

PLANO DE NEGÓCIOS, A FERRAMENTA DE TODO EMPREENDEDOR

Ana Paula Silvana Ferreira ¹

Keila Lemes Franco²

RESUMO: Com um mercado cada vez mais competitivo e exigente vale pensar sobre o Plano de Negócios, uma ferramenta de todo empreendedor. Nesse artigo foi evidenciado a importância do plano de negócios para qualquer empreendimento que busca o sucesso organizacional. O Plano de Negócios é uma ferramenta essencial para que se faça uma boa gestão, pois o simples exercício da sua elaboração, implica um aprendizado onde, o empreendedor consegue responder perguntas referentes à sobrevivência do seu empreendimento, aumentando a probabilidade de longevidade do seu respectivo negócio. Dessa forma, entendemos que o planejamento é a melhor estratégia, para que o empreendedor conheça o funcionamento da sua empresa e com isso é possível detectar erros e falhas, buscando o melhoramento diário, para que seja um empreendimento de sucesso. O trabalho foi realizado através de pesquisas bibliográficas, combinada com a pesquisa documental, como: publicações científicas, livros, revistas e sites. Dentre os diversos autores, destacam-se no contexto: Chiavenato (2004; 2006; 2008; 2012); Dornelas (2005; 2008); Dolabela (2008; 2010) e Maximiano (2005). Constatamos, com a pesquisa, que o Plano de Negócios é uma ferramenta eficaz e fundamental para que as empresas consigam atingir seus objetivos. Ele contribui para a sobrevivência, manutenção, desenvolvimento e crescimento no mercado competitivo. Toda empresa que busca o sucesso necessita de um bom planejamento e de uma correta análise de viabilidade.

Palavras-chave: Plano de negócios. Empreendedorismo. Planejamento.

ABSTRACT: With an increasingly competitive and demanding market, it is worth thinking about the "Business Plan, an entrepreneur's tool". In this article we will highlight the importance of the business plan for any enterprise that seeks organizational success, the business plan is an essential tool for good management, since the simple exercise of its elaboration implies learning where the entrepreneur answer questions pertaining to the survival of your enterprise, increasing the likelihood of longevity of your respective business. In this way we understand that planning is the best strategy, so that the entrepreneur knows the operation of his company and with this it is possible to detect errors and failures, seeking the daily improvement, so that it is a successful venture. The scientific article was made

¹ Graduada em Administração e Especialista em MBA em Gestão de Negócios. E-mail: anapaulaferreirahti@hotmail.com

² Graduada em Administração e Especialista em MBA em Gestão de Negócios. E-mail: keila_lemes@hotmail.com

through bibliographical research combined with documentary research: scientific publications, books, magazines and websites. Among the various authors, the following stand out in the context: Chiavenato (2004; 2006; 2008; 2012), Dornelas (2005; 2008), Dolabela (2008; 2010) and Maximiano (2005). Therefore the Business Plan is an effective and fundamental tool for companies to achieve their goals, it contributes to the survival, maintenance, development and growth in the competitive market. Every company that seeks success needs good planning and a correct feasibility analysis.

Keywords: Business plan. Entrepreneurship. Planning.

INTRODUÇÃO

Atualmente o mercado vive a era em que empreender torna-se praticamente uma necessidade, principalmente devido à disputa cada vez mais acirrada entre as empresas. O empreendedor é um agente de mudança essencial para a evolução, pois ele desenvolve, ou, incorpora em seus negócios, novas tecnologias que substituem as antigas, elevando a eficiência e a produtividade.

O Plano de Negócios serve como um estímulo para a busca de novas formas de aprendizado e desenvolvimento, contribuindo com o melhoramento da qualidade, das possíveis e necessárias decisões ao longo do processo em que os líderes se encontram inseridos. Fica nítido que o Plano de Negócios pode e deve ser adotado pelas empresas que procuram atuar de forma competitiva e sempre buscando maiores lucros. E, diante dos mais variados desafios à sobrevivência das organizações ele pode se tornar a mola propulsora dentro das micro e pequenas empresas.

O crescimento do espírito empreendedor tem feito crescer também a quantidade de empresas por todo o país.

