitar a entrega com o valor do frete acrescido.

No caso de usuários de multifocais nos quais necessitam de um atendimento personalizado presencial, a localização da loja beneficia moradores ou trabalhadores dos bairros

Jardim da Luz, Alto da Glória, Parque das Laranjeiras, Conjunto Fabiana e Vila Brasília, pois a loja localiza-se do lado da Fundação Banco de Olhos no bairro Jardim da Luz.

Estudo dos Concorrentes:

Os concorrentes principais da Ótica Conceito são as empresas de mesmo segmento também situadas aos arredores da Fundação Banco de Olhos que oferecem produtos e soluções oftalmológicas para a população de Goiânia e Aparecida de Goiânia, em especial ao público que frequenta a fundação.

A Ótica se diferencia dos concorrentes oferecendo total suporte e excelência no atendimento ao cliente, sem falar de trabalhar com o Laboratório que oferece as melhores lentes no quesito tecnológico e de durabilidade que se encontra no mercado, desta forma adquire reputação com os clientes que foram atendidos, estimulando assim, uma divulgação orgânica no ciclo de convívio do comprador.

Outro diferencial competitivo que a Ótica oferece é o próprio ambiente virtual e por consequência, a comodidade de receber entregas sem sair de casa. Ter um site próprio com possibilidade de em alguns casos o consumidor pedir sem precisar sair do conforto de casa, ou sem precisar tirar horário de almoço para aqueles que possuem uma agenda limitada para resolver esses assuntos é um motivador no momento da decisão de compra no ambiente virtual. E por isso é um diferencial na hora da finalização da compra, o cliente enxerga como um benefício que a empresa está concedendo a ele.

Na Ótica o cliente terá condições de pagamento facilitadas e parcelamento sem juros no cartão de crédito, além de desconto de 5% para pagamento a vista, conquistando assim ainda mais a preferência dos clientes. Analisando os concorrentes percebeu-se que alguns também fornecem parcelamento sem juros, no entanto nenhum fornece desconto para pagamento no boleto bancário, desta forma a empresa poderá conquistar os clientes que preferem pagar no boleto em troca de algum desconto.

Os produtos oferecidos pela Ótica Conceito terão garantia de 3 meses contra defeitos de fabricação, e 1 mês contra problemas de adaptação, em análise feita nos concorrentes percebeu-se que a garantia dos concorrentes sobre defeitos de fabricação é feita somente no primeiro mês, e não oferecem garantia em relação à dificuldades de adaptação sendo assim a Ótica oferecerá 3 vezes mais garantia do que os concorrentes. Desta forma o cliente que busca qualidade do produto se sentirá mais seguro comprando com a Ótica Conceito.

Com todo esse conjunto de diferenciais tais como maior tempo de garantia, parcelamento sem juros no cartão de crédito, desconto para pagamento a vista, suporte e pós venda de qualidade, a Ótica pretende ganhar a preferência da clientela que buscam maiores confortos nos óculos de grau em seu dia a dia por um preço justo.

A tabela a seguir, identifica os diferenciais competitivos da Ótica Conceito:

Tabela 1: Diferenciais competitivos da Ótica Conceito:

Diferencial Competitivo
Tempo de garantia
Parcelamento sem juros no cartão de crédito
Desconto para pagamento a vista
Suporte ao cliente
Pós-venda de qualidade

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Estudo dos Fornecedores:

A Ótica terá fornecedores em sua grande maioria nacionais, apesar de oferecer produtos com origem e tecnologias importadas, a fim de manter sua qualidade e preço competitivo no mercado.

No que diz respeito à produtos para manutenção e limpeza da mesma, bem como suprimentos e insumos diários, as compras serão realizadas em mercados locais, sempre priorizando o melhor custo benefício.

As embalagens personalizadas (sacolas de papel para entrega dos serviços, envelopes para envio de ordens de serviços para óticas, blocos de ordem de serviços, entre outros) e também todo material gráfico (folders, cartão de visita, material demonstrativo) serão direcionados para as gráficas na região de Goiânia e Aparecida de Goiânia, considerando os orçamentos a serem realizados de acordo com a demanda.

