

## A IMPORTÂNCIA DE UM PLANO DE NEGÓCIO: UM ESTUDO DE CASO DA PAPELARIA CÉU AZUL EM ITACARÉ – BAHIA

### IS THE IMPORTANCE OF A BUSINESS PLAN: A CASE STUDY OF CÉU AZUL STATIONERY IN ITACARÉ, BAHIA

Lara Sacramento dos Santos<sup>1</sup>  
Pablo Roberto de Assis<sup>2</sup>

**RESUMO:** Este estudo visa explorar o cenário em constante evolução do mercado de papelaria, destacando a notável expansão do setor após a pandemia da COVID-19. A empresa em foco, Papelaria Céu Azul, uma pequena empresa localizada em Itacaré, inicialmente surgiu como um empreendimento por oportunidade, com o objetivo de fornecer lucro e sustentabilidade à família. Desde sua criação em 2001, a empresa construiu uma base fiel de clientes na região, principalmente devido à ausência de concorrência direta na época. No entanto, mudanças trouxeram desafios à Papelaria Céu Azul. A empresa respondeu a essas pressões competitivas expandindo seus serviços e implementando iniciativas de responsabilidade social. Este estudo tem como objetivo central a resposta à pergunta: Como a elaboração de um plano de negócios pode contribuir para o avanço da competitividade da Papelaria Céu Azul? Essa questão reflete a maturidade do entendimento do tema, fundamentado em revisões da literatura e reflexões pessoais. A coleta de dados foi conduzida utilizando material já existente, como livros, sites e artigos científicos. Devido à natureza aprofundada do estudo, foram realizadas pesquisas de campo para identificar futuros clientes, potenciais concorrentes e fornecedores mais vantajosos. Com base na análise do plano de negócios para a Papelaria Céu Azul, que busca criar vantagens competitivas e fortalecer as já existentes, podemos concluir que há um potencial significativo para o crescimento e aprimoramento do negócio.

3168

**Palavras-chave:** Papelaria Céu Azul. Estratégias. Itacaré. Plano de negócios.

**ABSTRACT:** This study aims to explore the ever-evolving landscape of the stationery market, highlighting the remarkable expansion of the sector after the COVID-19 pandemic. The focal point is Papelaria Céu Azul, a small business located in Itacaré, which initially emerged as an opportunity-driven venture with the goal of providing profit and sustainability for the family. Since its establishment in 2001, the company has built a loyal customer base in the region, primarily due to the absence of direct competition at the time. However, changes have brought challenges to Papelaria Céu Azul. The company responded to these competitive pressures by expanding its services and implementing social responsibility initiatives. The central objective of this study is to address the question: How can the development of a business plan contribute to the advancement of Papelaria Céu Azul's competitiveness? This question reflects a mature understanding of the subject matter, grounded in literature reviews and personal reflections. Data collection was conducted using existing materials such as books, websites, and scientific articles. Due to the in-depth nature of the study, field research was carried out to identify potential customers, competitors, and more advantageous suppliers. Based on the analysis of the business plan for Papelaria Céu Azul, which aims to create and strengthen competitive advantages, we can conclude that there is significant potential for business growth and improvement.

**Keywords:** Papelaria Céu Azul. Strategies. Itacaré. Business Plan.

<sup>1</sup>Graduanda do Curso de administração, Faculdade de Ilhéus.

<sup>2</sup>Orientador do Curso de administração, Faculdade de Ilhéus.

## 1 INTRODUÇÃO

No cenário econômico contemporâneo, a dinâmica dos negócios tem sido influenciada por uma série de fatores, como avanços tecnológicos, mudanças nas preferências do consumidor e flutuações nas condições do mercado. Em particular, o setor de papelaria se destaca como um domínio que experimentou um crescimento notável em todo o país, especialmente após a pandemia da COVID-19. O presente estudo surge como um esforço para examinar esse contexto em uma perspectiva aplicada, com um foco específico na Papelaria Céu Azul, uma empresa de pequeno porte que atua no mercado varejista de papelaria, atendendo tanto a pessoas físicas quanto a pessoas jurídicas. Localizada na cidade de Itacaré a papelaria surge inicialmente atuando como empreendedorismo por oportunidade, O trabalho a seguir está fundamentado em fundamentos teóricos e apoiado em informações de mercado obtidas por meio de pesquisas e consultas aos donos do empreendimento.

