



A IMPORTÂNCIA DO PLANO DE NEGÓCIOS PARA MICRO E PEQUENA EMPRESAS

SILVA, Beatriz Rocha¹

OLIVEIRA, Adriano Fabbri²

¹Acadêmica do curso de Graduação em Administração da Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva

²Docente da Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva

RESUMO

A grande maioria das micro e pequenas empresas não têm conhecimento do plano de negócios, uma ferramenta administrativa que, ao saber utilizar, traz benefícios a empresa. Os empreendedores não têm a facilidade de aderir às mudanças do mercado, por receio acabam se acomodando em um pensamento - gerar lucros e suprir as despesas. Não tem a visão de que sua empresa possa agregar valor. Existem meios, consultorias que auxiliam empresas desse porte a ganhar o mercado e diferenciar entre os demais. Tomar decisões sem um planejamento é comum entre esses empreendedores, sendo que ato de planejar é de extrema importância para o empreendedor que inicia e queira manter sua empresa no mercado concorrente. O plano de negócios será um guia de como o empreendedor deve iniciar seu negócio, busca a melhor oportunidade para a empresa, quais os recursos que serão necessários para abrir ou expandir e avalia o que foi e o que será realizado.

Palavras-chave: Plano de negócios, Planejamento, Empreendedor

ABSTRACT

The vast majority of micro and small companies do not have business plan of knowledge, an administrative tool, to learn to use, bring benefits to the company. Entrepreneurs do not have the facility to adhere to market changes for fear fall into place in a thought - generate profits and meet expenses. Does not have the vision that your company can add value. There are media consultants that help companies of this size to win the market and differentiate among the rest. Make decisions without a plan is common among these entrepreneurs, and act of planning is extremely important for the entrepreneur who starts and want to keep your company in the competing market. The business plan will be a guide to how the entrepreneur should start your business, search the best opportunity for the company, what resources will be needed to open or expand and evaluates what was and what will be accomplished.

Keywords: Business plan, Planning, Entrepreneur



1. INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, as empresas independente do ramo de atividade e da segmentação de mercado, buscam constantemente a competitividade empresarial. Uma ferramenta que pode proporcionar esse diferencial competitivo é o Plano de negócios.

Desta forma quais os fatores que levam micros e pequenas empresas a não aderirem à prática do Plano de Negócio na cidade de Capão Bonito?

Essa pergunta foi elaborada devido ao pouco conhecimento e interesse de micros e pequenos empreendedores quando se iniciam suas empresas e como a mantêm. A falta de visão empreendedora, inadaptabilidade às mudanças e falta de iniciativa e persistência são alguns fatores que impedem o empreendedor a implementar um plano. Muitos não acompanham o ritmo de mercado, favorecendo assim os seus concorrentes, deixando-os a frente. É comum pensarem dessa forma, pois no momento que seu negócio gera lucro e tem caixa para pagar as despesas, isso já basta. As idéias que estão em mente colocam em práticas sem planejar, sem medir as conseqüências podendo ocorrer eventuais prejuízos para empresa, por isso, o presente trabalho tem como objetivo geral focalizar a importância da implantação do plano de negócios na micro e pequena empresa.

2. MATERIAL E MÉTODOS

O presente trabalho foi baseado em pesquisa bibliográfica, com a utilização de livros baseados em temas como Plano de Negócios, Micro e Pequenas Empresas, Empreendedorismo etc., também com recurso de artigos de sites da internet, artigos de revistas e jornais.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

Para que um empreendimento tenha sucesso é preciso envolver vários fatores. Quando baseamos em teoria é mais fácil, mas quando é na prática já se complica. Uma pessoa que sabe costurar muito bem, não quer dizer que terá sucesso em gerenciar uma confecção, assim como cozinhar muito bem, não garante que montar um restaurante seja uma decisão ou atitude viável. (TAKISAWA; FARIA



2004).

Conforme os autores “não basta ser bom em alguma atividade, é necessário entender todos os processos gerenciais, que envolvem: compras, pagamentos, fornecedores, atendimento de clientes, organização [...]” (TAKISAWA; FARIA, 2004, p. 26).

Segundo Salim et al. (2005, p. 3) “O mundo empresarial e dos negócios pertence cada vez mais aos empreendedores, isto é, àqueles que identificam as melhores oportunidades e sabem como aproveitá-las”.

Assim, exigem desses empreendedores o ato de pensar, sobre os vários fatores que engloba o seu negócio como um todo e assim realizar um planejamento bem elaborado e detalhado, antes de iniciar suas atividades. (SALIM et al., 2005).

