

## PLANO DE NEGÓCIOS: DA SALA DE AULA À RETRIEVER EVENTOS

**Cristiano Guimarães de Carvalho Fernandes Pinheiro**

**IFSP, Cubatão, SP, Brasil**

**Patrícia Jéssica Santos Fernandes Pinheiro Guimarães de Carvalho**

**IFSP, Cubatão, SP, Brasil**

**Resumo:** O presente trabalho tem como objetivo identificar os benefícios relacionados com a elaboração de um plano de negócios. Nesse aspecto, o artigo apresenta um estudo realizado em uma empresa de pequeno porte da segmentação de eventos, situada na cidade de São Vicente - São Paulo. Dessa forma, pode-se observar que o plano de negócio é fundamental na gestão e auxílio do empreendedor a conseguir o sucesso desejado e almejado dentro da segmentação atuante. A análise foi realizada de forma quantitativa e através da base empírica dos gestores. Como resultado, notou-se a importância do planejamento estratégico e demonstramos, de modo geral, a importância do plano de negócio para o sucesso da empresa estudada. Dessa forma, constatamos que o empreendimento mostra-se viável do ponto de vista econômico-financeiro baseado no levantamento realizado.

**Palavras-Chave:** Empreendedorismo. Plano de Negócios. Eventos.

**Abstract:** The present work aims to identify the benefits related to the preparation of a business plan. In this regard, the article presents a study carried out in a small company in the events category, located in the city of São Vicente - São Paulo. Thus, it can be observed that the business plan is fundamental in the management and assistance of the entrepreneur to obtain the desired and desired success within the specification of the actor. The analysis was carried out in a quantitative way and through the empirical basis of the managers. As a result, it was noted the importance of strategic planning and demonstrated in general the importance of the business plan for the success of the studied company. In this way, we found that the project proves to be viable from an economic and financial point of view based on the survey carried out.

**Keywords:** Entrepreneurship. Business plan. Events.

## **INTRODUÇÃO**

O mercado de eventos conta com grande número de empresas, porém existem muitas oportunidades no mercado para novos empreendedores. Os futuros empresários no segmento de organização de eventos precisam estar preparados para ingressarem de forma objetiva e profissional no mercado. A cada ano, no Brasil, são realizados 319.488 eventos, o setor emprega diretamente 175.968 profissionais, enquanto os empregos diretos somam 551.200, dados da Pesquisa FBC & VB/ SEBRAE (2013).

Diante deste quadro as empresas que estão iniciando requerem estruturação, devido à grande expectativa e o investimento realizados. Atualmente, inúmeras empresas, por desconhecer o processo de planejamento estratégico e como formular o plano de negócios, entram no mercado sem a orientação adequada, ou sem estratégia para obter o retorno desejado, algo que ofereça dados consistentes do rendimento da empresa para as devidas tomadas de decisão.

Assim, o presente artigo tem como objetivo identificar os benefícios da criação de um plano de negócios e da sua implementação, no âmbito da gestão de novos empreendimentos relacionados à área de eventos.

Justifica-se a realização do presente estudo devido à importância da elaboração de um plano de negócios, que possibilite a redefinição de estratégias e ações relacionadas com o segmento de atuação, e a partir dessa autoanálise tornar as empresas mais competitivas no mercado.

## **ANÁLISE E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

Sato (2008) aponta que o mercado de eventos evoluiu para um negócio bem desenvolvido nas últimas décadas. O setor cresce de maneira bastante acelerada, exigindo cada vez mais métodos de planejamento e organização, espaços bem

equipados, profissionais especializados e marketing competitivo e eficiente na disputa por uma fatia do mercado.

Segundo dados da Federação Brasileira de Convention & Visitors Bureaux, movimenta no mundo aproximadamente US \$850 bilhões e no Brasil, R\$1,3 bilhão, gerando 3 milhões de empregos. Estima-se que a cada ano, no Brasil, são realizados 319.488 eventos. O setor emprega diretamente 175.968 profissionais e de maneira indireta o valor sobe para 551.200, de acordo com os dados da Pesquisa FBC & VB/ SEBRAE.

O tipo de planejamento da empresa analisada é estratégico, dessa maneira, desenvolve diversos aspectos a serem utilizados para aprimorar o desenvolvimento dos colaboradores.

Zanelli (2002) sugere a atuação do Psicólogo Organizacional diante do desenvolvimento de atividades que possam proporcionar um cenário adequado para a empresa. A ação do psicólogo deve acontecer de maneira que esteja integrada a todo o quadro de profissionais, realizando análises intrínsecas acerca das atividades laborais, desenvolvendo treinamentos que possam auxiliar no diagnóstico de problemas na Organização.

Diante disso, é necessário utilizar ferramentas de qualificação para alcançar o desenvolvimento da empresa. A qualificação tem como objetivo preparar os colaboradores, dentro da organização, para que possam atuar de maneira adequada. Isso denota a ampliação de habilidades necessárias, aumento da produtividade, bem como a eficiência que é considerada fundamental às Organizações, sendo esses pressupostos responsáveis por aumentar a competitividade no mercado de trabalho.