Quando a Papelaria Céu Azul foi criada em 2001, a configuração societária era totalmente diferente, e o objetivo era fazer um negócio que fosse lucrativo e possibilitasse o sustento da família. Nesse mercado, a empresa se tornou referência na região por ser a primeira papelaria na cidade e criou uma carteira bastante fidelizada de pequenos clientes que ainda hoje utilizam seus serviços. Esses trabalhos, mesmo que pequenos, são muito importantes para o equilíbrio financeiro da empresa. Após uma mudança societária, onde antes de 2001, a empresa não era completamente familiar, e os seus conhecimentos técnicos de mercado e estrutura necessária para manter o negócio funcionando era muito pouca a papelaria não possuía outros concorrentes do mesmo ramo, o que fez com que por alguns anos o negócio atuasse na concorrência perfeita. Isso fez com que a Papelaria Céu Azul, passasse a oferecer uma gama muito ampla de serviços, além disso, como a empresa tem uma equipe muito enxuta, contudo, a empresa nunca perdeu de vista o pilar da responsabilidade social o que pode ser visto quando entendendo o avanço da violência e criminalidade em Itacaré a empresa implementa o programa de jovem aprendiz na tentativa de oferecer a jovens a primeira oportunidade de trabalho.

No entanto, como é comum em muitos mercados, a concorrência emergiu como um desafio inevitável. O crescimento da concorrência no mercado local colocou a Papelaria Céu Azul em uma encruzilhada, onde a adaptação às mudanças tornou-se imperativa para a manutenção da competitividade. Em face dessas pressões competitivas, emerge a

problemática central deste estudo: como a elaboração de um plano de negócio pode colaborar para a avanço na competitividade da papelaria céu azul? A formulação desta pergunta reflete um amadurecimento do entendimento do tema, consolidado por revisões da literatura e reflexões pessoais

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo é um campo de estudo que tem tido em importância nos últimos anos, tanto na academia quanto no mundo dos negócios. Ele se refere à capacidade de identificar oportunidades e criar novos negócios ou projetos, assumindo riscos e inovando em busca de resultados positivos.

Diversos autores discutiram o tema do empreendedorismo, oferecendo diferentes perspectivas e abordagens. Por exemplo, Schumpeter (1934) descreveu o empreendedorismo como um processo de "destruição criativa", onde os empreendedores criam algo novo a partir da combinação de recursos existentes, e quebram o status quo em busca de inovação.

Já Kirzner (1973) sentiu uma abordagem mais subjetiva, enfatizando a capacidade do empreendedor de identificar oportunidades em mercados imperfeitos. Para ele, o empreendedor é um indivíduo que possui uma percepção diferenciada do mercado e que é capaz de explorar lacunas em busca de oportunidades de negócios.

Para Dornelas (2008, p.22), "empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso Dornelas também coloca uma bifurcação da definição de empreendedorismo. A primeira delas seria o empreendedorismo por oportunidade, onde o empreendedor opta pela criação de seu próprio negócio já tendo realizado um planejamento prévio e sabendo aonde quer chegar. A segunda definição é o empreendedorismo por necessidade, onde o indivíduo decide por empreender quando não vê outra alternativa, quando está desempregado, por exemplo (DORNELAS, 2008).

Outros autores, como Drucker (1985), destacam a importância da gestão empreendedora no contexto das organizações, defendendo que a inovação e a criação de valor são fundamentais para a sobrevivência e crescimento das empresas. Para ele, os

empreendedores são líderes que possuem a capacidade de inspirar e motivar suas equipes em busca de objetivos comuns.

No âmbito acadêmico, o empreendedorismo tem sido estudado em diversas áreas do conhecimento, como administração, economia, sociologia e psicologia. Essa multidisciplinaridade tem permitido uma visão ampla e integrada do fenômeno, que envolve não apenas aspectos psicológicos, mas também sociais, culturais e psicológicos.

O empreendedorismo pode ser entendido como um conjunto de habilidades, comportamentos e competências que visam a identificação e aproveitamento de oportunidades de negócios, com o objetivo de criar valor e inovar. Ele envolve uma abordagem proativa, criativa e inovadora em busca de resultados positivos, e pode ser pensado de diversas formas, a partir de diferentes perspectivas e abordagens.

Dornelas (2008) mostra que o crescimento do empreendedorismo no mundo se acelerou na década de 1990, tomando maiores proporções em 2000. Surgem então programas de incubação de empresas e parques tecnológicos, inclusão do tema em diversos níveis da educação, subsídio por parte do governo, agências de suporte especificamente direcionadas para empreendedores, entre outros. A seguir veremos o cenário do empreendedorismo com enfoque no Brasil.

## **2.2 Empreendedorismo no Brasil**

O empreendedorismo no Brasil tem se mostrado um tema relevante nos últimos anos, visto que as empresas de pequeno e médio porte representam a maioria dos empreendimentos no país e têm um papel fundamental no desenvolvimento econômico e social. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2021), as micro e pequenas empresas representam 99% dos empreendimentos brasileiros e são responsáveis por cerca de 30% do Produto Interno Bruto (PIB).

O empreendedorismo no Brasil tem sido influenciado por diversos fatores, como a globalização, a tecnologia e a necessidade de inovação para atender as demandas do mercado. Além disso, o cenário político e econômico também influencia a criação de novos negócios, uma vez que políticas governamentais de incentivo podem estimular a criação de novas empresas.