O empreendedorismo é o fator determinante para a obtenção de sucesso do profissional que deseja progredir na carreira, e ser capaz de perceber oportunidades, avaliar os riscos e planejar ações efetivas para o benefício de crescimento da empresa. O nosso artigo tem como principal objetivo mostrar a importância do Plano de Negócios, para pessoas que buscam abrir um novo empreendimento, e como podem melhorar, os já existentes. Ressaltando que ele possibilita uma visão ampla e sistêmica do mercado, e com isso é possível traçar as melhores estratégias de maneira que o crescimento seja contínuo e inovador e sempre analisando os pontos fortes e fracos, caso sejam necessários ser adaptados e melhorados. Seria o Plano de Negócios, a ferramenta eficaz e fundamental para o sucesso do empreendedor?

1. CONCEITUANDO PLANO DE NEGÓCIOS

Um Plano de Negócios é um instrumento que detalha os objetivos de um empreendimento e quais os meios que precisam ser utilizados para que determinados objetivos possam ser atingidos, eliminando possíveis riscos, incertezas e proporcionando ao empreendedor uma visão global do cenário que deseja atuar.

Segundo Chiavenato:

Plano de Negócios – é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento, que define as suas principais características para proporcionar uma análise da viabilidade bem como de seus riscos. Um pequeno checklist para não permitir que nada seja esquecido. (CHIAVENATO, 2006, p. 18).

É com o Plano de Negócios que o administrador consegue planejar suas metas e objetivos, é ele que dá o rumo atual e futuro de seu negócio. “O principal usuário do plano de negócios é o próprio empreendedor, que está diante de uma ferramenta que o faz mergulhar profundamente na análise de seu negócio, diminuindo sua taxa de risco e subsidiando suas decisões” (DOLABELA, 2008, p.75). O Plano de Negócios serve como um estímulo para a busca de novas formas de aprendizado e desenvolvimento.

Para SILVEIRA (2008):

O mundo contemporâneo apresenta um sério desafio à sobrevivência das organizações. Fatores como a globalização da economia e a revolução tecnológica têm acelerado continuamente a velocidade das mudanças que ocorrem no ambiente organizacional. Por conta disso, a difícil tarefa de prever o futuro somente por meio da análise ambiental torna-se, para os analistas de mercado, ainda mais complexa, pois o grau de dificuldade desta aumenta à medida que a possibilidade de que ações passadas possam se repetir no futuro se torna cada vez menor. (SILVEIRA, 2008, p. 2).

O Plano de Negócios serve para apoiar e auxiliar os empresários, assim como seus colaboradores o funcionamento da empresa de modo geral. Outro fator que vale ressaltar é o fato de que a elaboração do Plano de Negócios pode agregar aos líderes, a capacidade de unir os colaboradores em prol do mesmo objetivo da organização.

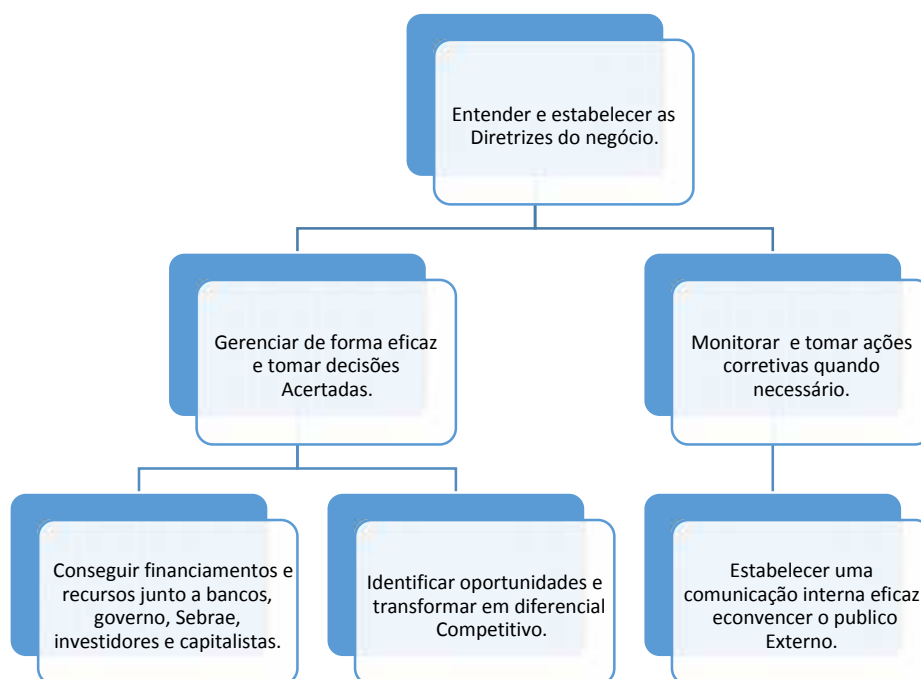
Portanto, Chiavenato contextualiza:

