

**ANÁLISE DA VIABILIDADE ECONÔMICO FINANCEIRA DA INSTAÇÃO  
DE UMA INDÚSTRIA DE RECICLAGEM DE ÓLEOS E GORDURAS  
RESIDUAIS NO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL**

BECKER, Élvio<sup>1\*</sup>; BONKEVICH, Leandro<sup>2</sup>; PIES, Henrique<sup>3</sup>;

<sup>1</sup> Engenheiro de Produção; <sup>2</sup> Engenheiro de Produção; <sup>3</sup> Administrador.

\* Autor correspondente: elviobecker@gmail.com.br

**RESUMO**

A manipulação simultânea de assuntos caracteriza o papel do empreendedor no mundo empresarial. O referido estudo é um plano de negócio de uma indústria de reciclagem. O estudo objetivou uma análise de viabilidades econômica financeira do novo empreendimento, realçou a necessidade de identificar e avaliar o negócio promissor. Empreender foi a palavra-chave. A metodologia possibilitou um caminho seguro para a obtenção dos resultados. No estudo em questão, foram utilizados os métodos de abordagem dedutivo, qualitativo e quantitativo, auxiliados pelos procedimentos exploratório e descritivo, tendo para a técnica de análise de dados o auxílio de um Software desenvolvido pelo Sebrae. Foram apresentados cálculos de Ponto de Equilíbrio, Lucratividade, Rentabilidade e do Prazo de Retorno do Investimento. Por fim, os indicadores de viabilidade enunciaram o veredito final em conformidade a análise de viabilidade econômica financeira comprovando índices favoráveis à viabilidade do negócio. A construção de cenários possibilitou visões otimistas e pessimistas. A avaliação estratégica formulou a postura empresarial.

**Palavras chave:** Plano de negócio, viabilidade econômica, reciclagem, sustentabilidade.

**FINANCIAL ECONOMIC FEASIBILITY ANALYSIS OF THE  
INSTALLATION OF A RESIDUAL OILS AND FATS RECYCLING INDUSTRY IN  
THE NORTHWEST OF THE STATE OF RIO GRANDE DO SUL**

**ABSTRACT**

Simultaneous manipulation of subjects characterizes the role of entrepreneurs in the world of business. This study is a business plan of a recycling industry. The study aimed to analyse the economic and financial viability of the new venture, emphasized the need to identify and evaluate the promising business. Venture was the key word. The methodology provided a safe way to obtain the results. In the study in question, the methods of deductive, qualitative and quantitative approach were used, aided by the exploratory and descriptive procedures, and the data analysis technique was aided by a software developed by Sebrae. Point of Equilibrium, Profitability and the Return on Investment calculations were presented. Finally, the feasibility indicators enunciated the final verdict in accordance with the analysis of financial economic viability proving favorable indexes to the viability of the business. The construction of scenarios provided optimistic and pessimistic views. The strategic assessment formulated the business posture.

**Keywords:** Business plan, economic viability, recycling, sustainability.

## 1 INTRODUÇÃO

Devido ao processo de globalização e a preocupação com o desenvolvimento sustentável, as empresas e o mercado vem sofrendo cada vez mais mudanças. Para se adequar a todas essas mudanças nesse mundo empresarial, as empresas, precisam se preparar com o planejamento, analisando o cenário atual.

A todo momento surgem ideias de novos negócios e startups, mas é preciso toda uma pesquisa detalhada, contendo objetivos específicos definidos, alinhado com uma base bem detalhada para alcançá-los, o objetivo do plano de negócios é ter maior confiabilidade, assertividade e sucesso nas tomadas de decisões, antes de iniciar o processo de implantação da nova empresa, reduzindo um grande número de falhas que, se cometidas no mercado, poderiam gerar custos altos e indesejáveis. Um bom plano de negócio pode determinar o sucesso ou insucesso do negócio.

Neste trabalho se propôs, mostrar todo um plano de negócio de instalação de uma indústria de reciclagem de óleo e gorduras residuais no noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Através desde preocupou-se em mostrar o estudo da análise da viabilidade econômica financeira da instalação. Além de apresentar a visão empreendedora de forma estratégica e mensurável, o plano de negócios também tem grande valor ao expor a ideia do empreendedor para potenciais futuros investidores, instituições financeiras, parcerias empresariais. Ele

funciona como um guia, informando a viabilidade do negócio, as estimativas da lucratividade, rentabilidade, prazo de retorno de investimento, além de todas as características do negócio.