As armações disponíveis para revenda são de fornecedores nacionais, como a empresa Vianzo, do Grupo Marino, responsável por fabricação de armações com marca própria bem como personalização com a marca da ótica. Armações Acqua, uma empresa local que possui armações de qualidade com baixo custo. E também da loja Palácio das Armações e Óculos, localizada em São Paulo, que possui produtos vindos da China, conseguindo manter um menor valor para compras de maior volume.

A ótica permanece aberta à visita de representantes que também possuam interesse em demonstrar seus produtos.

Sobre os demais produtos de exposição (expositores, estojos, lenços de limpeza das lentes, espelhos, etc) serão encomendados dos sites de vendas de produtos personalizados para ótica como www.portaldooculos.com.br e www.atacadaodaotica.com.br, onde poderão ser trabalhados produtos personalizados e também brindes para os clientes, gerando um reforço da marca.

Como fornecedores de laboratório óptico, as melhores opções são os três maiores laboratórios digitais de Goiânia, que oferecem preços competitivos, e rapidez na entrega por estarem na mesma cidade da loja física além de serem grandes importadores e distribuidores de lentes, fazendo com que seus estoques sejam completos oferecendo uma grande variedade para seus clientes, sendo eles: Laboratório Duna Lentes, Artlens e Unilentes. Sendo todos laboratórios de superfície tradicional, com tecnologia freeform montagem, coloração, onde a Unilentes possui o diferencial de aplicação de tratamento Antirreflexo. Estando todos consolidados no mercado há mais de 10 anos. As tabelas a seguir, mostra a cartela das melhores opções de fornecedores de armações e lentes oftálmicas:

Tabela 2: Possíveis fornecedores de armações da Ótica Conceito:

Fornecedores de armações
Vianzo
Grupo Marino
Acqua
Palácio das Armações e Óculos

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Tabela 3: Possíveis fornecedores de lentes oftálmicas da Ótica Conceito

Fornecedores de lentes oftálmicas
Duna Lentes
Artlens
Unilentes

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Plano de marketing descrição dos principais produtos e serviços oferecidos:

A Ótica Conceito irá oferecer dois tipos de produtos, sendo eles armações solares ou para lentes de grau, lentes solares com grau ou sem lentes para perto ou longe, e lentes multifocais para aqueles que precisam corrigir a visão para longe e para perto.

O diferencial competitivo da Ótica Conceito será a qualidade na pós venda oferecida pelos vendedores, que mantém contato com o cliente para certificar que os clientes se adaptaram com os óculos e rapidez e eficiência na entrega. Por se tratar de um ramo da saúde e a população de todas as classes estarem procurando produtos e serviços cada vez melhores, os clientes prezam pelo serviço de qualidade prestado pela loja, este serviço de qualidade engloba desde um atendimento e pós venda de qualidade até a entrega com rapidez e qualidade.

Estratégias Promocionais:

A Ótica Conceito irá promover seus produtos dentro do site de vendas e no atendimento presencial. A plataforma aplica diversas técnicas e estratégias modernas que são utilizadas por grandes empresas do e-commerce para vender e aumentar a taxa de conversão, tais como:

- ✓ Remarketing, técnica que marca e identifica os usuários que já visitaram a página do produto e passa a exibir anúncios daquele determinado produto na rede de sites pela internet, fazendo com que o possível comprador não se esqueça daquele produto.
- ✓ E-mail marketing, estratégia em que a plataforma envia e-mail divulgando produtos para os usuários do site contendo produtos que encaixem no perfil de compra de cada cliente.
- ✓ Facilidades: A plataforma oferece algumas facilidades para os clientes tais como parcelamento sem juros, facilidade de navegação do site, etc.
- ✓ Descontos promocionais, o site convida periodicamente os comerciantes a participarem de campanhas oferecendo seus produtos com descontos promocionais, ótima oportunidade para alavancar a venda de armações que estejam com baixo giro no estoque.