No Brasil, o empreendedorismo também é visto como uma forma de enfrentar o desemprego e a falta de oportunidades no mercado de trabalho. Muitas vezes, o

empreendedorismo é a alternativa para aqueles que não encontram uma colocação no mercado formal ou que buscam uma maior independência financeira.

O Brasil, apesar de todo o progresso, continua sendo um dos países com a maior desigualdade de renda. Soma-se ainda a quase inexistência de mobilidade social da população menos favorecida, isso acaba gerando uma enorme instabilidade política e o aumento da violência. A solução mais simples para reduzir a diferença entre as classes sociais é liberar a criatividade dos empreendedores, isso se daria através da livre iniciativa para produção de bens e serviços necessários para o bem-estar da população, dentro sempre dos princípios de responsabilidade social e ambiental (DEGEN, 2009).

“O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a ser delineado na década de 1990, quando entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) [...] foram criadas” (DORNELAS, 2008, p.10)

E para que um empreendimento seja bem sucedido, é importante que o empreendedor tenha habilidades e competências necessárias para gerir um negócio, tais como visão estratégica, capacidade de liderança, capacidade de identificar oportunidades de mercado e inovar, entre outras.

O empreendedorismo no Brasil ainda enfrenta diversos desafios, como a falta de acesso a financiamento, a excessiva burocracia e a alta carga tributária. No entanto, diversas iniciativas têm sido criadas para fomentar o empreendedorismo no país, como programas de aceleração de startups, incubadoras de empresas e investimentos em tecnologia e inovação.

Em resumo, o empreendedorismo no Brasil é fundamental para o desenvolvimento econômico e social do país, e a criação de novas empresas é importante para a geração de empregos, a inovação e a competitividade do mercado. No entanto, é importante que sejam criadas políticas de incentivo e remoção de obstáculos para que os empreendedores possam prosperar e contribuir para o desenvolvimento do país.

## 2.2 Perfil do empreendedor

Segundo o SEBRAE (2017), o empreendedor tem como característica básica o espírito criativo e pesquisador. Ele está constantemente buscando novos caminhos e novas soluções, sempre tendo em vista as necessidades das pessoas. A essência do empresário de sucesso é a busca de novos negócios e oportunidades e a preocupação sempre presente com a melhoria do produto. Enquanto a maior parte das pessoas tende a enxergar apenas dificuldades e insucessos, o empreendedor deve ser otimista e buscar o sucesso, apesar das dificuldades. Alguns estudos investigaram as características do perfil dos empreendedores e, segundo eles, os empreendedores dão grande importância à liberdade para alcançar e maximizar seu

potencial. Segundo Corrêa (2019), as principais características associadas ao empreendedor são as seguintes:

- Controle Interno

Administrar um novo negócio requer a crença de que se pode fazer as coisas acontecerem da maneira como você quer. O empreendedor não somente possui uma visão, mas também deve ser capaz de planejar para realizar essa visão e acreditar que de fato isso vai acontecer. “Um locus interno de controle é a crença dos indivíduos de que seu futuro está sob seu controle e que as forças externas têm pouca influência.” (CORRÊA, 2019, p. 325). Para empreendedores, alcançar o futuro é visto como uma opção que está inteiramente nas mãos do indivíduo.

O Corrêa também ensina que “o locus de controle externo são as crenças indivíduos que seu futuro não está em seu poder e que forças externas causar um grande impacto.” Este perfil não está relacionado ao empreendedorismo.

- Alto nível de Energia

Um negócio em fase inicial requer grande esforço, persistência e trabalho árduo a despeito dos traumas e obstáculos. É preciso estabelecer metas, planejar prazos para atingi-las e ter uma dose extraordinária de determinação. “Quando se trata de empreender, o caminho da execução é tão importante quanto uma ideia brilhante ou um sonho grandioso.” (DORNELLAS, 2001, p. 29). O empreendedor é capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e sabe concentrar seus esforços para alcançar resultados.

- Necessidade de realização

A necessidade de realizar é, segundo (CORRÊA, 2019, p. 325). uma “[...] qualidade humana ligada ao empreendedorismo, na qual as pessoas são motivadas a ser excelentes no que fazem e escolhem situações nas quais provavelmente serão bem sucedidas.” Pessoas com grande necessidade de realizar gostam de estabelecer suas próprias metas; metas estas moderadamente difíceis.

Os três traços mais importantes dos empreendedores bem-sucedidos no ambiente turbulento de hoje são o realismo, a flexibilidade e a paixão. “Mesmo os empreendedores mais realistas tendem a subestimar as dificuldades de manter um negócio, de maneira que necessitam de flexibilidade e paixão para que sua ideia sobreviva às dificuldades.” (SANTOS,2019).