## **2 DESENVOLVIMENTO E DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS**

### **2.1 REFERENCIAL TEÓRICO**

#### **2.1.1 Plano de negócio**

O plano de negócio é um documento que mostra detalhadamente o que e como deve ser feito para que os objetivos estipulados pela empresa sejam conquistados, de modo que não sejam cometidos erros no mercado, visualizando a viabilidade econômica do negócio.

Um plano de negócio é um documento que descreve (por escrito) quais os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que estes objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado. (ROSA, 2004, p.10)

O plano de negócio é a definição da empresa, antes mesmo da sua existência, o plano também auxilia a concluir se o negócio é viável ou não, fazendo com que seja feita uma análise criteriosa de todos os pontos. Maximiano (2011), afirma que o plano de negócio é uma descrição detalhada da empresa, de seu funcionamento e do que é necessário para sua instalação.

O plano de negócio em si não garante o sucesso da empresa ou sua lucratividade; no entanto, quando desenvolvido com boa qualidade, aumenta as chances do empreendimento, pois, através da reflexão e da compreensão das necessidades, cria bases sólidas para o monitoramento do modelo e da estratégia de negócios. (BERNARDI, 2008, p. 4).

#### **2.1.2 Estrutura do plano de negócio**

Segue abaixo os principais tópicos da estrutura do plano de negócio, podendo ser ampliado de acordo com o projeto.

De acordo com Dornelas (2008), o plano de negócio segue sua estrutura:

I – Sumário Executivo;

II – Descrição da Empresa;

- III – Produtos e Serviços;
- IV – Mercado e competidores;
- V – Marketing e vendas;
- VI – Análise estratégica;
- VII– Plano financeiro;
- VIII – Anexos.

## 2.2 MATERIAL E MÉTODOS

De acordo com a classificação proposta por Gil (2002, p.41), que divide as pesquisas com base em seus objetivos em três grandes grupos: exploratórias, descritivas e explicativas, pode-se definir este trabalho, como sendo de caráter exploratório. Segundo ele, as pesquisas exploratórias “têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado”.

A pesquisa utilizou o método quantitativo, tal método emprega a quantificação tanto na coleta de dados e informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas. Portanto, para avaliar a viabilidade de implementação da empresa, torna-se fundamental a aplicação de métodos quantitativos para evitar os “achismos”, tendo uma perspectiva do valor de investimento, tempo de retorno, volume de produção, por exemplo.

Conforme afirm Richardson (1999, p.70), o método quantitativo caracteriza-se pela quantificação, tanto no momento da coleta de informações como no tratamento dos dados levantados, através de métodos estatísticos simples e complexos. Esse método representa, em princípio a intenção de garantir a precisão dos resultados, evitar distorções de análise e interpretação, possibilitando, conseqüentemente, uma margem de segurança quanto às inferências.

## 2.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 2.3.1 Estudo de marketing

O marketing constitui mais um alicerce nesta caminhada empreendedora, um alicerce que poderá fazer um grande diferencial no desempenho a ser atingido pela empresa.

### **2.3.1.1 Preço**

Para a precificação foram analisados alguns procedimentos, com uma conclusão que se aplica principalmente às empresas modernas, a diferenciação no atendimento às necessidades do consumidor. Assim, a empresa tem maior liberdade de buscar a sua diferenciação em qualidade, e não apenas no preço. O preço será calculado em cima dos custos gastos para a elaboração do produto juntamente com uma análise feita entre os concorrentes, sendo assim serão somados os custos fixos + os custos variáveis + a margem de lucro + impostos, entando, com posterior análise chegar ao preço final.

A definição de um preço para um produto deve levar em consideração não apenas o aspecto econômico, mas também o impacto psicológico. Para o cliente o preço deve oferecer a melhor relação entre custo e benefício e assim, a empresa comercializará seus produtos com um valor um pouco abaixo do mercado, estimando atingir uma faixa mais elevada de consumidores e, portanto, focando em seu ideal, a qualidade dos produtos.

### **2.3.1.2 Estratégias promocionais**

A estratégia promocional a ser adotada pela empresa será a divulgação nos meios de comunicação da região, por exemplo, rádios, revistas, jornais, redes sociais e internet. Também se utilizará de patrocínio de eventos ambientais que aconteçam na cidade ou região sendo entregues brindes aos clientes e descontos para quem atingir um valor em compras. Uma forma será implantar um cartão fidelidade onde os descontos serão gradativos, quanto mais comprar, mais descontos o consumidor terá.