A Ótica Conceito pretende fidelizar os clientes que comprarem seus produtos através de uma pós venda com excelência e garantindo sempre trabalhar com os melhores fornecedores afim de proporcionar a melhor qualidade visual para os clientes.

Estrutura de Comercialização:

A estrutura de comercialização é o meio pelo qual a empresa distribui os produtos para os seus clientes, ou seja, como os produtos chegarão aos seus clientes. No caso da Ótica, a logística é bem simples, onde a maior parte da entrega dos produtos consiste do cliente retirar direto na loja, contando também com motoboys terceirizados no caso em que o cliente prefere receber em casa, assim, é acrescido no valor do produto somente o frete cobrado pelo entregador.

A estocagem dos produtos será principalmente no salão principal onde várias armações estarão expostas na vitrine, mas também se conta com um espaço de 8m² para a armazenagem das armações que não estão a mostra, e sim, de reserva para repor quando outra for vendida.

Os clientes chegarão até a empresa através de buscas na internet, onde poderão encontrar divulgação dos produtos ofertados pela Ótica através do site, ou dos panfletos entregues na porta do hospital ao longo da semana. Após visualizarem algum produto ofertado, o cliente poderá acessar a página do produto contendo uma descrição persuasiva do produto que estimule a compra do mesmo. Dentro da página do produto o possível cliente também contará com campo de perguntas e respostas onde o cliente poderá tirar possíveis dúvidas ou negociar condições com o vendedor que poderá responder as dúvidas instantaneamente.

Localização do Negócio:

A empresa será localizada na Rua Caramuru, no Bairro Jardim da Luz nos arredores do Hospital Banco de Olhos, na cidade de Goiânia. Está localizada em uma região para essa área da saúde, pois os pacientes do hospital saem com a prescrição médica do grau e já tem a opção de solicitarem os óculos ali mesmo.

A loja funciona de segunda a sexta das oito às dezoito e aos sábados das oito ao meio-dia, os dois vendedores alternam entre si para a higienização da loja e ambos à organiza conforme realizam o atendimento.

Para a realização das vendas, é feita a divulgação dos panfletos diariamente na saída do Hospital Banco de Olhos e o carro de som que circula a região às terças-feiras e quintas-feiras, sem contar com as campanhas de tráfego pago, que consiste na divulgação da loja nas diversas redes sociais da população de Goiânia e Aparecida de Goiânia. Ao longo da semana, algumas promoções atrativas são realizadas e, após a chegada do cliente na loja é feito um estudo englobando o que foi receitado, qual a sua necessidade e o que pode pagar. Após finalizar a negociação é retirado a distância naso-pupilar para a fabricação da lente e negociada a forma de pagamento.

Para a reposição dos produtos conta-se com um sistema operacional no qual toda a mercadoria incluindo lentes acabadas e armações são cadastradas para ser avisadas pelo próprio sistema quando determinado produto se encontra em falta ou quando o mesmo está perto de acabar.

Para encerrar o ciclo de vendas com, assim que os óculos estiverem prontos o cliente é notificado imediatamente e deve optar pela retirada na loja ou pela entrega em domicílio com valores acrescidos referente ao frete. Depois, o cliente recebe um estojo para os óculos junto com um paninho de microfibras para a limpeza ideal da mercadoria e, em seguida, um certificado de garantia de até 3 meses no caso de não adaptação aos óculos. Por fim, na semana seguinte é realizado um pós-venda que consiste em entrar em contato com o cliente para realizar uma pesquisa de satisfação e proporcionar uma melhor experiência à clientela.

Layout:

O layout da Ótica Conceito será dividido em três ambientes, sendo o primeiro será o escritório onde estarão localizados estação de trabalho, computador para questões financeiras, impressora, telefone, armário para guardar documentos, cofre e materiais de escritório, etc. O escritório deverá ser fechado para evitar ruídos externos que atrapalhem o exercício das tarefas, com boa iluminação artificial e ar condicionado.