Milkovich e Bourdreau (2010) definem o desenvolvimento como um processo de longo prazo que intervém positivamente nas capacidades dos empregados, bem como em sua motivação, tornando-os figuras valiosas para a empresa. Neste contexto, o desenvolvimento inclui o treinamento, a carreira e outras experiências.

Pacheco et al. (2005) definem o desenvolvimento como uma linha de crescimento com diversos estágios, dessa forma, sempre que um indivíduo concluiu

um estágio, ele já está preparado para começar um novo desafio para o seu desenvolvimento pessoal. Algumas características individuais da pessoa em treinamento (experiência, vivência, percepção, capacidade de autodesenvolvimento) são de extrema importância para o desenvolvimento da empresa, uma vez que o indivíduo é a base para a elaboração dos negócios.

## **ANÁLISE DA EMPRESA**

A “Retriever Eventos” atua no segmento de eventos prestando serviços em: casamentos, cerimoniais, aniversários infantis, aniversários de jovens e adultos e eventos corporativos. É uma empresa destinada ao entretenimento de áudio, imagem e vídeo. A proposta da empresa é a qualidade e eficiência no atendimento para alcançar um entretenimento com excelente custo benefício, visando atender as necessidades e expectativas desejadas do cliente, preenchendo as lacunas na prestação dos serviços prestados pelas demais empresas do setor que atendam esse público-alvo.

A empresa está inserida no mercado de organização e realização de eventos de qualquer natureza. Assim o foco será a elaboração de festas em geral, destinadas a todos os públicos que desejam realizar qualquer comemoração, sempre seguindo a linha de atendimentos personalizados de acordo com a necessidade do cliente. O marketing utilizado é o direto online, e a empresa possui atendimento presencial das 09h00 às 19h00 e atendimento online das 09h00 às 23h00.

A empresa está sob o regime de Sociedade Limitada (representada pela sigla Ltda.) que consiste em uma sociedade através de investimentos proporcionais a cotas do capital social da empresa.

São atendidos clientes das classes B, C, D e E, moradores das cidades de São Vicente, Santos, Praia Grande, Mongaguá, Itanhaém, Peruíbe, Guarujá e

Cubatão. Os clientes possuem perfis diferenciados e por esse motivo necessitam de atendimento e serviços personalizados.

Os fornecedores da Retriever Eventos são todas aquelas empresas que fornecem matérias primas e produtos terceirizados, as principais empresas fornecedoras são: empresas de revelação de fotografia, empresa de energia de luz, de água, telefonia, internet, supermercados entre outros.

A construção do plano de negócio surgiu para estruturar a Retriever Eventos em relação ao mercado competitivo e analisar incontáveis possibilidades de erros a fim de reduzi-los ao máximo, com intuito de torná-la uma das empresas mais concorridas e bem-sucedidas da região da Baixada Santista e geradora de empregos numa das áreas que mais cresce no mercado.

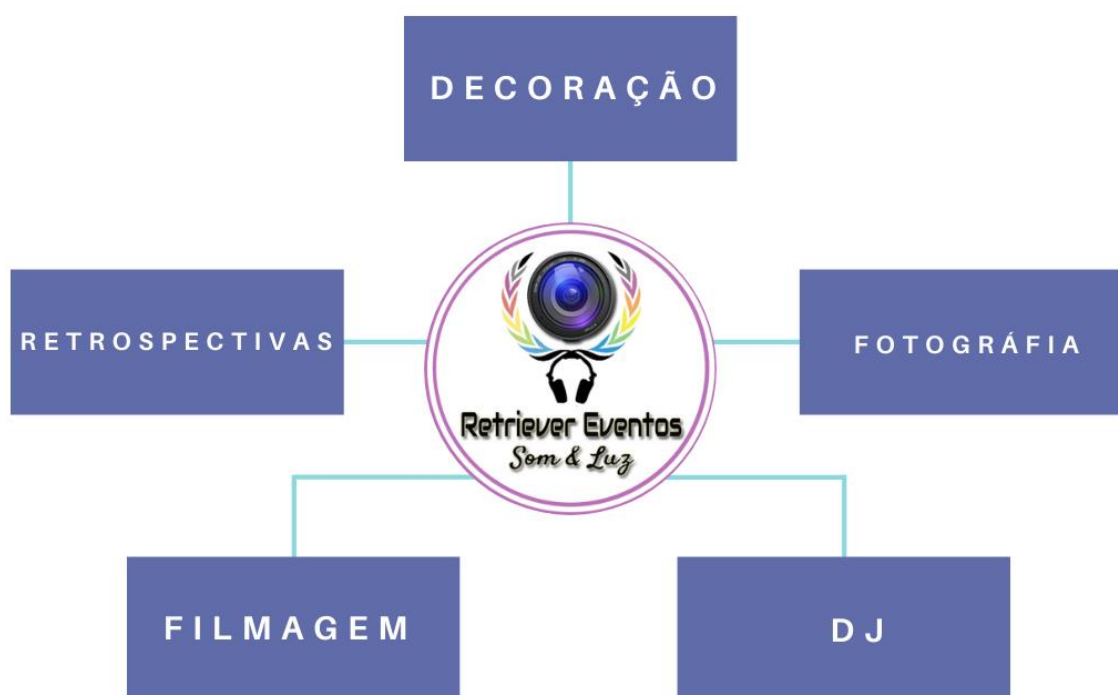
De acordo com a sua base empírica, realizamos uma breve análise sobre os concorrentes em potencial atuantes na área da sua segmentação. Dessa forma, utilizamos informações através da vivência ao longo de 4 anos e foi de extrema importância na tomada de decisão para o desempenho do nosso trabalho, cujos ensinamentos foram dados dentro da sala de aula e aplicados em situação real.