### **2.3.1.3 Estrutura de comercialização**

A forma de comercialização será diferenciada, a partir de uma loja junto à empresa, utilizada para divulgação da marca e produtos como também servir de alternativa para a geração de receitas. A segunda alternativa de comercialização será o uso de representantes externos, no qual terão consigo um portfólio, contendo as peças e um catálogo para demonstração dos produtos fabricados pela empresa, com isso o cliente terá um contato direto com os produtos e poderá observar suas formas, cores e modelos tanto na loja quanto junto aos representantes.

Quanto se trata de comercialização de produtos a definição da forma de venda é de suma importância além da definição do canal de distribuição. Na empresa a forma de entrega dos produtos dependerá fundamentalmente da localização do cliente, será feita da forma mais

segura e rápida possível para que o mesmo não tenha transtornos indesejáveis, portanto, os pedidos poderão ser entregues pelo correio, ônibus, transportadora, ou se assim preferir o cliente poderá retirá-los na empresa.

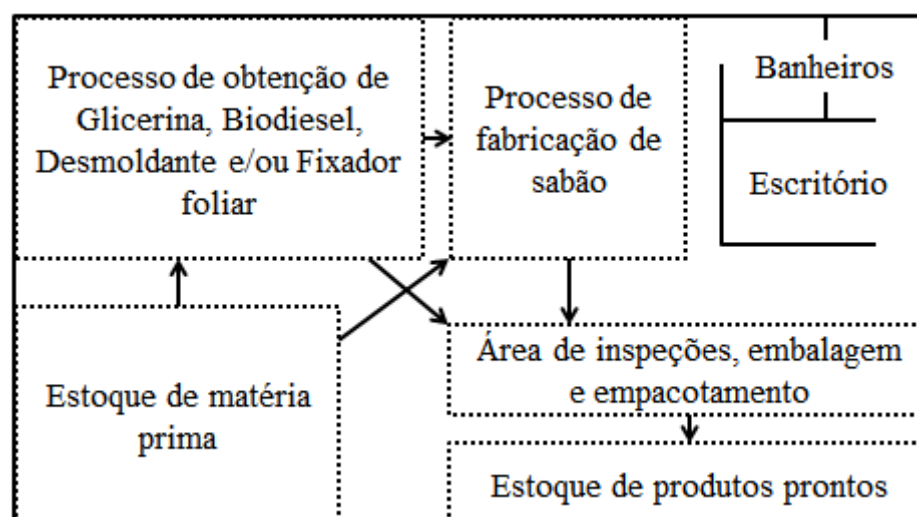
### 2.3.2 Plano operacional

O plano operacional é a formalização dos objetivos e procedimentos a seguir. É também um documento bastante útil na gestão de projetos. Planejar, ou fazer planos, consiste basicamente em estabelecer o que fazer, quando fazer, como fazer, quem vai fazer e em que sequencia fazer. É uma atividade que está presente no dia a dia de qualquer empresa e se faz necessária quando está em jogo o futuro de uma organização. No desenvolver do plano operacional o capítulo aponta em sua continuidade a estruturação do arranjo físico ideal para a indústria.

#### 2.3.2.1 Layout ou arranjo físico

No âmbito empresarial, o layout é o modo como estão organizados os equipamentos, máquinas, ferramentas, produtos finalizados e mão de obra dentro da empresa. Um bom layout pode ter um efeito na produtividade da empresa, podendo também reduzir os custos (por significar menos desperdícios) e perda de tempo. Neste caso foi definido como adequado a disposição do seguinte layout conforme a figura a seguir:

Figura 1. Arranjo físico da empresa



Fonte: Os autores, 2019.

### **2.3.2.2 Capacidade produtiva de comercialização**

Considerando a capacidade produtiva o importante nesta etapa é a quantidade de produtos dos quais a empresa terá condições de fabricar durante um determinado período. Foi considerado no caso da empresa, ligada ao comércio que sua demanda seja sazonal e assim, tendo uma produção inconsistente em um espaço temporal de um ano. Os produtos primordiais do mix de produtos são: sabão, desmoldante, fixador foliar e biodiesel. Com a sazonalidade calculada por perspectiva estima-se uma capacidade média de produção mensal seja aproximadamente 13200 barras de sabão, 3.600 litros de desmoldante, 3.670 litros de fixador foliar e 3.670 litros de biodiesel.