O segundo será a cozinha, composta apenas pela geladeira, pia, micro-ondas, mesa e cadeira para os colaboradores almoçarem. O terceiro será o salão principal onde os vendedores atenderão os clientes, nessa área se encontra o balcão do vendedor, estoque de mercadoria, estantes e prateleiras com as diversas opções de armações que serão vendidas, mesas e cadeiras para os clientes se acomodarem enquanto são atendidos, sem falar dos espelhos espalhados pela loja para não faltar opção de lugar para se olharem enquanto escolhem seus óculos.

Capacidade Comercial:

Levando em conta os dois vendedores que estarão disponíveis 8 horas por dia (desconsiderando a hora de almoço) e gastam em média 60 minutos para completarem o atendimento ao cliente, a capacidade inicial da empresa será de 16 vendas diárias em dias de semana, e 8 vendas diárias aos sábados, o que corresponde a 384 vendas mensais contabilizando o processamento de pedidos apenas em dias úteis. Esse número é possível, pois todos os serviços vendidos são destinados ao Laboratório óptico parceiro onde são encarregados pela fabricação das lentes personalizadas ao grau do cliente, no qual o prazo de devolução é de dois dias úteis. O proprietário ficará a cargo das tarefas principais do negócio e que não tenha como

terceirizar como, por exemplo, atendimento ao cliente, compra de produtos dos fornecedores, organização de estoque, controle financeiro, etc.

Processo Operacional:

O processo operacional da Ótica Conceito começa com o atendimento presencial onde o cliente irá escolher a armação com a lente que mais o atender, ou com a entrada do serviço recebido pela plataforma de vendas. Após a entrada do pedido, será feita uma ordem de serviço referente ao mesmo, e então ele será designado ao laboratório parceiro, onde passará pelo processo de fabricação e montagem das lentes na armação. Quando o serviço retorna para a loja, entra-se em contato com o dono dos óculos para que vá busca-lo presencialmente, ou se for optado pelo cliente, entra-se em contato com o motoboy onde a entrega será feita em domicílio com o valor do frete acrescido.

Necessidade de Pessoal:

Na fase inicial da empresa serão contratados dois vendedores para alavancar as vendas. As atividades de finanças a atendimento ao cliente, compra de produtos com fornecedores, organização do estoque, entre outras serão realizadas pelo proprietário. Serão terceirizadas atividades que não fazem parte do coração do negócio e que possam ser terceirizadas, tais como fabricação das lentes oftálmicas, logística e entregas, publicidade, etc.

Plano financeiro

O plano financeiro demonstra financeiramente os recursos necessários para o início das atividades da empresa, serão demonstrados os custos fixos do negócio, capital de giro necessário, metas de vendas que a empresa precisa atingir e seus indicadores e o faturamento da empresa. Para que a empresa comece a operar ela necessitará comprar móveis e equipamentos, no quadro 1 serão listados os móveis e equipamentos que a empresa precisará adquirir para começar suas atividades, juntamente com a quantidade e seus respectivos valores.

Quadro 01: Moveis e Equipamentos

Moveis e Equipamentos	Quantidade	Preço Total(R\$)	Depreciação Anual
Notebook	2	R\$ 3.600,00	10%
Impressora	1	R\$ 400,00	
Estação de trabalho	1	R\$ 450,00	
Estantes	3	R\$ 450,00	
Mesas de atendimento	2	R\$ 600,00	
Espelhos	3	R\$ 420,00	
Telefone	1	R\$ 80,00	
Ar condicionado 9000 btus	1	R\$ 1.300,00	
Valor Total		R\$ 7.300,00	

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Investimento Fixo Total: com base no demonstrativo acima realizado, referente aos investimentos em móveis e equipamentos para que a empresa possa realizar suas atividades, o investimento fixo total da empresa corresponde a R\$ 7.300,00 (nove mil e cem reais).

Faturamento: abaixo serão discriminados os produtos que serão vendidos pela empresa, com suas respectivas estimativas de vendas, seu custo unitário, o custo total das mercadorias, preço de venda e seu faturamento.