Após o tempo decorrido de análise de mercado, chegamos à conclusão de que a estratégia de mercado é a melhor maneira possível para a viabilidade do negócio. Todo o investimento em serviços e equipamento de giro rápido é de grande procura, sem apresentar perda, pois deve-se deixar os equipamentos concentrados no estoque da empresa (ao todo são 63 equipamentos para execução dos serviços da empresa como: fotográficos, de som e luz, retrospectivas e decoração). Esses equipamentos que são utilizados 100% na execução dos eventos vêm de uma estratégia de manutenção ao chegar no momento da depreciação e a substituição do mesmo.

Como visão, a empresa busca ser referência no setor de turismo no segmento de eventos da região da Baixada Santista. Manter-se em constante melhoria com bases consistentes, de acordo com aprendizagens diárias e qualificação constante, tornará possível atender todas as expectativas projetadas. E o próximo passo da

empresa, com estimativa para o ano de 2025, é a abertura do Buffet Retriever Eventos, onde será possível ousar e inovar e atingir o público alvo da empresa.

Figura 1 - Serviços da empresa “Retriever Eventos”



Fonte: Imagem dos autores, 2021

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo foi possível demonstrar, de modo geral, a importância do plano de negócio para o sucesso de um empreendimento, e verificar a viabilidade da empresa “Retriever Eventos” atuante dentro do segmento de eventos na cidade de

São Vicente, São Paulo. Dessa forma, após a organização e análise de dados, concluiu-se que a “Retriever Eventos” mostra-se como um empreendimento viável, do ponto de vista econômico-financeiro baseado no levantamento realizado, descrito neste estudo.

Importante ressaltar que, referente aos estudos realizados, cabe aos empreendedores transformar as oportunidades em negócios de sucesso e, para tanto, é imprescindível que seja criado um Plano de Negócios que sirva como direção para as ações que serão executadas. O Plano comprova a viabilidade do empreendimento, apresentando o retorno esperado no prazo estimado.

Não obstante, uma base empírica também deve ser considerada, uma vez que a prática profissional engloba os conhecimentos adquiridos através da experiência de trabalho. Uma vez que o gestor está habituado ao cotidiano, clima e cultura da empresa, não é necessária rigidez na aplicação do conhecimento científico, visto que este é construído a partir de estudos baseados em organizações diversas.

Neste caso, o conhecimento baseado nas práticas aplicadas cotidianamente na empresa também é válido e, uma vez que um bom conhecimento teórico esteja bem relacionado ao conhecimento empírico, podemos obter uma prática de gestão por excelência. Dessa forma, a empresa estudada ganhará em termos de competitividade a partir da implementação deste estudo.

## REFERÊNCIAS

ABEOC. Associação Brasileira de Empresas de Eventos. Disponível em: <http://www.abeoc.org.br/>. Acesso em: 05 de novembro de 2020.

ALMEIDA, M. A. **Percepção de Gestores e Técnicos sobre o processo de Gestão por Competências em Organizações no Brasil**. Brasília: Dissertação de Mestrado em Administração. Universidade de Brasília, 2007.

BRASIL C&VB. Santos e Região Convention & Visitors Bureau. Disponível em: <https://brasilcvb.com.br/>. Acesso em: 20 de janeiro de 2020.

CADASTUR. Ministério do Turismo. Disponível em: <https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/>. Acesso em: 15 de outubro de 2018.

IBGE. **Portal do IBGE**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 10 de outubro de 2020.

MILKOVICH, T.; BOUDREAU, W. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Atlas, 2010.

PACHECO, Luiza. **Capacitação e desenvolvimento de pessoas**. Luiza Pacheco, Anna Cherubina Scofano, Mara Beckert, Valéria de Souza. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

SANTOS, FERNANDO R. Apostila, **Gestão Empresarial**, 9 de setembro de 2019. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo - Campus Cubatão.

SEBRAE. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>. Acesso em: 14 de outubro de 2020.

TURISMO. Ministério do Turismo. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/>. Acesso em: 10 de novembro de 2020.

ZANELLI, J. C., & BASTOS, A. V. B. **Inserção profissional do psicólogo em organizações e no trabalho**, 2004.