O Plano de Negócios permite melhorar as condições de planejamento, organização, direção, avaliação e controle do negócio. Vale lembrar que o plano de negócios não é estático e, para maximizar os benefícios de sua utilização, é importante realizar revisões contínuas e atualiza-lo de acordo com as mudanças ocorridas tanto no ambiente externo quanto no ambiente interno (CHIAVENATO, 2006, 48).

O planejamento produz um resultado imediato: o plano. Todos os planos têm um propósito comum: a previsão, a programação e a coordenação de uma sequência lógica de eventos, os quais, se bem sucedidos, deverão conduzir ao alcance do objetivo que se pretende. (CHIAVENATO, 2005, p. 127).

Para Dornelas (2005, p. 54), “a necessidade de criação de um Plano de Negócios advém da necessidade do empreendedor de planejar suas ações e delinear as estratégias da empresa a ser criada”. Portanto é um instrumento de captação de recursos financeiros procurando de maneira eficaz melhores investimentos em prol do seu objetivo.

Ilustração I – Motivos para a elaboração do Plano de Negócios



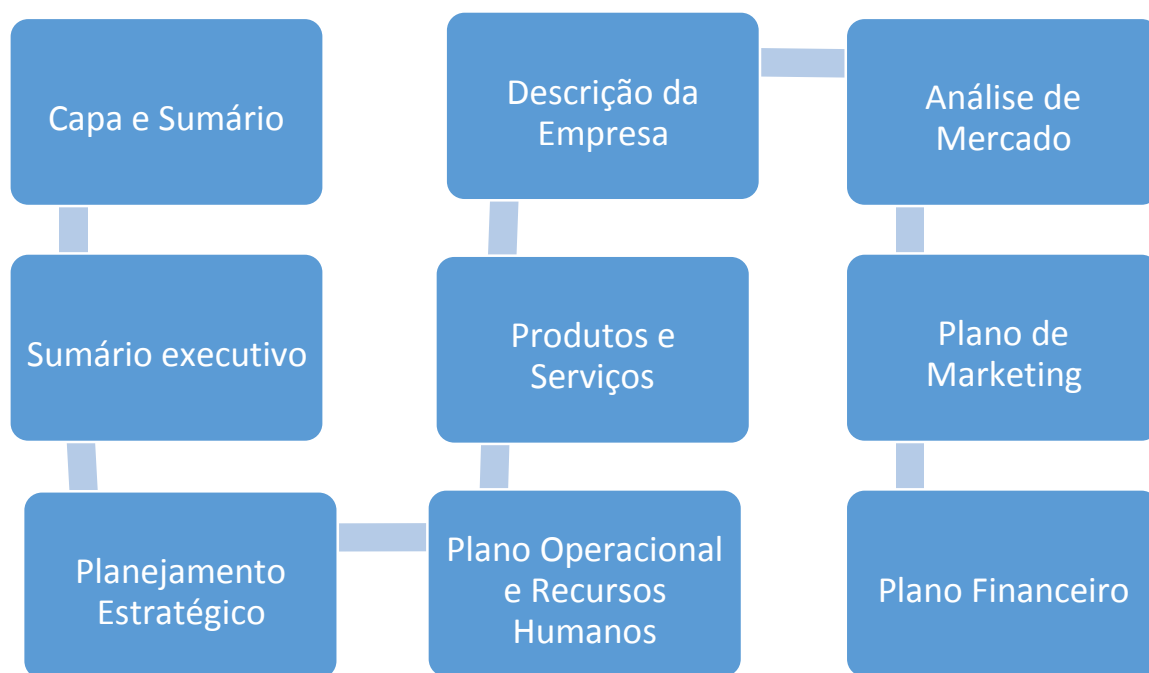
Fonte: Adaptado de Dornelas (2006, p.128).