Antes de aprofundarmos em planejamento, vamos saber o que leva os empreendedores a montar o seu negócio.

Afinal, o que se busca quando se pretende montar ou se tem uma empresa? A Qual o objetivo pessoal e do empreendedor? Quais metas querem alcançar? Obtemos então a seguinte resposta: - Ganhar dinheiro. Obter lucro. (TAKISAWA; FARIA, 2004)

Devido alguns fatores como desemprego, salários baixos, as necessidades das pessoas são maiores em procurar novas possibilidades de renda. Infelizmente muitos deles estão interessados em saber quanto vão ganhar e acabam tomando decisões precipitadas, desejando no futuro que as soluções sejam cheguem até eles do nada, ou seja, que caiam do céu. (TAKISAWA; FARIA, 2004)

Portanto, conforme os autores Takisawa e Faria (2004, p. 27), “o poder crítico, o bom senso, a análise parecerem ser ou ficar ofuscados por uma “boa idéia” ou pela crença de que se é capaz de fazer algo que dará certo, que terá sucesso e, melhor ainda, trará muito dinheiro e felicidade.

São muitos os que optam por levar a cabo um empreendimento por mera vaidade, sem levar em consideração a batalha árdua que terão



pela frente. Outros tomam decisões importantes sem analisar a questão a fundo, fiando-se no “achismo”, no - Acho que vai dar certo”; - Acho que vou ter muitos clientes”; “ – acho que vou conseguir vender bem ” etc (TAKISAWA; FARIA, 2004, p. 27).

Ainda de acordo com os autores, quando alguém pensa em montar um negócio, deve procurar algo que valha a pena, que traga satisfação ao empreendedor e que seja feliz nesse desafio e assim estabelecer uma meta, objetivos e missão da futura empresa. (TAKISAWA; FARIA, 2004).

Poucas pessoas têm a disponibilidade de participar de treinamento, como por exemplo, um treinamento de 15 horas para obter informações. Algumas delas consideram alto investimento de tempo e dinheiro em cursos, treinamentos, assessorias. As informações recebidas podem ajudar nas tomadas de decisões e possivelmente evitará erros. Muitas vezes uma consultoria empresarial auxilia no caminho que queira seguir, decisões, estratégias do seu negócio. Enfim, para uma pessoa administrar, não é preciso ser um administrador, basta ter conhecimentos e agir conforme suas necessidades. (TAKISAWA; FARIA, 2004).

Conforme o autor Resnik (1990, p. 1), “observa que aqueles que não conseguem aprender com a experiência passada estão condenados a repetir os mesmos erros no futuro”.

Assim que os proprietários de pequenas empresas entenderem os fatores que levam ao sucesso e ao fracasso, seus conceitos administrativos ajudarão de alguma forma a superar dificuldades que não foram evitadas no empreendimento. (RESNIK, 1990).

Porém, o sucesso e fracasso da empresa não é um jogo estatístico. Uma boa administração é o que domina a sobrevivência e sucesso, tendo como capacidade entender, controlar e dirigir o negócio, ou seja, a empresa. Em relação à má administração, determina o fracasso, sendo não economia, inconstância dos clientes, enfim. (RESNIK, 1990).

Com base no SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas



empresas, define uma boa gestão as estratégias de marketing, fluxo de caixa controlado, muita criatividade e inovação. Para abrir e gerir uma empresa é necessário um conjunto de habilidades e conhecimentos, coletar informações, entender o mercado, o público e planejar bem o negócio.

Conforme os autores algumas pessoas pensam que planejar não é preciso, que não vale a pena. Alias já está tudo certo na cabeça, de como conseguir dinheiro, qual estrutura, o que vou vender, enfim. Planejar, porém é muito importante para estabelecer objetivos, missão da empresa e de que maneira alcançar. (TAKISAWA; FARIA, 2004).

Para Limmer (1997 apud WILDAUER, 2011) planejamento se define: É o processo por meio do qual se estabelecem objetivos, se discutem expectativas de ocorrências de situações previstas, se veiculam informações e se comunicam resultados pretendidos entre pessoas, entre unidades de trabalho, entre departamentos de uma empresa e, mesmo, entre empresas.

O planejamento consiste na análise de cenários futuros para um empreendimento, sendo uma empresa ou uma nova unidade de empresa, com caminhos, objetivos, ações que possibilitam estes para o negócio. Ele pode ser de longo prazo, sendo até o primeiro ano, ou curto prazo até três e cinco anos. (SALIM et al., 2005).

