

PLANO DE NEGÓCIO: UMA FERRAMENTA DE SUPORTE PARA NOVOS EMPREENDIMENTOS

OLIVEIRA, Samuel Antunes

Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva

AZEVEDO, Brian Castelli

Professor mestre, docente da Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva

RESUMO

PLANO DE NEGÓCIO: UMA FERRAMENTA DE SUPORTE PARA NOVOS EMPREENDIMENTOS

O empreendedorismo tem ganhado bastante força ao longo dos anos no Brasil, surgindo novas empresas oferecendo novos produtos e/ou serviços para a população. De acordo com dados do SEBRAE, com base nos estudos de 2016, cerca de 23,4% das empresas fecham com menos de dois anos de existência. Dentro de vários fatores que possam levar ao fechamento da empresa, é abordado a falta de planejamento como o causador do fechamento desses empreendimentos. O planejamento é essencial para o empreendedor estabelecer os objetivos e metas a serem alcançadas. Este estudo tem como objetivo: Explicar a importância do plano de negócio e quais as estruturas presentes nessa ferramenta de suporte para o empreendedor. Para responder aos objetivos foram utilizados artigos científicos disponíveis em bases de dados indexadas e livros. Constata-se que o plano de negócio é uma ferramenta que auxilia o empreendedor a planejar e definir as estratégias de sua empresa. Portanto, deve-se orientar e estimular o empreendedor a utilizar essa ferramenta para estabelecer o planejamento da sua empresa.

Palavras chave: Empreendedorismo, Planejamento, Plano de Negócio.

Tema Central: Plano de Negócio

ABSTRACT

BUSINESS PLAN: A SUPPORT TOOL FOR NEW VENTURES

Entrepreneurship has gained considerable strength over the years in Brazil, with new companies emerging offering new products and / or services to the population. According to SEBRAE data, based on the studies of 2016, about 23.4% of the companies closed with less than two years of existence. Within several factors that may lead to the closure of the company, it is approached the lack of planning as the cause of the closure of these ventures. Planning is essential for the entrepreneur to establish the objectives and goals to be achieved. This study aims to: Explain the importance of the business plan and what structures are present in this support tool for the entrepreneur. In order to respond to the objectives, scientific articles were used in indexed databases and books. It is verified that the business plan is a tool that helps the entrepreneur to plan and define the strategies of his

company. Therefore, one must guide and encourage the entrepreneur to use this tool to establish the planning of his company.

Keywords: Entrepreneurship, Planning, Business plan.

Central theme: Business plan

1. INTRODUÇÃO

Segundo Paula, Silva e Herмосilla (2006) o sucesso de um empreendimento esta ligado a um intenso planejamento onde o empreendedor deve definir quais são os objetivos e metas, tanto a curto prazo como a longo prazo, para a criação de um negócio e que se mantenha no mercado competitivo.

Na prática do empreendedorismo o empreendedor deve em primeiro lugar realizar um planejamento onde estará analisando a formulação dos seus objetivos, as suas razões de abrir um negócio e a definição do tipo de negócio que pretende abrir (KISHEL & KISHEL, 1994).

De acordo com Chiavenato (2007) o empreendedor é aquela pessoa que possui algumas características como a de perseverança, a alta disponibilização de realizar algo e de grande imaginação, onde que através dessas virtudes consegue identificar grandes oportunidades e transformar suas ideias em algo concreto dentro de um mercado competitivo.

Na visão de Schneider e Branco (p. 19, 2012) “os empreendedores são aqueles que realizam algo, que mobilizam recursos e correm riscos para iniciar negócios, para iniciar organizações”.

Segundo estudo elaborado pelo SEBRAE (2016), tomando como referência as empresas brasileiras constituídas em 2012 e as informações sobre estas empresas disponíveis na Secretaria da Receita Federal (SRF) até 2014, a taxa de sobrevivência das empresas com até dois anos de atividade foi de 76,6%, ou seja, uma taxa de moralidade de 23,4% das empresas.