### **2.3.2.3 Capacidade máxima de produção mensal**

A capacidade máxima de produção inicial da empresa em condições normais será aproximadamente idêntica à capacidade produtiva de comercialização apresentada anteriormente, utilizando-se de um turno normal de trabalho. Em épocas de maior demanda, especialmente nas fases extremas do clima, no verão e inverno a tendência é de um aumento de 30% à 50% nas vendas, donde serão feitos horários diferenciados, utilização de horas extras de trabalho ou ainda realizada a contratação de pessoal para um terceiro turno de serviço. O objetivo máximo da capacidade produtiva da empresa é atender toda a demanda em um prazo menor possível.

### **2.3.2.4 Processos operacionais (Produção empurrada)**

O processo de fabricação adequado para o estilo da empresa é de produção empurrada, é uma forma de trabalho em que se produz baseado em uma demanda. Ela se relaciona com a produção em massa, onde os produtos são feitos em grandes lotes sem frequência determinada. A ordem é produzir o máximo possível, não levando em consideração a real necessidade do cliente.

Na prática, com esse tipo de produção movimenta-se grandes lotes de produtos para o processo seguinte sem um planejamento prévio de forma que, muitas vezes gere estoque tanto dentro, como fora da fábrica (ou seja, estoques de produto semiacabado e produto acabado).

### 2.3.3 Plano financeiro

Iniciando a análise financeira do Plano Financeiro onde é focado nos números e são eles que expressam a real situação quanto ao interesse dos futuros empreendedores, ou seja, a viabilidade financeira do Negócio. A análise quantitativa com a exata expressão dos dados aumenta a confiabilidade de toda a realização do estudo, tornando confiável o resultado a ser atingido.

#### 2.3.3.1 Investimentos fixos

Nessa etapa foi realizada a estimativa de todos os investimentos iniciais da empresa. A melhor forma de demonstrar o patrimônio de uma empresa é por meio de tabelas que listem os bens que a empresa possui e o capital investido nela. Os complexos valores a serem investidos em máquinas, equipamentos, móveis e utensílios, veículos e computadores totalizam R\$507.539,24. Conforme apresentado na figura 2.

Figura 2. Investimentos Fixos

Investimentos fixos				
Tipo	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total:
Computador	Computador	2	R\$ 4.200,00	R\$ 8.400,00
			<b>Total:</b>	<b>R\$ 8.400,00</b>
Tipo	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total:
Máquinas e Equipamentos	Tanque de Transporte	1	R\$ 60.000,00	R\$ 60.000,00
Máquinas e Equipamentos	Verba: Prevenção de Incêndio (extintores, PPCI, instalação)	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
Máquinas e Equipamentos	Refrigerador 340 litros	1	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00
Máquinas e Equipamentos	Bebedouro Industrial	1	R\$ 680,00	R\$ 680,00
Máquinas e Equipamentos	Ar condicionado	1	R\$ 2.100,00	R\$ 2.100,00
Máquinas e Equipamentos	Verba: Equipamentos de Proteção Individual	1	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
Máquinas e Equipamentos	Aparelho de telefone	2	R\$ 90,00	R\$ 180,00
Máquinas e Equipamentos	Impressora Multifuncional	1	R\$ 305,00	R\$ 305,00
Máquinas e Equipamentos	Misturador	1	R\$ 12.200,00	R\$ 12.200,00
Máquinas e Equipamentos	Usina de Biodiesel	1	R\$ 60.100,00	R\$ 60.100,00
			<b>Total:</b>	<b>R\$ 141.365,00</b>
Tipo	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total:
Móveis e Utensílios	Balcão para cozinha conjunto pia	1	R\$ 410,00	R\$ 410,00
Móveis e Utensílios	Verba: Material de Expediente	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Móveis e Utensílios	Estante para escritório	1	R\$ 550,00	R\$ 550,00
Móveis e Utensílios	Verba: Paredes de Divisão de espaços (Divisórias)	1	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
Móveis e Utensílios	Prateleiras	3	R\$ 1.400,00	R\$ 4.200,00
Móveis e Utensílios	Bombonas	150	R\$ 145,00	R\$ 21.750,00
Móveis e Utensílios	Mesa	2	R\$ 999,00	R\$ 1.998,00
Móveis e Utensílios	Armário	1	R\$ 1.988,00	R\$ 1.988,00
Móveis e Utensílios	Cadeira	6	R\$ 211,34	R\$ 1.268,04
Móveis e Utensílios	Mesa de Escritório	2	R\$ 555,10	R\$ 1.110,20
			<b>Total:</b>	<b>R\$ 37.774,24</b>
Tipo	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total:
Veículos	Veículo de carga	2	R\$ 88.000,00	R\$ 176.000,00
Veículos	Caminhão	1	R\$ 144.000,00	R\$ 144.000,00
			<b>Total:</b>	<b>R\$ 320.000,00</b>
			<b>TOTAL GERAL:</b>	<b>R\$ 507.539,24</b>