Quadro 02: Estimativa de custo e estimativa de vendas

Descrição do Produto	Estimativa de Custos			Estimativa de Vendas	
	Vendas Unit.	Custo Unit.	Custo da Mercadoria	Preço de Venda Unit.	Faturamento
Armações	156	R\$ 40,00	R\$ 6.240,00	R\$ 80,00	R\$ 12.480,00
Lentes	283	R\$ 145,25	R\$ 41.105,00	R\$ 256,18	R\$ 72.500,00
	CMV	R\$ 47.345,00	TOTAL DE PRODUTOS		R\$ 84.980,00

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Capital de Giro: Necessário para financiar a continuidade das operações da empresa e demais custos e despesas operacionais, será disponibilizado R\$20.000,00 (Vinte mil reais) como reserva de recursos para suprir as eventuais necessidades financeiras da empresa.

Investimento Total: Para iniciar as atividades da empresa com uma estrutura adequada serão investidos um total de R\$ 47.300,00 (quarenta e sete mil e trezentos reais). Este montante foi calculado somando o investimento fixo total no valor de R\$ 7.300,00 (sete mil e trezentos reais), a estimativa de estoque inicial que corresponde a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) e o capital de giro no valor de R\$20.000,00 (Vinte mil reais).

Fonte de Capital: A empresa utilizará de recursos financeiros disponibilizados pelo proprietário empreendedor para financiar suas atividades no período inicial. Serão investidos pelo proprietário um montante de R\$ 47.300,00 (quarenta e sete mil e trezentos reais).

Prazos e Estoques: O valor do estoque inicial para atender a demanda corresponde ao valor de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) referente a demanda de 30 dias, já que a empresa precisa de aproximadamente 10 dias para repor o estoque, sobrando assim uma margem de segurança de 20 dias.

Mão de Obra e Comissões: A empresa irá contar com vendedores que serão contratados como profissionais autônomos na modalidade MEI (Micro Empreendedor Individual) conforme Lei Complementar n. 128/08, no qual contarão com uma comissão de 10% sob o valor das vendas, totalizando um valor de R\$ 8.498,00 (oito mil quatrocentos e noventa e oito reais) em comissões. A retirada do proprietário (pró-labore) será equivalente a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) adicionando 11% de encargos, totalizando R\$ 5.550,00 (cinco mil quinhentos e cinquenta reais).

Demonstrativo de Resultados: Abaixo será demonstrado a estrutura gerencial de resultados da empresa, demonstrando suas receitas, custos variáveis, tributos como (PIS, COFINS, IPI, ICMS, IRPJ, etc). O Regime diferenciado de tributação denominado SIMPLES NACIONAL favorece as empresas de pequeno porte e micro empresas diminuindo a burocracia pois reúne o recolhimento tributário de impostos como ICMS, IPI, IRPJ, COFINS, CSLL em uma única guia. Antes do SIMPLES NACIONAL os empresários pagavam uma guia de cada imposto. Com a implementação da lei geral da micro e pequena empresa todos os impostos são pagos em uma única guia e são repassados automaticamente para a União, Estados e Municípios correspondentes.

Segundo a lei geral das micro e pequenas empresas, as empresas que faturarem no exercício de 12 meses o montante de até R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) serão enquadradas como Micro empresas e as que faturarem até R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) serão enquadradas como pequenas empresas. Ambas podem participar do SIMPLES NACIONAL com suas devidas alíquotas de impostos. A Lei Complementar nº 123, de 14/12/2006 que criou e regulamentou o SIMPLES NACIONAL contribuiu para o avanço das micro e pequenas empresas visto que diminuiu a burocracia e o montante de impostos pagos pelas MPes. Desta forma, o micro e pequeno empreendedor pode dedicar mais tempo e recursos financeiros para sua empresa, contribuindo para a ampliação do seu negócio e da economia nacional.