Diante de tais indícios sobre a taxa de mortalidade das empresas com menos de dois anos de existência, este estudo tem como objetivo: Explicar a importância do plano de negócio e apresentar as estruturas presentes nessa ferramenta.

2. MATERIAL E MÉTODOS

Trata-se de um trabalho apoiado no levantamento bibliográfico em livros e análise de artigos científicos publicados bases de dados organizados. O material utilizado foi separado de acordo com a abrangência do tema. O trabalho desenvolvido iniciou-se devido ao interesse do autor pelo assunto e importância do tema, sendo objeto de construção do trabalho de conclusão de curso.

A referência mais antiga e mais recente, utilizada nesse artigo, data do ano de 1994 a 2016, respectivamente.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Conforme Chiavenato (2007) muitos empreendedores acabam não se importando muito com o planejamento, seja pela necessidade de se abrir um negócio de forma rápida, pela falta de conhecimento de um instrumento ou até pela dificuldade de colher informações para a elaboração do planejamento. Apesar dos motivos apresentados, o autor reforça a ideia de que o planejamento é essencial para ser bem sucedido.

Analisando uma ferramenta voltada para o planejamento, é abordado e apresentado o plano de negócio. Sertex (p.215; 2012) reforça essa ideia de que “um bom plano de negocio é uma ferramenta importante para quem for empreender um negócio, pois ajuda a prever uma serie de fatores”.

De acordo com Salim et al (p.3, 2005) define o plano de negócio como “documento que contem a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas

estratégias, seu plano para conquistar uma fatia do mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros”.

Sertex (p.215; 2012) reforça essa ideia de que “um bom plano de negocio é uma ferramenta importante para quem for empreender um negócio, pois ajuda a prever uma serie de fatores”.

Wildauer (2011) define plano de negócio como um documento que o empreendedor deve formular contendo todas as informações de forma clara e objetiva, de modo a representar a visão da realidade do negócio.

Sertex (p.215, 2012) define o plano de negócio como um “documento que visa estruturar as principais ideias e opções que o empreendedor deve avaliar para decidir quanto à viabilidade da empresa a ser criada”.

A estrutura do plano de negócio pode variar muito de autor para autor, contudo, seguindo o modelo proposto por Dornelas (2014) o plano de negócio pode ser dividido nos seguintes capítulos: Sumário Executivo, Conceito de Negócio, Análise de Mercados e Competidores, Equipe de Gestão, Produtos e Serviços, Estruturas e Operações, Marketing e Vendas, Estratégia de Crescimento e Finanças.

O Sumário executivo tem um papel fundamental para que o empreendedor apresente as principais informações, resumidamente, mais importantes que o plano de negócio contenha. É necessário que as informações estejam elaboradas de forma consistente, pois desta forma chama a atenção do leitor e muitas vezes é o que define se a pessoa interessada no plano de negócio continue avaliando por inteiro o documento. Embora seja a primeira etapa da estrutura do plano de negócio, o sumário executivo deve ser elaborado por último visto que é um resumo das outras partes do documento (CECCONELLO e AJZENTAL, 2008).

Na seção do conceito do negócio o empreendedor deve abordar que tipo de negócio se pretende abrir, a localização da empresa, definição do modelo de negócio e o tipo de produto/serviço que oferecerá e que cliente (mercado) vai atingir (DORNELAS, 2014). Deve destacar também os proprietários, a estrutura legal que a

empresa adotará para o funcionamento e definir os objetivos do negócio. (KISHEL & KISHEL, 1994).

Em análise de mercado e competidores o empreendedor deve abordar os temas definindo qual é o seu público alvo, identificar quais informações que os clientes valorizam no produto, coletar e transmitir dados de como está o mercado que se iniciara descrever a forma que os concorrentes atuam e levantar o surgimento de possíveis concorrente e de parceiros (SERTEX, 2012).