### 2.3 Plano de Negócios

O Plano de Negócios é uma linguagem para descrever de forma completa o que é ou o que pretende ser uma empresa. Ao se perguntar o que é a sua empresa? Induz a diferentes respostas dependendo a quem é feita. Se feita a um banco, a resposta poderia ser algo sobre a lucratividade ou potencial de 19 mercado, se for a um fornecedor qualquer, talvez algo sobre a tradição e capacidade de honrar dívidas, enfim, pode-se ter uma infinidade de respostas. Surge então a necessidade de um documento completo, capaz de dar todas as respostas sobre a empresa: o Plano de Negócios.

O Plano de Negócios é o “instrumento ideal para traçar um retrato fiel do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor, o que propicia segurança para quem quer iniciar uma empresa com maiores condições de êxito ou mesmo ampliar ou promover inovações em seu negócio.” (SEBRAE, 2022).

#### 2.4.1 Conceito de Plano de Negócios

Segundo Moreira (2021, p 38)

[...] o Plano de Negócios é uma ferramenta que faz o empreendedor mergulhar profundamente na análise do negócio, diminuindo sua taxa de risco e subsidiando as suas decisões, que podem até ser de não abrir uma empresa ou de não lançar um novo produto.

3174

Moreira elenca que um Plano Negócios é:

- Uma forma de pensar sobre o futuro do negócio (para onde ir, como ir mais rapidamente e o que fazer durante o caminho de forma reduzir os riscos e incertezas);
- Uma forma de descrever o negócio (motivos da existência da oportunidade de negócio, como o empreendedor pretende agarrá-la e como irá buscar e gerenciar os recursos para aproveitá-la);
- Mais um processo do que um produto. É dinâmico, vivo e deve ser sempre atualizado;
- Um indicador que o empreendimento tem grande potencial de sucesso, embora não deve ser confundido com a empresa. O Plano de Negócios não é o negócio, mas sua descrição;
- Um instrumento de negociação interna e externa para administrar a interdependência com sócios, empregados, financiadores, incubadoras, clientes, fornecedores e etc;
- Um instrumento para obtenção de financiamentos, empréstimos, peça de persuasão de novos sócios, de controle interno, de integração da equipe e envolvimento dos empregados e colaboradores.

Um Plano de Negócios é “um documento que especifica os detalhes do negócio preparado por um empreendedor antes da abertura do novo negócio.” (DAFT, 2010, p. 213). O planejamento força o empreendedor a pensar cuidadosamente nas questões e nos problemas associados com o iniciar e o desenvolvimento do negócio. Ainda segundo o Daft os detalhes de um Plano de Negócios podem variar, mas em geral os bem-sucedidos têm em comum as características a seguir:

- Demonstra uma visão clara e estimulante que cria um ar de excitação;

- Fornece projeções financeiras claras e realistas;
- Dá o perfil dos potenciais clientes e o alvo de mercado;
- Inclui informações detalhadas sobre a indústria e seus concorrentes;
- Apresenta evidências de uma equipe de administração empreendedora e eficaz;
- Escrita bem formatada e clara;
- Plano curto. Não mais que 50 páginas;
- Destaque nos riscos que podem ameaçar o sucesso do negócio;
- Clareza na origem e aplicações dos fundos iniciais no negócio e do capital de giro;
- Capacidade de capturar o interesse do leitor com um excelente resumo (sumário executivo).

Para o SEBRAE (2022), Um Plano de Negócios é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um Plano de Negócios permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

#### 2.4.2 Etapas do Plano de Negócios

Um plano de negócios é o produto de um processo de planejamento que tem como objetivo orientar os empreendedores na gestão futura de seus negócios. É uma orientação, com espaço para manobras e não pretende ser um padrão rígido para ser seguido. É composto por várias partes que se relacionam e permitem umas às outras compreensões globais do negócio, mantendo a sequência lógica que forma para o leitor entender como funciona o negócio e o que está planejado.

Um plano completo geralmente é visto como uma coleção de sub planos, incluindo "Plano Financeiro", "Plano de Marketing", "Plano Operacional" e "Plano de Recursos Humanos". Dessa forma, o leitor também espera entender seus produtos e serviços, seu mercado, sua situação financeira, sua estratégia de marketing e outros recursos.

Segundo Santos (2019, p. 245) ao elaborar o Plano de Negócios deve ser acompanhado de um roteiro com as seguintes informações:

**Tabela 1.** Itens do Plano de Negócios.

ITENS	DESCRIÇÃO
<b>1. Capa</b>	A capa é a primeira impressão do plano de negócios para quem se interessa em lê-lo;
<b>2. Sumário:</b>	O sumário tem o objetivo de informar de forma detalhada o título de cada assunto com o número da página;