Fonte: Os autores, 2019.

### 2.3.3.2 Capital de giro – estoque inicial

Capital de giro é um recurso de rápida renovação, por exemplo, dinheiro e estoque, que representa a liquidez da operação disponível para a empresa. É uma importante ferramenta para a tomada de decisões, pois se refere ao ciclo operacional de uma empresa, englobando desde a aquisição de matéria-prima até a venda e a entrega dos produtos vendidos. Desta forma, como máquinas e equipamentos, o capital de giro é considerado uma parte do capital operacional.

Quadro 1. Estoque inicial

<b>Descrição</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor unitário</b>	<b>Total</b>
Catalizador	600	R\$7,00	R\$4.200,00
Álcool	2250	R\$3,00	R\$6.750,00
Óleo e gorduras residuais	15000	R\$0,50	R\$7.500,00

Fonte: Os autores, 2019.

### 2.3.3.3 Capital de giro – estoque mínimo

Fluxo de caixa é uma ferramenta que controla as entradas e saídas de recursos financeiros, ou seja, apresenta a movimentação financeira em um período determinado, de uma empresa. O fluxo de caixa é uma ferramenta fundamental para os gestores saberem com precisão qual a situação financeira da empresa e, com base no resultado, decidir os caminhos a seguir.

### 2.3.3.4 Investimento total

Chegado ao ponto final sobre investimentos, o investimento total resume as quantias destacadas anteriormente, como investimentos fixos, capital de giro e investimentos pré-operacionais necessários. O valor apresentado no quadro a seguir estabelece uma quantia total de R\$ 999.525,11, valor que representa a quantia necessária para a abertura do negócio.

Quadro 2. Investimento total

<b>Descrição dos investimentos</b>	<b>Valor (R\$)</b>	<b>Percentual %</b>
1. Investimentos fixos	R\$ 507.539,24	50,78%
2. Capital de giro	R\$ 80.985,87	8,10%
2.1 Estoque inicial	R\$ 18.450,00	1,85%

2.2 Caixa mínimo	R\$ 62.535,87	6,26%
3. Investimentos pré operacionais	R\$ 411.000,00	41,12%
<b>Total:</b>	<b>R\$ 999.525,11</b>	<b>100%</b>

Fonte: Os autores, 2019.

### 2.3.3.5 Faturamento mensal

Toda pessoa jurídica com fins lucrativos tem faturamento, e faturamento não é lucro. Faturamento é o total arrecadado pela empresa ao longo de um dia, mês ou ano. Ao final de um período qualquer. Para alcançar um faturamento mínimo é necessário um planejamento de vendas em relação ao portfólio de produtos. Diante desta necessidade estima-se o faturamento por produto conforme apresentado no Quadro 3.

Quadro 3. Faturamento mensal por produto

Produto	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Faturamento total (R\$)
Sabão	13.200 Un.	R\$ 1,82	R\$ 24.024,00
Desmoldante	3.600 L	R\$ 5,89	R\$ 21.204,00
Fixador foliar	3.670 L	R\$ 5,89	R\$ 21.616,30
Biodiesel	3.670 L	R\$ 3,19	R\$ 11.707,30
<b>Total de faturamento mensal:</b>			<b>R\$ 78.551,60</b>

Fonte: Os autores, 2019.

### 2.3.3.6 Projeção das Receitas

Com o faturamento mensal estipulado foi determinada uma taxa constante de crescimento mensal de 0,2% nos primeiros 12 meses, e uma taxa constante de 4% ao ano após o 2º ano. Com esta projeção, o total da receita para o 1º ano fica em R\$953.057,43.