O Plano de Negócios é o instrumento que protege o empreendedor a decidir se seu negócio é viável, e se ele deve ampliar ou nem investir. Entende-se que é um método dinâmico e pode ser utilizado como subsidio na tomada de decisões. Para Biaggio e Batocchio (2005):

Plano de Negócios é um documento de planejamento, elaborado de acordo com as necessidades de cada empreendimento, capaz de mostrar viabilidade e as vantagens competitivas de um empreendimento, do ponto de vista administrativo, estratégico, mercadológico, técnico, operacional e financeiro (BIAGGIO e BATOCHIO, 2005, p. 76).

Não tem uma estrutura rígida e específica para se elaborar, porém, é necessário que possua etapas que auxiliem no seu entendimento. Sua atualização deve ser constante, para o melhoramento do empreendimento.

Ilustração II – Estrutura do Plano de Negócios



Fonte:

Adaptado<https://www.uniceub.br/media/64060/Estrutura_de_PlanodeNegocios.pdf> Acesso em 20 de janeiro de 2019.

Com a elaboração do Plano de Negócios o empreendedor poderá ter uma orientação de informações sobre o mercado que deseja investir, de produtos e serviços oferecidos pelos concorrentes, como fidelizar clientes, buscar novos fornecedores, e verificar quais são seus pontos fracos e fortes. Através da previsão de faturamento, custos e despesas, expor a viabilidade do seu negócio, antes mesmo de abrir um empreendimento.

Segundo Bernardi e Silveira (2008):

O desenvolvimento do plano de negócios conduz e obriga o empreendedor ou empresário a concentrar-se na análise do ambiente de negócios, nos objetivos, nas estratégias, nas competências, na estrutura, na organização, nos investimentos e nos recursos necessários, bem como no estudo da viabilidade do modelo do negócio. (BERNARDI, 2008, p.04).

As empresas de sucesso reconhecem as necessidades não atendidas a partir de tendências detectadas, e adotam medidas para lucrar com elas. Muitas oportunidades de negócios são descobertas por empresas a partir da identificação de tendências, que são sequências de eventos que possuem determinados impulsos e duração. Um novo

produto terá mais sucesso se estiver de acordo com uma tendência e não contra ela. (SILVEIRA, 2008, p. 03).

O Plano de Negócios tem como finalidade conduzir o empreendedor com relação as decisões estratégicas do negócio antes mesmo de dar início. Ele apresenta para o empreendedor uma prévia do funcionamento da sua empresa, através do ponto de vista mercadológico, financeiro e organizacional.

O Plano de Negócios busca provar, de forma eficaz, a viabilidade de um conceito de negócio, dando orientação sobre o desenvolvimento das operações e estratégias; proporcionando atrair recursos financeiros; além de transmitir credibilidade e uma forma eficiente de ampliar a equipe de gestão.

2. EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no desejo da realização com sinergismo e inovação qualquer plano pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos.

Empreendedorismo, segundo Schumpeter (1988, p. 24), é um processo de “destruição criativa”, através da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novos”. Já para Dolabela (2010, p. 75), “corresponde a um processo de transformar sonhos em realidade e em riqueza”.

O Empreendedorismo precisa fazer parte do interno de cada empresa. É indispensável que o empreendedor descubra sua importância do empreender como diferencial e marca norteadora, frente às grandes possibilidades para o crescimento empresarial.

De acordo com o Sebrae:

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes, e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (SEBRAE, 2010, p.15).

Segundo Dornelas (2008, p.39), “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades.” Nota-se que, pessoas e processos unidos na busca de oportunidades, e de transformar ideias em negócios.

Para Hisrich e Peters :

O Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e

sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (HISRIC; PETERS, 2004, p. 29).

Dessa forma é possível pensar num crescimento global em que todos saem ganhando, não somente o empresário, mas também os colaboradores e todos os que estão unidos direto ou indiretamente com a empresa e seus respectivos produtos e serviços ofertados para a sociedade.

Para Simões (2004, p. 18), “o empreendedorismo surge quando a pessoa começa a vislumbrar com o fato de poder tomar suas próprias decisões, ter o seu próprio negócio, poder decidir os caminhos que quer seguir”. A pessoa também pode seguir esse rumo por observar que outros estão se dando bem em determinado empreendimento ou, por uma demissão percebem que chegou o momento de assumir o risco de empreender.

Para Chiavenato (2012, p. 6), “O comportamento do empreendedor reflete um tipo de pessoa que pretende colocar sua carreira e segurança pessoal na linha e assumir riscos em nome de uma ideia, despendendo muito tempo e capital em um investimento futuro incerto”.