O quadro a seguir irá demonstrar além das receitas e impostos, os custos variáveis como comissões, materiais de embalagem, margem de contribuição, etc. Serão apresentados também custos fixos como água, luz, telefone, internet, contador, despesas com matérias de escritório, pró-labore, contador, despesas com veículos, materiais de consumo, aluguel, seguros, despesas com publicidade e propaganda, manutenções e depreciação mensal, e no final será demonstrado o resultado operacional e o resultado financeiro.

Quadro 03: Estrutura Gerencial de Resultados

ESTRUTURA GERENCIAL DE RESULTADOS			
DISCRIMINAÇÃO		VALOR R\$	%
1. Receita Total		84.980,00	100,00%
Vendas		84.980,00	100,00%
2. Custos Variáveis Totais		60.263,17	70,91%
Previsão de Custos (Custo da Mercadoria)		47.345,00	55,71%
Impostos Federais (PIS, COFINS, IPI ou SUPER SIMPLES)	8,28%	3.920,17	4,61%
Comissões (vendedores autônomos)	10%	8.498,00	10,00%
Materiais de Embalagem		500,00	0,59%
3. Margem de Contribuição (84.980,00 – 60.263,17) = 24.716,83		24.716,83	29,09%
4. Custos Fixos Totais		10.164,83	11,96%
Retirada do Proprietário (Pró-Labore)		5.550,00	6,53%
Água		50,00	0,06%
Luz		100,00	0,12%
Telefone		400,00	0,47%
Contador		800,00	0,94%
Material de Expediente e Consumo		200,00	0,24%
Aluguel		1.800,00	2,12%
Seguros		400,00	0,47%
Depreciação Mensal		464,83	0,55%

Manutenção	200,00	0,24%
Outros Custos Fixos	200,00	0,24%
5. Resultado Operacional	14.552,00	17,12%
8. Resultado Líquido Financeiro	14.552,00	17,12%

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Ponto de Equilíbrio: Esse indicador demonstra qual a projeção de vendas necessária para que a receita se equilibre com o custo da operação, calculando o custo fixo dividido pelo percentual da margem de contribuição. O ponto de equilíbrio da empresa será baseado em 30 dias mensais, dividida em equilíbrio operacional, financeiro e econômico.

Quadro 04: Ponto de equilíbrio, operacional, financeiro e econômico

	Operacional (1)	Financeiro (2)	Econômico(3)
Lucro Desejado	-	-	R\$ 14.552,00
Mensal	34.942,70	33.344,79	84.980,00
Diário	1.164,75	1.111,49	2.832,67

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

- (1) operacional: o ponto é quando o lucro da empresa é igual a zero. Isso significa que a receita total é igual aos custos e as despesas. Também é conhecido como break-even point ou ponto de equilíbrio;
- (2) financeiro: não considera perdas com amortização, exaustão e depreciação, que embora reduzam o lucro, não ficam explícitos na saída de caixa. Isso porque o autor incluiu depreciação como despesa operacional;
- (3) econômico: leva em conta o lucro mínimo desejado pelo investidor e o custo de oportunidade ao realizar o cálculo;

Indicadores de desempenho: os indicadores apresentados com base na análise financeira da empresa demonstram uma margem de contribuição de 29,09% e lucratividade operacional de 17,12%. O prazo de retorno do investimento será de aproximadamente 3,2 meses. O prazo de retorno de investimento é calculado dividindo o investimento inicial pelo lucro mensal, sendo assim: R\$ 47.300,00 / R\$ 14.552,00 = 3,25 meses.

Avaliação estratégica

Quadro 05: Análise SWOT

Ambiente Externo	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Mercado com demanda ilimitada, sempre haverá a necessidade da troca de receituário óptico. • Desenvolvimento tecnológico possibilitando a comercialização através do e-commerce 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrência elevada, principalmente as localizadas perto da loja. • Alta do Dólar com reflexos no custo dos produtos, matéria importada.
Ambiente Interno	
Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> • Custo fixo baixo. • Produtos com boa lucratividade. • Pós venda ao cliente de qualidade. • Entrega rápida para o cliente. • Produto de alta tecnologia agregada. • Alta fidelização de clientes por meio dos diferenciais competitivos da loja. • Localização estratégica, ao lado do hospital oftalmológico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificuldade de logística e de oportunidade para atender clientes de cidades distantes. • Não conseguir fazer um negócio 100% digital, sendo necessário o atendimento presencial. • Falta de procedimentos para aprovação da produção dos óculos, evitando demandas por erros das prescrições médicas.