<b>3. Sumário Executivo:</b>	O sumário executivo deve conter uma síntese do seu negócio, com informações pertinentes para que ele for dirigido;
<b>4. Planejamento Estratégico do Negócio:</b>	O planejamento estratégico define o rumo da empresa, sua missão, objetivos, visão;
<b>5. Descrição da Empresa:</b>	Esta seção serve para descreve a empresa como um todo;
<b>6. Produtos e Serviços:</b>	Descrever quais são seus produtos e serviços;
<b>7. Análise de Mercado:</b>	Fazer uma pesquisa de mercado para se posicionar de com uma estratégia competitiva;
<b>8. Plano de Marketing:</b>	Apresenta qual forma será melhor de comercializar, divulgar o produto/serviço e como conquistar seus clientes;
<b>9. Plano Financeiro</b>	Nesta seção apresenta as ações planejadas da empresa, ou seja, o capital a investir, o fluxo de caixa, prazo de retorno sobre investimentos.
<b>10. Anexos:</b>	Apresenta as informações que o empreendedor ressalta para um bom entendimento do plano. Devem constar também os currículos dos sócios.

**Fonte.** Elaboração própria com base no SEBRAE (2019);

A metodologia usada na presente investigação foi a do SEBRAE; justamente por ser mais didática e de fácil entendimento. Segundo o SEBRAE (2019), o Sumário Executivo compreende a primeira parte do plano, embora ele deve ser elaborado após a conclusão do mesmo. O sumário deve focar os seguintes aspectos:

- Breve descrição da empresa: referir o nome, o que vende e a quem;
- Como surgiu a ideia de criar a empresa: contextualizar a o surgimento da ideia, se de uma necessidade de mercado, se decorrente de alterações legislativas e etc.;
- Apresentação do conceito de negócio: referir que produtos ou serviços serão vendidos, a que clientes e mercados e com que vantagens competitivas;
- Definição da proposta de valor: qual o valor que o produto ou serviço irá acrescentar ao cliente.

Além disso, é necessária uma análise de mercado, dividida entre estudo aprofundado de clientes, concorrentes e fornecedores.

O estudo do cliente é uma etapa essencial do plano porque sem os clientes não se fazem negócios. Aqui será identificado por meio de pesquisas suas características seus interesses gerais e comportamento, o que leva essas pessoas a consumirem e onde elas estão, são maneiras de entender melhor esses clientes.

Estudos de concorrentes e fornecedores, também é realizado por meio de pesquisas, é uma ótima maneira de identificar suas melhores práticas e pontos fracos. No caso de fornecedores, ampla coleta de informações sobre preços aumenta a chance de tomar as decisões certas.

Após a análise de mercado, um plano de marketing deve ser criado. Um plano de marketing representa como você pretende vender seu produto e/ou atender e conquistar seus clientes, manter o interesse e aumentar investigação. Deve relacionar-se com seus métodos de marketing, diferenciação de produto e/ou atendimento ao cliente, política de preços, projeções de vendas, canais de vendas estratégias de distribuição e promoção/comunicação e publicidade. Ele continua estressado a necessidade de se comunicar com os clientes e buscar respostas melhoria constante.

Continuando com as etapas do plano de negócios, é hora de plano operacional. Contém um layout que, se for bem feito, pode trazer benefícios como aumento de produtividade, redução de desperdícios e redesenho, busca mais fácil de produtos pelos clientes em áreas de vendas e melhorando a comunicação entre setores e pessoas.

Ao definir a capacidade de produção, é possível reduzir o tempo de inatividade e desperdício. Em termos de processos e necessidades de pessoal, essas são formas registrar como a empresa vai operar e por quantos e quais pessoas.

O plano financeiro considera o investimento total (investimento fixo, capital de giro e investimentos pré-operacionais), A receita estimadas, estimativa de custos de comercialização, cálculo custo dos produtos vendidos (CPV), custos estimados de mão de obra estimativa de custos de depreciação, estimativa de custos fixos, despesas operacionais mensais, demonstração de resultados e indicadores de desempenho viabilidade (ponto de equilíbrio, lucratividade, rentabilidade dos ativos e rentabilidade).

Após a conclusão do plano de negócios, segue uma simulação dos valores situações hipotéticas podem ajudar a prevenir e evitar ou amenizar situações adversas situação favorável.

Finalmente na avaliação estratégica surge a análise S.W.O.T. “[...] que consiste na avaliação global das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que existem nos ambientes dos determinados negócios.” (KOTLER, 1995, p. 43). Kotler também ensina que existe uma unidade de negócio em seu ambiente externo deve monitorar importantes forças macro ambientais (econômicas, demográficas, tecnológico, político-jurídico e sociocultural) em seu

ambiente agentes internos do microambiente (clientes, concorrentes, distribuidores e fornecedores) afetam a capacidade da empresa de obter lucro.

Desenvolvimento econômico e social. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), as micro e pequenas empresas representam 99% dos empreendimentos brasileiros e são responsáveis por cerca de 30% do Produto Interno Bruto (PIB).

O empreendedorismo no Brasil tem sido influenciado por diversos fatores, como a globalização, a tecnologia e a necessidade de inovação para atender as demandas do mercado. Além disso, o cenário político e econômico também influencia a criação de novos negócios, uma vez que políticas governamentais de incentivo podem estimular a criação de novas empresas.

