

TRABALHO 79

**PLANEJAMENTO PARA ABERTURA DE NOVOS
NEGÓCIOS: UM GUIA PARA ANALISAR
A VIABILIDADE DE MERCADO
E FINANCEIRA**

ISABELA LAGINSKI LIPPEL

Como fazer a referência ao citar o trabalho 79

LIPPEL, Isabela Laginski. Planejamento para abertura de novos negócios: um guia para analisar a viabilidade de mercado e financeira. In: NASCIMENTO NETO, José Osório do; RIBEIRO, Nonie; CANDIOTTO, Lucimara Bortoleto. (Orgs.). *Tecnologia e inovação: limites e possibilidades do metaverso para a pesquisa, extensão e internacionalização*. Anais do Seminário de Pesquisa, extensão e internacionalização. (Regional Centro Sul – SEPESQ e Jornada de Iniciação Científica Estácio). 1. ed. Curitiba: GRD, 2023. ISBN: 978-65-997628-5-7 FATEC | ISBN: 978-65-997628-4-0 ESTÁCIO | DOI: 10.5281/zenodo.7922707

PLANEJAMENTO PARA ABERTURA DE NOVOS NEGÓCIOS – UM GUIA PARA ANALISAR A VIABILIDADE DE MERCADO E FINANCEIRA

Isabela Laginski Lippel ¹

Planejar um novo empreendimento é obter o reflexo do mercado em que se pretende atuar, descrevendo e analisando sua proposta de valor aos clientes e os retornos que poderão ser obtidos para chegar à resposta mais importante – Existe viabilidade de mercado e financeira para abrir este empreendimento? Escrever um plano de negócios obriga o empreendedor a refletir sobre o que deve fazer, suas vantagens e desvantagens competitivas, oportunidades, ameaças e o retorno estimado do investimento, antes de realmente investir tempo e dinheiro no negócio. Para isso, alguns passos importantes precisam ser considerados para chegar à conclusão de viabilidade: 1) Identificar a finalidade da empresa, possível localização, que produtos e/ou serviços serão fornecidos, bem como quais valores eles agregarão aos clientes; 2) Definir seu público-alvo e através de pesquisa de mercado investigar se é promissor; 3) Analisar o mercado, as oportunidades e ameaças que possam inviabilizar ou talvez favorecer o negócio em diversos âmbitos, como econômico, social, cultural, ambiental, tecnológico e legal; 4) Identificar concorrentes, suas forças e fraquezas para também definir diferenciais de atuação no mercado; 5) Avaliar se é possível estabelecer parcerias com outras empresas ou instituições para aprimorar as vantagens competitivas; 6) Estabelecer as estratégias de posicionamento da empresa no mercado, distribuição e preço; 7) Mapear, mesmo que de forma simplificada, o processo produtivo do negócio

¹ Professora Faculdade Estácio de Curitiba. Mestra em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina e graduada no curso de Bacharelado em Administração na Administração Estadual de Ponta Grossa.

para definir atividades essenciais, mas que agregarão valor e custos aos produtos ou serviços; 8) Fazer levantamento dos recursos necessários para estruturação e funcionamento do negócio, identificando tanto o valor de investimento inicial como os custos e despesas mensais; 9) Apurar o enquadramento tributável e tributações aferidas ao negócio; 10) Avaliar como conseguir dinheiro para financiar o novo empreendimento e quanto poderá representar nos custos mensais da empresa; 11) Estipular receitas e lucros potenciais através da projeção de vendas; 12) Definir o ponto de equilíbrio do negócio, ou seja quanto precisará vender mensalmente para cobrir os custos, pois somente a partir deste marco obterá lucro líquido. A partir destas análises será possível estabelecer quanto tempo o empreendimento precisará para reaver o capital investido, podendo ainda ser comparado à porcentagem obtida em outros tipos de investimento com o mesmo montante, tendo mais um fator para a conclusão final de viabilidade do negócio. Afinal, toda empresa existe para agregar valor e gerar riqueza, isso é a garantia de sustentabilidade e crescimento do negócio, porém é fundamental saber onde estará pisando antes de colocar em prática uma ideia e, somente o planejamento, pode proporcionar as respostas mais seguras.

Palavras-chave: planejamento empresarial; plano de negócios; análise de mercado; viabilidade financeira.

REFERÊNCIAS

LIPPEL, Isabela Laginski. **Teorias Organizacionais**. 1. ed. Curitiba: Centro Universitário Autônomo do Brasil, 2015. 118p.

LIPPEL, Isabela Laginski. **Planejamento para abertura de novos negócios: um guia para analisar a viabilidade de mercado e financeira**. Bem Paraná. Disponível em:

<https://www.bemparana.com.br/publicacao/colunas/contabilidade-facil/planejamento-para-abertura-de-novos-negocios-um-guia-para-analisar-a-viabilidade-de-mercado-e-financeira/>. Acesso em: 22 nov. 2022.