Fonte: Dados da Pesquisa (2022)

Avaliação do plano de negócio

Esta etapa informa quanto à viabilidade ou não do negócio. A análise do plano financeiro tem em vista verificar se os capitais investidos são remunerados e reembolsados de modo a que as receitas geradas superem as despesas realizadas (investimento e funcionamento) num período razoável de tempo.

Após a análise, verifica-se que a lucratividade do negócio é boa, pois se trata de uma área da saúde onde sempre haverá demanda. O investimento é baixo em pessoal, pois o negócio da Ótica Conceito, de início, necessita de poucas pessoas para o bom andamento do negócio e resume em comprar do laboratório fornecedor parceiro apenas os serviços que já foram negociados e vendidos com o consumidor. Podemos verificar que as receitas são elevadas, mas porque o custo variável é alto. A quantidade de produtos pensados para venda são 439 por mês em média.

Analisando a estrutura gerencial de resultados podemos observar que o negócio apresenta um resultado líquido financeiro de R\$ 14.552,00 (quatorze mil quinhentos e cinquenta e dois reais) e lucratividade operacional de 17,12%. Com esta análise, comprova-se não só a viabilidade técnica e financeira do projeto, mas também um nicho de mercado de alta demanda, já que os produtos vendidos permitem uma boa margem de lucro para a empresa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo elaborar um Plano de Negócios voltado para uma empresa que atua no ramo de ótica - saúde visual de forma presencial e por e-commerce, em Goiânia – Goiás, utilizando a estruturação formal determinando todas as etapas necessárias para sua

criação, passando pelos processos do sumário executivo, análise de mercado focando em seu público-alvo, concorrentes e fornecedores, plano de marketing procurando as melhores estratégias promocionais, plano operacional, plano financeiro e avaliação geral do plano.

O tipo de negócio desenvolvido vem em coerência ao atual comportamento do mercado onde, apesar do E-commerce ser um modelo relativamente novo, tem se tornado crucial para o desenvolvimento e permanência das empresas no mercado além do próprio estudo do público-alvo, neste caso sendo as classes C e D, que através de pesquisas pode-se notar que mesmo apresentando uma redução no ticket médio de compra, mantiveram o acesso ao crédito, e apresentam um perfil mais conservador porém de grande fluxo no que diz respeito à itens de necessidade (neste caso a saúde).

Todo estudo e pesquisas feitas colaboraram para ampliar o conhecimento sobre os assuntos abordados, sendo de grande proveito para desenvolver o tema e fazer com que fosse elaborado um Plano de Negócios com a maior coerência e consistência possível.

O presente trabalho servirá como base para a abertura da empresa apresentada, e todo aprendizado adquirido no trabalho será transferido para a futura formalização do negócio.

O conhecimento do plano de negócios é de extrema importância para que o empreendedor consiga ter uma visão ampla da gestão do negócio como um todo, identificando os principais pontos fortes e fracos, analisando ameaças e oportunidades, riscos, novas possibilidades, alinhando as melhores estratégias para seu negócio buscando atingir seus principais objetivos sem prejuízos, e com uma base financeira sólida.

Pode-se concluir que o objetivo principal desse trabalho acadêmico foi atingido, pois foi possível uma análise minuciosa de tudo que é necessário para o sucesso na abertura desse novo empreendimento, buscando informações desde a melhor localização, todo material despendido, tempo, despesas, necessidade de capital de giro, mão-de-obra e planejamento financeiro. Dando grande noção de como aplicar isso de forma ordenada e trazendo segurança ao empreendedor e seu processo de gestão.