### 2.3.3.7 Custo unitário

Segundo definição disponibilizada no site da agrogestão custo unitário é o conjunto de custos (fixos, variáveis, reais, atribuídos, específicos e não específicos) a ser imputados a uma atividade por cada unidade de fator de produção utilizada ou de produto produzido. Os custos unitários calculados ficaram estabelecidos da seguinte forma: Sabão (R\$1,15), Desmoldante (R\$1,04), Fixador foliar (R\$1,04) e o Biodiesel (R\$1,04).

### 2.3.3.8 Custos fixos operacionais mensais

Custo fixo é um fator de produção que tem custos independentes do nível de atividade da empresa. Qualquer que seja a quantidade produzida ou vendida, mesmo igual a zero os custos fixos se mantêm os mesmos.

Quadro 4. Custos fixos operacionais mensais

<b>Descrição</b>	<b>Custos</b>
Salários + encargos	R\$ 20.081,05
Manutenção dos equipamentos	R\$ 400,00
Pró-labore	R\$ 3.500,00
Depreciação	R\$ 6.966,15
Material de escritório	R\$ 150,00
Material de limpeza	R\$ 100,00
Honorários do contador	R\$ 400,00
Telefone + internet	R\$ 120,00
Energia elétrica	R\$ 400,00
IPTU	R\$ 80,00
<b>Total:</b>	<b>R\$ 32.197,20</b>

Fonte: Os autores, 2019.

### 2.3.3.9 Demonstrativo de resultados - DRE

A DRE é uma ferramenta contábil com a objetividade de retratar a real situação da empresa e torna assim, possível uma administração eficaz e competente. As receitas e despesas estão incluídas na operação do resultado do período em que ocorreram, sempre simultaneamente quando se correlacionam, independentemente do recebimento ou pagamento.

### 2.3.3.10 Indicadores de viabilidade

Os indicadores de viabilidade resumem todo o processo de estudo desenvolvido até este momento. Apresentam o ponto de equilíbrio, a lucratividade, a rentabilidade e o prazo de retorno do investimento. O foco está em trabalhar esses indicadores que são fonte de grande informação e importância para a viabilidade do futuro empreendimento. No próximo quadro são apresentados estes indicadores, mas seus números expressam resultados razoáveis com leve tendência de crescimento a médio longo prazo. Sobre a implantação do novo negócio, o prazo de retorno do investimento, por exemplo, é pouco extenso compensado por lucratividade e rentabilidade boas.

Quadro 5. Indicadores de viabilidade

<b>Indicadores</b>	<b>Ano 1</b>
Ponto de equilíbrio	R\$ 697.598,05
Lucratividade	14,93%
Rentabilidade	14,23%
<b>Prazo de retorno do investimento:</b>	<b>7 anos e 1 mês</b>

Fonte: Os autores, 2019.

### **CONCLUSÃO**

Diante de uma situação econômica dinâmica, com mudanças frequentes, o insucesso de muitos novos negócios e até negócios já estabelecidos no mercado se dá pela falta de planejamento e análise do cenário atual e projeção de cenários futuros, que são essenciais para uma empresa se manter competitiva no mercado.

Com o intuito de auxiliar no planejamento existe o plano de negócio, que consegue prever diversas variáveis no percurso a ser percorrido pelo empreendimento e ajudar na tomada de decisões, diminuindo riscos, avaliando as vulnerabilidades, e explorando o potencial do negócio, determinando com grande assertividade se o destino será próspero ou não.

O objetivo do empreendimento foco deste foi justamente este, avaliar a viabilidade e todas as variáveis envolvidas na iniciação do projeto, sendo o estudo minuciosamente realizado, sendo conclusivo afirmando a viabilidade, mesmo distante de grandes centros e com uma economia evoluindo lentamente. Orienta-se nesse cenário manter a empresa atualizada em conformidade ao mercado, remanejar a gestão e produção de acordo com as tendências sustentáveis existentes no mercado, e, assim, conseguir passar pela crise tendo bons resultados.

### **REFERÊNCIAS**

- BERNARDI, L. A. **Manual de plano de negócios: fundamento, processos e estruturação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2001.



De 05/06 a 07/06/2019 ISSN - 2526-2769



RICHARDSON, R. J. Pesquisa Social: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.

ROSA, C. A. **Como elaborar um plano de negócio**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2004.