

# IDENTIFICANDO OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS NA ÁREA DE COMUNICAÇÃO VISUAL

REGINALDO FERREIRA DA SILVA  
G – Administração – INESUL – Londrina-PR  
Orientador: Prof. Ms. Jair Galerani  
COMUNICAÇÃO ORAL  
e-mail: [regis@uel.br](mailto:regis@uel.br)

## RESUMO

Através de pesquisas bibliográficas, foi possível observar fatores que compõem a identificação de oportunidade de negócio e todo o processo de criação da mesma. Com este estudo podemos investigar as possibilidades e estratégias para se criar um empreendimento, buscando a identificação de uma oportunidade de negócio e desenvolvendo um plano de viabilidade econômica financeira. Utilizou-se uma metodologia de pesquisa exploratória e de proposição de planos, demonstrando um estudo de como proceder a elaboração, por que elaborar e a que se destina um plano de negócios, identificando que ele pode ser uma ferramenta de gestão que deverá se manter como objeto de consulta constante nas mãos de um empreendedor. Observa-se a importância de se realizar pesquisas de mercado para não dar início ao negócio com perspectivas que podem ser nulas. Os autores consultados deixam claro que o plano de negócio é uma ferramenta de planejamento importantíssima para qualquer empreendedor na abertura de sua empresa ou na criação de novos espaços na empresa. Com o estudo apresentado sobre plano de negócios, identificou-se a possibilidade de criação de um negócio na área de Comunicação Visual. Aprovada esta idéia, deu-se início à pesquisa de campo para verificar a viabilidade do projeto de criação da empresa. Com os dados reais tirados de pesquisas realizadas com fornecedores, concorrentes e possíveis clientes, construiu-se o plano de negócios demonstrando as ações a serem tomadas, o valor a ser investido, a quantidade esperada nas vendas. Esta pesquisa trouxe uma oportunidade que poderá se tornar realidade, dependendo de investidores no segmento. Outros dados sobre o negócio poderão ser alcançados mediante a colocação do empreendimento proposto em funcionamento.

**Palavras-chaves:** empreendedorismo, plano de negócios, oportunidade, comunicação visual.

## INTRODUÇÃO

O planejamento deve estar sempre a frente de tudo o que fazemos, pois com ele que teremos uma idéia de que forma iremos executar determinadas coisas, no mundo dos negócios utilizamos o Plano de Negócios, que é uma ferramenta de gestão extremamente necessária para todos os tipos de negócio.

Segundo Dornelas (2005), o início de tudo é a identificação da oportunidade que deve ser segura e aproveitada pois se deixá-la passar, a mesma pode não mais voltar, para identificar e colocar em prática deve-se levar em conta alguns fatores para o start de qualquer empreendimento sair do papel: o capital, o conhecimento (know-how), a

habilidade de convergi-los juntamente com o talento e a tecnologia que deverão ser aplicadas em seu negócio.

Toda e qualquer idéia sobre algum negócio, cria uma demanda por planejamento, ou melhor, plano de negócios que deve estar regrado por princípios básicos do processo empreendedor, de forma a minimizar riscos da abertura de um empreendimento.

## **OBJETIVO**

Busca a identificação de uma oportunidade de negócio e desenvolver um plano de viabilidade econômica financeira, envolvendo todos os princípios de um negócio em seus aspectos mercadológico, jurídico, operacional, financeiro, gerenciais, dentre outros que se fizerem necessários para o total entendimento do negócio.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa aqui apresentada trata-se de uma pesquisa exploratória e de proposição de planos, sendo que a mesma tem o objetivo de identificar oportunidades de negócio e elaborar um plano de negócios para verificação da viabilidade econômico-financeira do negócio proposto.

A intenção da criação de um plano de negócios de natureza científica, que consiste em atividades que serão realizadas através de conhecimentos acadêmicos com a finalidade para o desenvolvimento de um projeto em Administração, de teor técnico e com uma fundamentação científica, envolvendo neste caso atividade individual.

As bibliografias de autores conhecidos na área de empreendedorismo e na área de identificação de oportunidade e criação de plano de negócios foi usada como fundamentação científica.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Como resultado desta pesquisa foi desenvolvido um Plano de Negócios de uma empresa da área de Comunicação Visual, que tem a finalidade de promover visualmente de diversas formas as informações que os mais variados clientes necessitarem.

O empreendimento proposto é de uma micro-empresa voltada a exploração da arte de se comunicar visualmente, atividade esta que é caracterizada pela prestação de serviços de confecção de painéis, placas, sinalização visual, banners, faixas, luminosos, impressões em grandes formatos e congêneres.

Para dar sustentação ao projeto, Andreolla (2004), alerta que deve ser realizado um estudo de viabilidade econômico-financeira, levantando, ordenando e correlacionando dados.

Após a realização do estudo de viabilidade, apresentou-se resultado positivo, podendo assim ser indicado aos empreendedores que desejarem realizar investimento no negócio proposto.

## **CONCLUSÃO**

O estudo demonstrou que é fundamental a realização de planejamento para inicialização de um empreendimento, demonstrando formas de minimizar riscos de mercado.

Conclui-se a pesquisa com visão acadêmica e prática da construção de um projeto de viabilidade econômico-financeira para criação de uma empresa na área da Comunicação Visual, entende-se que com o estudo baseado em fundamentos bibliográficos e pesquisas in loco, trouxe um conhecimento grande sobre o assunto abordado e engrandeceu a visão sobre o assunto.

## **REFERÊNCIAS**

ANDREOLLA, Nadir. “Plano de Negócios: Indústria, Comércio e Serviços”. Porto Alegre SEBRAE/RS, 2004.

BARON, Robert A. e SHANE, Scott A.. “Empreendedorismo: uma visão do processo”. Tradução All Tasks – São Paulo: Thompson, 2007.

BERNARDI, Luiz Antonio. “Manual de Empreendedorismo e Gestão: Fundamento, estratégias e dinâmicas.” São Paulo: Atlas, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. São Paulo: Saraiva, 2007, 2ª Ed.

DORNELAS, José Carlos Assis. “Empreendedorismo: transformando idéias em negócios”. 2ª Ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MÜLLER, Mary Stela e CORNELSEN, Julce Mary. “Normas e Padrões para Teses, Dissertações e Monografias”. 6ª ed. Londrina: Eduel, 2007.

SANTOS, Edno Oliveira dos. “Administração financeira da pequena e média empresa”. São Paulo: Atlas, 2001.