Nesse mundo de negócios em que vivemos, é indispensável um planejamento, quando se pensa em abrir ou manter uma empresa é necessário um Plano de Negócios. (SALIM et al., 2005).

Muitas empresas funcionam por algum tempo sem um plano de negócios, às vezes obtém sucesso, mas agir assim é uma forma arriscada. Conforme Salim et al. (2005, p. 34) “é preciso um bom plano de negócios para que se possa transformar uma boa idéia ou uma oportunidade em um bom negócio”. Além disso, é necessário que tenham habilidades, empenho para que ocorra de melhor maneira, aliás, não depende só do plano para alcançar o sucesso. (SALIM et al., 2005).

Qualquer atividade que no seu inicio esteja sem preparação alguma, a tendência é ter um insucesso ou casualidade. Por isso o plano escrito é



indispensável para assegurar o tratamento sistemático que envolve aspectos da nova empresa. Na teoria o plano será do jeito que pensamos. Modelar ou planejar ajuda a obter focos nas atividades que precisam ser analisadas para que seja eficaz. (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 1997).

O Plano de Negócios é um documento que tem a caracterização do negócio, de como operar, projeções de despesas, resultados financeiros, enfim, de como entrar no mundo mercadológico e se manter. (SALIM et al., 2005).

De acordo com Wildauer (2011, p. 298) “o plano de negócios é um documento estruturado, formalizado, concreto e que nos orienta a iniciarmos nosso negócio ou ampliarmos o já existente [...]”

Os benefícios do plano de negócios são amplos, ao qual observamos algumas recomendações, apresentar objetivos, estratégias da empresa; pontos fortes e fracos, ameaças, oportunidades em relação ao mercado concorrente, diminuir erros que possam prejudicar na tomada de decisão (WILDAUER, 2011)

Para Dolabela (2000 apud WILDAUER, 2011):

Plano de negócio é, antes de tudo, o processo de validação de uma idéia, que o empreendedor realiza através do planejamento detalhado da empresa. O prepará-lo, terá elementos para decidir se deve ou não abrir a empresa que imaginou lançar um novo produto que concebeu proceder a uma expansão etc. A rigor, qualquer atividade empresarial, por mais simples que seja, deveria se fundamentar em um Plano de Negócios. (DOLABELA, 2000, p. 164).

O Plano de Negócio depois de elaborado, não pode permanecer no papel, aliás, papel aceita tudo. O desafio é na hora de implementar, devendo seguir a risca todas as etapas , acompanhar o processo de perto, reuniões para avaliar e verificar se o plano está ou não atingindo seus objetivos. (WILDAUER, 2011).



4. CONCLUSÃO

O plano de negócio é indispensável para iniciar, expandir e manter o negócio. É útil também para atrair parceiros comerciais e investidores. Investir em conhecimentos para a maioria das pequenas e micro empresas é algo inútil e caro, elas não percebem que algumas atitudes ou decisões tomadas sem um planejamento e conhecimento pode prejudicar muito o seu empreendimento. Avaliar o mercado concorrente, o público alvo, pontos de localização são alguns estudos que aderem o plano de negócio, também visa os pontos fortes e fracos do seu negócio perante os concorrentes. Portanto, plano de negócios é uma ferramenta simples de grande relevância para qualquer negócio que permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LONGENECKER, Justin G.; MOORE, Carlos W.; PETTY, J. William. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: [s.n.], 1997.

RESNISK Paul. **A Bíblia da Pequena Empresa** :como iniciar sua pequena empresa e ser muito bem sucedido. São Paulo: [s.n.], 1990.

SALIM, Cesar Simoes et al. **Construindo Planos de Negócios**: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso. Rio de Janeiro: [s.n.], 2005.

SEBRAE. **Abertura de Empresa**: o que você precisa para iniciar. Disponível em: <www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/O-que-voc%C3%AA-precisa-saber-para-iniciar-bem>. Acesso em: 24 maio 2015.

SEBRAE. **Abertura de Empresa**: defina o conceito e planeje o seu negócio. Disponível em: <www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/Defina-o-conceito-e-planeje-o-seu-neg%C3%B3cio>. Acesso em: 24 maio 2015.

TAKISAWA, Takeshy; FARIA, Marília de Sant'Anna. **Criação de Novos Negócios**: gestão de micro e pequenas empresas. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

WILDAUER, Egon Walter. **Plano de Negócios** : elementos constitutivos e processo de elaboração. Curitiba, PR: [s.n.], 2011 .