É essencial o empreendedor entender e explorar o mercado que pretende se inserir visto que com o mercado global é muito competitivo, e que assim o empreendedor possa estar preparado e imaginar todas as possibilidades que podem ocorrer e, desta forma, ter uma linha de ação para estar sendo utilizados tanto nas situações favoráveis ou desfavoráveis. (WILDAUER, 2011)

No capítulo de equipe de gestão deve se definir a quantidade de funcionários que ele precisará na sua empresa, além de descrever os cargos que cada pessoa exercerá e o perfil dos candidatos que pretende contratar, além de informar a quantidades de sócios que a empresa contará no momento da abertura. (DORNELAS, 2014).

Essa etapa também deve levar em conta os aspectos das organizações e definição das remunerações dos funcionários de acordo com o setor e as formas de estratégia de treinamento para adequação de cada pessoa em sua área. (SCHNEIDER, E. I. ; BRANCO, H. J. C; 2012).

Na seção produtos e serviços o empreendedor deve elencar o que a empresa irá oferecer para atender a necessidade do cliente, além de descrever todas as características que o produto/serviço possuirá (como por exemplo cor, formato, design, utilidades e marca), informar as principais vantagens e o diferencial que o seu produto/serviço tem com relação ao dos concorrentes. (DORNELAS, 2014).

De acordo com Dornelas (2014) em estrutura e operações deve conter as seguintes informações: Os principais processos de negócio da empresa, estrutura administrativa, comercial, de produção, infraestrutura e tecnologia devem ser

objetivamente descritos nesta seção. Todos os aspectos citados devem constar de uma planilha financeira, que sintetize os principais investimentos, custos e despesas da empresa.

No marketing e Vendas deve se definir as estratégias de marketing que o empreendedor adotará para conseguir realizar as vendas e a maneira que divulgará o seu produto para o mercado. É importante utilizar os 4P (Preço, Praça, Produto e Promoção) que é uma estratégia de definir a forma que a empresa pretende atingir os seus clientes. Além disto, o empreendedor deve demonstrar dados de uma projeção de vendas para os próximos períodos. (DORNELAS, 2014)

Em estratégia de crescimento, Dornelas (p.97, 2014) descreve que deve contemplar: “nessa seção complementa a de marketing e vendas e deve mostrar como o empreendedor pretende atingir seus objetivos de negócio, apresentando as estratégias usadas para essa finalidade”.

No último capítulo referente a finanças o empreendedor deve informar todos os gastos previstos que terá que arcar para o desenvolvimento do negócio. Devem constar informações como investimento inicial, o máximo investimento, ponto de equilíbrio financeiro e o prazo para retorno do investimento (DORNELAS, 2014).

A importância da elaboração do plano de negócio para o empreendedor é possibilitar uma visão mais ampla do seu negócio e assim o empreendedor terá uma ideia da viabilidade do negócio e poderá tomar sua decisão com base nas informações que ele conseguiu levantar, além de convencer investidores, sócios, fornecedores e até mesmo clientes para entrarem junto nesse novo negócio (Sertex, 2012).

O plano de negócio é uma importante ferramenta que conduz o empreendedor a detalhar e realizar um estudo muito detalhado da ideia/oportunidade que foi identificada para se entrar no mercado competitivo. É visto que através desse instrumento tem que se projetar aspectos desde mercadológicos, operacionais e financeiros. (CHIAVENATO, P.146, 2007).

Wildauer (2011) reforça a ideia da importância do plano de negócio, pois a apresentação desse documento pode dar mais entendimento e aceitação, possibilitando a atração de investidores, fornecedores e sócios para entrarem e apoiarem a ideia do empreendedor.

A importância do plano de negócio é necessária em diversos momentos, conforme exemplificado por Cecconello e Adzental (p.9, 2008) “seja para ampliar uma linha de montagem, verificar a viabilidade de se atender um novo mercado, seja para averiguar a viabilidade de um novo negócio, entre tantas outras exigências que o demandem”.

4. CONCLUSÃO

Diante do exposto percebe-se a importância do empreendedor realizar um planejamento para abrir seu negócio, tendo que levantar o máximo possível de informações e estabelecer os objetivos tanto para curto e longo prazo. O alto número de empresas que fecham com dois anos de existência, vem reforçar a necessidade de o empreendedor planejar, sendo o plano de negócio uma ferramenta de suporte para este planejamento.