No Brasil, o empreendedorismo também é visto como uma forma de enfrentar o desemprego e a falta de oportunidades no mercado de trabalho. Muitas vezes, o empreendedorismo é a alternativa para aqueles que não encontram uma colocação no mercado formal ou que buscam uma maior independência financeira.

O Brasil, apesar de todo o progresso, continua sendo um dos países com a maior desigualdade de renda. Soma-se ainda a quase inexistência de mobilidade social da população menos favorecida, isso acaba gerando uma enorme instabilidade política e o aumento da violência. A solução mais simples para reduzir a diferença entre as classes sociais é liberar a criatividade dos empreendedores, isso se daria através da livre iniciativa para produção de bens e serviços necessários para o bem-estar da população, dentro sempre dos princípios de responsabilidade social e ambiental (DEGEN, 2009).

“O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a ser delineado na década de 1990, quando entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) [...] foram criadas” (DORNELAS, 2008, p.10)

E para que um empreendimento seja bem sucedido, é importante que o empreendedor tenha habilidades e competências necessárias para gerir um negócio, tais como visão estratégica, capacidade de liderança, capacidade de identificar oportunidades de mercado e inovar, entre outras.

O empreendedorismo no Brasil ainda enfrenta diversos desafios, como a falta de acesso a financiamento, a excessiva burocracia e a alta carga tributária. No entanto, diversas iniciativas têm sido criadas para fomentar o empreendedorismo no país, como programas de aceleração de startups, incubadoras de empresas e investimentos em tecnologia e inovação.

Em resumo, o empreendedorismo no Brasil é fundamental para o desenvolvimento econômico e social do país, e a criação de novas empresas é importante para a geração de

empregos, a inovação e a competitividade do mercado. No entanto, é importante que sejam criadas políticas de incentivo e remoção de obstáculos para que os empreendedores possam prosperar e contribuir para o desenvolvimento do país.

### **3 MATERIAL E MÉTODOS**

#### **3.1 Caracterização da pesquisa**

Um Plano de Negócios engloba todos os aspectos, incluindo os técnicos, econômicos e financeiros, de um empreendimento que está prestes a ser iniciado. Portanto, é correto afirmar que o objetivo da pesquisa é criar uma compreensão mais profunda do problema e descrever e identificar as características que influenciam ou determinam o fenômeno em questão. Em resumo, essa pesquisa pode ser categorizada como descritiva.

#### **3.2 Coleta de dados**

Os métodos de coleta de dados na fase exploratória abrangem levantamento em fontes secundárias, como pesquisas bibliográficas em livros, teses, dissertações, jornais, entre outras fontes. Além disso, envolvem a aquisição de informações por meio de entrevistas com indivíduos que possuem conhecimento específico, estudos de casos e observação informal do objeto de estudo (MATTAR, 2011).

Neste artigo científico, foi conduzido um levantamento bibliográfico abrangendo trabalhos relevantes relacionados tanto ao empreendedorismo quanto ao setor de comércio de materiais escolares, papelaria e artigos de escritório.

As abordagens de pesquisa adotadas envolvem métodos quantitativos e qualitativos. Conforme Lakatos e Marconi (2003), a pesquisa quantitativa permite o tratamento matemático e estatístico dos dados, seguindo uma metodologia que busca quantificar as informações e, frequentemente, aplicar análises estatísticas. Por outro lado, a pesquisa qualitativa segue uma abordagem não estruturada e exploratória, baseada em amostras reduzidas, proporcionando insights e compreensão do contexto do problema (MALHOTRA, 2011).

Nesse contexto, considerou-se que a abordagem descritiva seria a mais apropriada para a coleta de dados relevantes para este trabalho, fazendo uso das informações disponíveis em órgãos competentes (SCHENA et al., 2012).

A coleta de dados foi conduzida utilizando material já existente, como livros, sites e artigos científicos. Além disso, devido à natureza aprofundada do estudo, foram realizadas pesquisas de campo para identificar futuros clientes, potenciais concorrentes e fornecedores mais vantajosos.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1. ESTRUTURA DO PLANO DE NEGÓCIO

#### 4.1.1 Sumário Executivo

A Papelaria Céu Azul, uma loja especializada em artigos de papelaria e materiais de escritório. Nosso objetivo é fornecer uma variedade abrangente de produtos de qualidade, além de oferecer um excelente atendimento ao cliente, tornando-nos o destino preferido dos consumidores em busca de suprimentos para escritório e itens relacionados.

Está localizada em uma área de grande movimentação no centro da cidade, estrategicamente posicionada onde tem-se uma grande movimentação. A localização privilegiada nos coloca em contato direto com um público-alvo diversificado e de alto potencial.