2.1 Perfil do empreendedor

Para Chiavenato (2004, p. 08), “espírito empreendedor é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de idéias”. É ele que descobre as melhores oportunidades, age com rapidez, aproveitando suas forças contra seus concorrentes. O empreendedor é a pessoa que faz as ideias saírem do papel, assumindo riscos, responsabilidades e sempre buscando meio de se inovar perante o novo cenário dinâmico e globalizado. Para Dolabela (2010, p. 25), “o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”.

O perfil dos empreendedores de sucesso, segundo Dornelas (2008):

são: visionários; sabem tomar decisões; são indivíduos que fazem a diferença; sabem explorar ao máximo as oportunidades; são determinados e dinâmicos; são dedicados; são otimistas e apaixonados pelo que fazem; são independentes e constroem o próprio destino; ficam ricos; são líderes e formadores de equipes; são bem relacionados (networking); são organizados; planejam; possuem conhecimento; assumem riscos calculados; criam valor para a sociedade (DORNELAS, 2008, p. 38).

De acordo com o Sebrae e Chiavenato:

A necessidade de realização impele o indivíduo a buscar objetivos que envolvem atividades desafiantes, com uma acentuada preocupação em fazer bem e melhor, que

não são determinados apenas pelas possíveis recompensas em prestígio e dinheiro. (SEBRAE-ES, 2005, p. 9).

Na verdade, o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal, transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem sucedido no mercado. [...] O empreendedor é a essência da inovação no mundo, tornando obsoletas as antigas maneiras de fazer negócio (CHIAVENATO, 2005, p.05).

Dentre muitas características atribuídas ao empreendedor destacam-se: sua ousadia, competência, quedas, capacidade de recomeçar, independente do insucesso. Segundo Maximiano (2005, p.24), “o empreendedor, em essência é a pessoa que tem a capacidade de idealizar e realizar coisas novas”.

2.2 A relevância de empreender

O empreendedorismo é de total importância para o desenvolvimento da economia, seja local, estadual ou nacional. Empreender é essencial para a empresa, pois permite que a mesma mantenha-se competitiva no mercado, através de atitudes inovadoras. “Atualmente os empreendedores são reconhecidos como componentes essenciais para mobilizar capital, agregar valor aos recursos naturais, produzir bens e administrar os meios para desenvolver o comércio” (SEBRAE, 2010, p. 02).

Empreender é um diferencial competitivo que agrega as empresas formas de se inovar, seja com novos produtos ou serviços levados ao destaque no mercado, garantindo lucratividade e sempre procurando melhores oportunidades.

O empreendedorismo possibilita uma visão ampla e sistêmica do mercado, e com isso é possível traçar as melhores estratégias de maneira que o crescimento seja contínuo e inovador e sempre analisando os pontos fortes e fracos, caso sejam necessários ser adaptados e melhorados.

Conforme Silveira (2008):

As empresas de sucesso reconhecem as necessidades não atendidas a partir de tendências detectadas, e adotam medidas para lucrar com elas. Muitas oportunidades de negócios são descobertas por empresas a partir da identificação de tendências, que são sequências de eventos que possuem determinados impulsos e duração. Um novo produto terá mais sucesso se estiver de acordo com uma tendência e não contra ela. (SILVEIRA, 2008, p. 3).

O empreendedorismo tem que ser parte do interno de cada empresa. O empreendedor precisa descobrir a importância do empreender como diferencial e marca norteadora frente às grandes possibilidades para o crescimento empresarial.

De acordo com Sebrae (2010, p. 04), “uma oportunidade também tem seu tempo, isto é, seu momento correto”. Cabe aos empreendedores detectar o melhor momento de aproveitar as oportunidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acreditamos que o tema o “Plano de Negócios, a ferramenta de todo Empreendedor” seja de grande relevância, sobretudo para o mercado contemporâneo, uma vez que aumentam cada dia mais as micro e pequenas empresas, e, junto a elas percebemos também que são muitos os desafios frente às grandes empresas, pois o mercado é muito competitivo e dinâmico, exigindo assim um grau de muito comprometimento em todas as áreas que contemplem sua permanência no atual cenário mercadológico.

A formulação do Plano de Negócios tem como finalidade desenvolver ações concretas a partir do empreendedorismo enquanto potencial para a implementação de projetos que contemplem a fidelização de clientes, o bem estar dos colaboradores, a formação e qualificação da mão de obra e serviços em geral, infraestrutura do espaço (empresa) etc.