Conforme exposto no artigo, o plano de negocio é um documento elaborado pelo empreendedor no qual tem a finalidade de buscar apresentar todas as informações que cercam o negócio a ser aberto. Com base nas estruturas apresentadas do plano de negócio faz com que o empreendedor tenha que buscar e definir informações, tantas internas e externas, referente ao que vai estar envolvido no seu empreendimento.

Apresentando as estruturas do Plano de Negócio, o empreendedor deve deixar bem claro as informações sobre o ramo do negócio, uma análise do mercado e concorrentes, definição de profissionais necessários para a funcionalidade da empresa, as características do produto/serviço e as formas de vender/comercializar, e despesas e receitas que a empresa terá para funcionamento. De acordo exposto

pelos autores os principais objetivos dessa ferramenta são: Analisar a viabilidade do negócio e conquistar investidores/empréstimos para aderirem a ideia da empresa.

Em virtude da elaboração do plano de negócio, o empreendedor ganha subsídios para que venha a tomar as decisões importantes para o negócio, onde que a partir do plano de negócio analisará se a ideia da oportunidade é viável, poderá apresentara para banco, investidores e parceiros para que apoie o empreendimento da empresa, e principalmente, que tenha traçados às estratégias para sobreviver no mercado.

O Plano de Negócio é uma ótima ferramenta para realizar um bom planejamento para sua empresa, no qual se muitos empreendedores usufruírem dessa ferramenta poderá ocorrer a diminuição da porcentagem de empresas que fecham devido à falta de planejamento, assim conseguindo sobreviver no mercado tão competitivo. Deixando bem claro que o plano de negócio não define se sua empresa terá sucesso ou não, mas prepara para que o empreendedor análise todas as vertentes e a viabilidade da ideia.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CECCONELLO, A. R.; ADJENTAL, A.. **A construção do plano de negócios para:** caracterização da oportunidade, estruturação do projeto conceptual, compreensão do contexto, definição do negócio, desenvolvimento da estratégia, dimensionamento das operações, projeção de resultados, análise da viabilidade. 1. ed. Curitiba: Saraiva, 2008, p.9.

CHIAVENATO, I. - **Empreendedorismo:** Dando asas ao espírito empreendedor. Empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: Um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. – 2 ed. rev. e atualizada – São Paulo : Saraiva , 2007, p.146.

DORNELAS, J. - **Empreendedorismo para visionários:** desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. 1. Ed. – Rio de Janeiro: LTC, 2014, p. 97

KISHEL, G. F.; KISHEL, P. G. **Como iniciar, dirigir e manter um negócio:** o guia para tornar realidade seu sonho. 1. ed. Rio de Janeiro: INFOBOOK, 1994.

PAULA, J.C; SILVA, E. C. C.; HERMOSILLA,, J. L. G. O plano de negócios como instrumento de gestão estratégica na micro e pequena empresa. **Revista ENEGEP.**, Fortaleza, ed. 26, Out. de 2006. Disponível em: <http://abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2006_TR530354_7445.pdf>. Acesso em: 17 set. 2018.

SALIM, C. S. et al. **Construindo Planos de Negócios:** Todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso. 3ª ed. ver. E atualizada 8ª reimpressão. Rio de Janeiro: Campus / Elsevier, 2005, p.3.

SCHNEIDER, E. I.; BRANCO, H. J. C.. **A caminhada empreendedora:** a jornada de transformação de sonhos em realidade. 1. ed. Curitiba: Saraiva, 2012, p. 19.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil.** 2016. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf>>. Acesso em: 14 set 2018.

SERTEX, P. - **Empreendedorismo.** – Curitiba: Intersaberes, 2012, p. 215.

WILDAUER, E. W. - **Plano de negócios:** elementos constitutivos e processo de elaboração. – 2. Ed. - Curitiba: IBPEX , 2011.