Nossa linha de produtos inclui uma ampla gama de artigos de papelaria, como cadernos, lápis, canetas, borrachas, pastas e organizadores, além de suprimentos de escritório, como papéis, envelopes, impressoras e cartuchos de tinta. Também oferecemos serviços de encadernação, impressão e cópia, para atender às necessidades dos clientes corporativos e estudantis.

Um dos principais diferenciais da Papelaria Céu Azul é o nosso foco na qualidade dos produtos oferecidos. Estabelecemos parcerias com fornecedores confiáveis e renomados, garantindo a disponibilidade de marcas reconhecidas e produtos duráveis. Além disso, investimos em uma equipe capacitada e experientes, prontos para auxiliar os clientes, e fornecer orientações e sugestões, oferecendo uma experiência de compra personalizada.

A equipe fundadora da Papelaria Céu Azul mante-se comprometida em estabelecer parcerias de longo prazo com clientes, fornecedores e a comunidade local, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social da região.

Em resumo, a Papelaria Céu Azul é uma empresa voltada para oferecer produtos de papelaria de alta qualidade, serviços diferenciados e atendimento excepcional. Com uma localização estratégica, uma variedade abrangente de produtos e uma equipe dedicada,

estamos prontos para conquistar o mercado local e nos tornarmos a principal escolha dos clientes em busca de artigos de papelaria e materiais de escritório.

#### 4.1.2 Missão

Disponibilizar à população da localidade onde atua produtos de papelaria e livraria, colaborando para o desenvolvimento local, da instituição e de seus colaboradores.

#### 4.1.3 Visão

Tornar-se referência no setor de papelaria, prestando atendimento personalizado e ético.

#### 4.1.4 Valores

- Qualidade;
- Comprometimento
- Atendimento personalizado;
- Inovação;
- Responsabilidade Social e Ambiental;

## 5. PLANO ESTRATEGICO

### 5.1 Análise SWOT

A análise das oportunidades e ameaças considera as variáveis do ambiente externo que podem afetar direta ou indiretamente as operações de uma organização. Essas variáveis incluem aspectos econômicos, político-legais, sociais, culturais, demográficos e tecnológicos, que podem impactar os objetivos de uma empresa sem que tenhamos controle direto sobre elas. Ao compreender essas variáveis, a organização pode estabelecer metas e desenvolver estratégias para alcançá-las.

A Céu azul está comprometida em utilizar tecnologia de ponta, algo que as pessoas estão valorizando cada vez mais, pois buscam conveniência e eficiência ao procurar serviços. No que diz respeito às oportunidades, a Céu azul dará prioridade à agilidade e ao atendimento personalizado, aspectos que ainda são insuficientemente atendidos pelo mercado em relação às necessidades dos clientes.

**Quadro 2.** Análise SWOT – Papelaria Céu Azul

	<b>Pontos Fortes</b>	<b>Pontos Fracos</b>
Fatores Internos	a) qualidade dos serviços prestados; b) inovação de serviços (aplicativo); c) informatização dos processos; d) mão de obra qualificada/especializada; e) espaço físico apropriado; f) capacidade técnica; g) equipe comprometida	a) incertezas do projeto; b) reação da concorrência banalizando o preço; c) atrasos na divulgação e inauguração da loja; d) nova no mercado; e) equipe reduzida.
Fatores Internos	a) facilidade de comunicação; b) aplicativo como atrativo; c) profissionais capacitados e preparados para atendimento ao público; d) medidas governamentais para incentivar o pequeno e médio empresário; e) dinamismo social; f) interesse por parte dos consumidores em novos tipos de serviços; g) crescimento da população na região e aumento do poder de compra; h) tecnologia de última geração.	a) custo elevado do negócio; b) impostos; c) aumento da inflação; d) rivalidade entre empresas; e) instabilidade econômica; f) escolha por campanhas publicitárias virtuais; g) redução da impressão de mídias impressas; h) redução da poluição visual; i) custo com manutenção; j) tecnologia em constantes renovações; k) alto custo de aquisição e ou renovação dos maquinários; l) alto índice de obsolescência.

**Fonte:** Elaboração Própria.

Com base nas fraquezas e pontos fracos, foi feito o plano de ação para a Papelaria Céu Azul conforme especificado:

**Quadro 02.** Plano de Ação Papelaria Céu Azul

<b>PLANO DE AÇÃO</b>	
<b>Tarefas do responsável pelo Marketing</b>	
<b>O que fazer</b>	Divulgação e propaganda sobre a gráfica
<b>Por que será feito</b>	Para conquistar clientela e levar ao conhecimento da população sobre a nova gráfica e os produtos serviços a serem oferecidos.
<b>Como fazer</b>	Facebook, Whatsapp, panfletos, outdoors, anúncios em jornais locais, faixas e carro de som.
<b>Quem fará</b>	Será contratada uma equipe de marketing
<b>Onde será feito</b>	Nas redes sociais da empresa e anúncios abrangendo toda área geográfica.
<b>Quanto custará</b>	R\$600,00 reais mensais.