A competitividade pode ser vista como uma vantagem entre as empresas se for usada em consonância com as condições de mercado, ou seja, inovadoras e ajustadas às novas e atuais situações que vão surgindo cotidianamente. O Plano de Negócios, nas micro e pequenas empresas, poderá auxiliar e garantir um aumento da compreensão dos empresários, assim como de seus colaboradores do funcionamento da empresa de modo geral.

O Plano de Negócios atua como um estímulo para a busca de novas formas de aprendizado e desenvolvimento, contribuindo assim com a melhoria da qualidade das possíveis e necessárias decisões ao longo do processo em que os líderes se encontram inseridos. Fica nítido que o Plano de Negócios pode e deve ser uma medida a ser adotada pelas empresas em vista de maiores lucros. E, diante dos mais variados desafios à sobrevivência da organização ele pode se tornar a mola propulsora dentro das micro e pequenas empresas. Diante de uma economia em constantes mudanças, surgem inúmeros desafios e dificuldades para as empresas e os empreendedores, estes que precisam estar preparados para enfrentarem esse mercado altamente competitivo, que não permitem o sucesso do amadorismo.

O insucesso dos empreendimentos, na maioria das vezes, está relacionado com a falta de um planejamento constante e eficaz, com uma análise realista do mercado, que provavelmente aumentaria as chances de sobrevivência, pois o planejamento é essencial para que uma empresa possa se manter competitiva no mercado. O problema é que nem sempre os administradores e/ou empreendedores utilizam as ferramentas administrativas disponíveis, ou utilizam precariamente, talvez seja por falta de conhecimento ou por desconhecerem a sua real importância.

O Plano de Negócios é uma ferramenta fundamental para o aumento da probabilidade do sucesso do negócio, através dele é feito uma análise de viabilidade econômica e financeira do negócio, diminuindo assim os riscos inerentes e vulnerabilidades e explorando as potencialidades. O Plano de Negócios é uma realidade determinante para o sucesso dos negócios, pois é através do mesmo que nascem às grandes empresas.

Portanto, para as empresas existentes ou futuros empreendimentos deve ser utilizada a eficiente ferramenta de gestão: Plano de Negócios, pois a mesma tem como objetivo ajudar nas tomadas de decisões, de modo que estas sejam mais assertivas e também a detectar possíveis ameaças do negócio, evitando assim problemas e possíveis prejuízos no futuro, que poderiam comprometer a vida do empreendimento.

REFERÊNCIAS

BERNARDI, Luís Antônio. *Manual de plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação*. São Paulo, Atlas, 2008.

BIAGIO, Luís Arnaldo; BATOCHIO, Antônio. *Plano de Negócios: estratégia para micro e pequenas empresas*. São Paulo, Manole, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. 3 ed. Rio de Janeiro, Elsevier, 2008.

_____, Idalberto. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. São Paulo, Saraiva, 2006.

_____, Idalberto. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. 4 ed. Barueri, SP, Manole, 2012.

_____, Idalberto. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. São Paulo, Saraiva, 2004.

DOLABELA, Fernando. *O segredo de Luísa*. São Paulo, Cultura Editores Associados, 2008.

DOLABELA, Fernando. *A corda e o sonho*. Revista HSM Management, 80, pp.128132. (2010).

DORNELAS, Jose Carlos A. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro, Campus, 2005.

DORNELAS, Jose Carlos A. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

Hisrich, R. D., & Peter, M. P. *Empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MAXIMIANO, A. C. A. *Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios*. São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2005.

SCHUMPETER, J. A. *A teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo, Nova Cultura, 1988.

SEBRAE. *O perfil do empreendedor*. São Paulo, 2010.

SEBRAE-ES. *O empreendedor e suas características*. Vitória, ES: SEBRAE-ES, 2005.

SILVEIRA, Marcelo. *Tendências Mercadológicas*. Santa Catarina, 06, ago./set. 2008. [Artigo científico]. Disponível em: <<http://portal.estacio.br/media/3304323/7tendencias-mercadologicas.pdf>>. Acesso em: 20 de Janeiro de 2019 às 21h.

SIMÕES, E.; MICHEL, M. *Importância da gestão de compras para as organizações*. Revista Científica Eletrônica de Ciências Contábeis, Editora FAEF, ano II, n. 03, maio 2004.