Por fim, pode-se notar que a elaboração de um plano de negócios é de grande relevância e um elemento estratégico muito necessário para o sucesso de um negócio. É de suma importância que essa prática seja disseminada entre os empreendedores e auxiliem as empresas, principalmente as micro e pequenas, a alcançarem êxito em suas iniciativas e que as empresas nascentes deem seus primeiros passos com maior segurança.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Marina. *62,3 milhões de brasileiros têm compras parceladas*. Outubro. 2021. Disponível em: <<https://cndl.org.br/varejosa/623-milhoes-de-brasileiros-tem-compras-parceladas/>>. Acesso em: 18 out. 2022.

BOCCHETTI, G. W. G.; HERMANN, I. L. *Plano de Negócios: Plano Operacional e Plano de Marketing*. Palhoça UnisulVirtual, 2012.

BORGES, Cândido; FILION, Jaques Luis; SIMARD, Germain. *JOVENS EMPREENDEDORES E O PROCESSO DE CRIAÇÃO DE EMPRESAS*. MACKENZIE, RAM – Revista de Administração V. 9, N. 8, Edição Especial ISBN 1678-6971 NOV./DEZ. 2008b.

CHIAVENATO, I. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2021.

_____. *Introdução a teoria geral da administração*. 10. ed. São Paulo: Akron Books, 2020.

DOLABELA, Fernando. *O Segredo de Luísa: Uma ideia, uma paixão e um plano de negócio: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa*. 10 ed. Sextante, 2008.

- DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. 8 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2021.
- FARIAS FILHO, M. C.; ARRUDA FILHO, E. J. M. *Planejamento da Pesquisa Científica*. 2. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2015.
- GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2022.
- GITMAN, L. J. *Princípios de administração financeira*. 14 ed. São Paulo: Harbra, 2018.
- GOMES, Isabela Motta. *Manual Como Elaborar uma Pesquisa de Mercado*. Belo Horizonte: SEBRAE, 2013.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. *Empreendedorismo*. 9 ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.
- KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. *Princípios de Marketing*. 15 ed. Rio de Janeiro: Prentice/Hall, 2014.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing*. 15. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2019.
- MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. *Introdução à Administração*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. *Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e práticas*. 34 ed. São Paulo: Atlas, 2018.
- PEREIRA, Maurício Gomes. *Artigos científicos: como redigir, publicar e avaliar*. Rio de Janeiro, 1 Ed. Guanabara Koogan, 2014.
- SILVA, Claudia Dantas Ferreira da. Administração judiciária: *Planejamento Estratégico e a reforma do Judiciário*. Jus Navigandi, Teresina, ano 10, n. 976, 4 mar. 2006. Disponível em . Acesso em: 16 maio. 2022.
- TAVARES, Mauro Calixta. *Gestão estratégica*. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- WOILER, S.; MATHIAS, W. F. *Projetos: planejamento, elaboração e análise*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2018.
- YIN, R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
 PRÓ-REITORIA DE DESENVOLVIMENTO
 INSTITUCIONAL
 Av. Universitária, 1069 | Setor Universitário
 Caixa Postal 86 | CEP 74605-010
 Goiânia | Goiás | Brasil
 Fone: (62) 3946.3081 ou 3089 | Fax: (62) 3946.3080
 www.pucgoias.edu.br | prodir@pucgoias.edu.br

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

ANEXO IV

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O (A) estudante João Guilherme do Carmo Santana Goncalves, do Curso de ADMINISTRAÇÃO, matrícula 2018.1.0023.0174-3, telefone 62-8242-1615 e-mail jguima12@hotmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **PLANO DE NEGÓCIOS PARA CRIAÇÃO DE UMA ÓTICA**, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 07 de dezembro de 2022.

Assinatura do(s) autor(es): João Guilherme Goncalves

Nome completo do autor: João Guilherme do Carmo Santana Goncalves

Assinatura do professor-orientador: Irene Reis

Nome completo do professor-orientador: IRENE REIS