**Fonte:** Elaboração Própria.

A execução do plano de ação para a Papelaria Céu Azul é um processo dinâmico e estrategicamente planejado que visa transformar as estratégias em resultados tangíveis. Inicialmente, a equipe de marketing desempenhará um papel fundamental na implementação das estratégias de divulgação e propaganda. Isso envolve a criação de materiais de marketing, como anúncios para redes sociais, panfletos, outdoors, e a coordenação das campanhas publicitárias. A equipe garantirá que a mensagem da gráfica seja coerente e atraente, direcionada ao público-alvo e divulgada nos canais apropriados.

Além disso, a utilização de uma equipe de marketing profissional pode proporcionar análises contínuas do desempenho das campanhas. Isso permite ajustes em tempo real, garantindo que o investimento em divulgação seja eficaz e atinja os objetivos traçados. À medida que a campanha se desenrola, os resultados serão monitorados, e a equipe poderá adaptar a estratégia conforme necessário para maximizar o impacto e garantir que a Papelaria Céu Azul alcance sua meta de conquistar uma base sólida de clientes. Em última análise, a execução eficaz deste plano de ação é fundamental para o sucesso da gráfica, permitindo que ela estabeleça uma presença sólida no mercado local e expanda sua clientela de maneira eficiente.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na análise do plano de negócios para a papelaria Céu Azul, que busca criar vantagens competitivas e fortalecer as já existentes, podemos concluir que há um potencial significativo para o crescimento e aprimoramento do negócio. A formalização das estratégias implícitas da empresa permitiu uma avaliação mais aprofundada e crítica, possibilitando uma base sólida para o desenvolvimento futuro. Além disso, destaca-se que foram formuladas ações específicas relacionadas ao marketing, o que demonstra a preocupação em fortalecer a presença da papelaria Céu Azul no mercado e expandir sua clientela.

3183

Neste contexto, a estratégia de marketing desempenha um papel crucial. A papelaria Céu Azul está comprometida em utilizar tecnologia de ponta, algo que as pessoas estão valorizando cada vez mais, pois buscam conveniência e eficiência ao procurar serviços. No que diz respeito às oportunidades, a Céu Azul dará prioridade à agilidade e ao atendimento personalizado, aspectos que ainda são insuficientemente atendidos pelo mercado em relação às necessidades dos clientes.

A formalização dessas estratégias é o primeiro passo para o sucesso, mas a execução é igualmente importante. O plano de ação delineado visa à divulgação e à propaganda da gráfica, com o objetivo de conquistar clientela e conscientizar a população sobre os produtos e serviços oferecidos. Para alcançar esse objetivo, a equipe de marketing desempenhará um papel fundamental, utilizando várias ferramentas de promoção, desde redes sociais até anúncios em jornais locais.

Conforme o plano de ação é implementado, haverá monitoramento constante do desempenho das estratégias. Isso permitirá ajustes em tempo real, garantindo que o



investimento em divulgação seja eficaz e direcionado ao público-alvo. Portanto, com uma estratégia bem estruturada e foco na execução, a papelaria Céu Azul está bem posicionada para alcançar seus objetivos e prosperar no mercado. A combinação de planejamento sólido e ação eficaz é a chave para o sucesso nos negócios. Portanto, com um plano bem estruturado e focado na implementação das estratégias delineadas, a papelaria Céu Azul está bem posicionada para alcançar seus objetivos e prosperar no mercado.

## REFERÊNCIAS

SCHENA, Raquel A.; VON ENDE, Marta; STECCA, Fabiana L. P.; GONÇALVES, Michele S.; STECCA, Jaime Peixoto. **Estudo da Viabilidade da Abertura de uma Papelaria em Ibirapuitã**, Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2012.

SEBRAE. **Como montar uma papelaria**. SEBRAE, [201?]. Disponível em: <<http://www.SEBRAE.com.br/sites/PortalSEBRAE/ideias/como-montar-uma-papelaria,f3987a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 01 out. 2023.

ABIGRAF – Associação Brasileira da Indústria Gráfica. DAFT, Richard L. Administração. São Paulo: Ed. Cengage Learning, 2010.

BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 1999.

DOLABELLA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Ed. de Cultura, 2008.  
DORNELAS, José Carlos. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier, 2001.

GIGLIO, Ernesto. **O Comportamento do Consumidor e a Gerência de Marketing**. São Paulo: Ed. Pioneira, 1996.

CORRÊA, Henrique L.; GIANESI, Irineu G. N. **Administração estratégica de serviços: operações para a satisfação do cliente**. São Paulo: Atlas, 2019.

Santos, Renata Faria dos. **Empreendedorismo. Volume Único**. – Rio de Janeiro Fundação Cecierj, 2019.

SEBRAE – **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em. Acesso em: 19. Mai.2023.