

PLANO DE NEGÓCIOS

Ivanete Silva Caldas

RESUMO

Pretende-se com o estudo, evidenciar a importância, assim como, a finalidade da utilização do plano de negócios na implementação de um negócio, de forma a garantir a longevidade da empresa.

Os pontos abordados neste artigo, esclarecem e orientam a uma boa elaboração de um plano de negócios.

Partindo-se da elaboração do plano de negócios, que além de fornecer informações detalhadas sobre o início do investimento, também é utilizado como base para a continuidade dos negócios, já que evidencia a situação que traz ou trará o melhor resultado. A importância deste estudo, parte do fato em permitir a boa elaboração e adaptação do recurso do plano de negócios, na administração da empresa em que se queira investir, como sendo uma ferramenta de extrema importância aos pequenos empreendedores.

Palavras Chave

Plano de Negócio; Empreendedor; empresa.

INTRODUÇÃO

Com o constante aumento do desemprego, muitas pessoas como ex-funcionários de empresas, tem se arriscado sem qualquer preparo, na aventura de criar seu próprio negócio, com o objetivo de alcançar sua independência financeira, o sonho de ficar rico. A pesquisa tem mostrado que uma pequena parte desses aventureiros, chamados empreendedores, são responsáveis pelo crescimento e desenvolvimento econômico do país. Porém, uma grande parte encontra uma realidade cruel quando optam por seu próprio negócio, que atinge aos que não estejam bem preparados para enfrentá-lo.

Nos casos em que não há o devido preparo, ocorre uma má compreensão e utilização das ferramentas de gestão disponíveis. Temos como exemplo o plano de negócios.

Neste estudo serão abordados os pontos em que se permita conhecer melhor um plano de negócios, quanto sua finalidade, estrutura, objetivo etc.

Ultimamente, tem-se falado muito a respeito dos problemas enfrentados pelas micro e pequenas empresas (MPE) brasileiras em se estabelecer no mercado após os 3 primeiros anos de vida. Isto porque o índice de mortalidade dessas empresas sempre foi considerado elevado, porém não se tinha dados concretos que fundamentassem essa afirmativa. Chegava-se a dizer que esses números eram da ordem de 80% ou mais, ou seja, a cada 5 novas pequenas empresas criadas no país, apenas uma sobrevivia após o terceiro ano de vida. Pesquisas do SEBRAE (SEBRAE, 1998a) mostram que esses números não são tão elevados quanto se dizia. Mas também não são animadores a ponto de não nos preocuparmos. O percentual de mortalidade das MPE na região metropolitana de São Paulo chega a 58% nos três primeiros anos de vida. Esses números podem ser extrapolados para todo o país, segundo o próprio SEBRAE, e os resultados não serão tão discrepantes.

O fato é que independente do índice ser 58% ou 80% ou outro qualquer, busca-se uma causa principal para esse problema crônico brasileiro, já que essas mesmas MPE são reconhecidamente responsáveis pela maior parcela de empregos gerados no país. Diversas pesquisas e reportagens que veiculam na mídia focam vários aspectos considerados como sendo os grandes causadores desses números. Pode-se citar a crise econômica pela qual passa o país, a falta de incentivos e subsídios do governo às MPE exportadoras, altas taxas de juros, acesso restrito ao crédito, exigência de contrapartidas elevadas ao se pleitear financiamentos junto a bancos, a crescente concorrência estrangeira, entre outros que são diariamente discutidos em vários pontos do país. O que se nota é a constante preocupação em se buscar culpados para os próprios erros e a exagerada preocupação com fatores intangíveis para o empreendedor. Todos esses exemplos citados são verídicos, importantes e preocupantes, porém são fatores de ordem macro e de difícil influência por parte do empreendedor isoladamente. As entidades representativas de sua classe estão aí para defender seus interesses e buscar melhores condições que viabilizem um cenário propício à criação e crescimento de novos empreendimentos

O que é um Plano de Negócios

Não há um Plano de Negócios geral que atenda a todas as necessidades. Cada negócio conta com seu próprio conjunto de fatores e condições. Por exemplo, ao se iniciar um negócio não há um histórico financeiro. Assim, nenhuma de suas projeções financeiras pode ser baseada em vendas ou lucros passados. Além disso, uma empresa unicamente orientada para prestação de serviços, como uma firma de consultoria, deve ter um Plano de Negócios diferente de uma indústria.

O Plano de Negócio é um documento que reúne informações sobre as características, condições e necessidades do futuro empreendimento, com o objetivo de analisar sua potencialidade e sua viabilidade e facilitar sua implantação. Sua principal função é obrigá-lo a organizar as idéias sobre a viabilidade de seu negócio, levando-o a preparação de um documento, que trará uma descrição das informações fundamentais para o início e operação de um negócio. Ele substitui as opiniões baseadas na fé por números e lógicas documentados.

Plano de Negócios, também chamado de “plano Empresarial”, é um documento que especifica, em linguagem escrita, um negócio que se quer iniciar ou que já está iniciado.

Geralmente é escrito por empreendedores, quando há intenção de se iniciar um negócio, mas também pode ser utilizado como ferramenta de marketing interno e gestão. Pode ser uma representação do modelo de negócio a ser seguido. Reúne informações tabulares e escritas de como o negócio é ou deverá ser.

De acordo com o pensamento atual, o plano de negócio é um documento vivo, no sentido de que deve ser constantemente atualizado para que seja útil na consecução dos objetivos dos empreendedores e dos seus sócios.

O plano de negócios também é utilizado para comunicar o conteúdo a investidores de risco, que podem se decidir a aplicar recursos no empreendimento.

O plano de negócio é uma obra de planejamento estratégico dinâmico que descreve um empreendimento, projeta estratégias operacionais e de inserção no

mercado e prevê os resultados financeiros. a estratégia de inserção no mercado talvez seja a tarefa mais importante e crucial no planejamento de novos negócios.

O plano de negócios é um documento usado para descrever seu negócio. As seções que compõem um Plano de Negócios geralmente são padronizadas para facilitar o entendimento. Cada uma das seções do plano tem um propósito específico. Um Plano de Negócios para uma pequena empresa pode ser menor que o de uma grande organização, não ultrapassando talvez 10-12 páginas. Muitas seções podem ser mais curtas que outras e até ser menor que uma única página de papel. Mas para se chegar ao formato final geralmente são feitas muitas versões e revisões do Plano até que esteja adequado ao público alvo do mesmo. Não existe uma estrutura rígida e específica para se escrever um Plano de Negócios, porém, qualquer Plano de Negócios deve possuir um mínimo de seções as quais proporcionam um entendimento completo do negócio. Estas seções são organizadas de forma a manter uma seqüência lógica que permita a qualquer leitor do Plano de Negócios entender como sua empresa é organizada, seus objetivos, seus produtos e serviços, seu mercado, sua estratégia de marketing e sua situação financeira.

Em uma visão geral, o plano de negócio tem as seguintes funções:

- Avaliar o novo empreendimento do ponto de vista mercadológico, técnico, financeiro, jurídico e organizacional;
- Avaliar a evolução do empreendimento ao longo de sua implantação: para cada um dos aspectos definidos no plano de negócio, o empreendedor poderá comparar o previsto com o realizado;
- Facilitar, ao empreendedor, a obtenção de capital de terceiros quando o seu capital próprio não é suficiente para cobrir os investimentos iniciais.

A Importância do Plano de Negócios

A elaboração de um Plano de negócios é uma etapa fundamental para o empreendedor que deseja criar uma empresa, não somente pela sua utilidade na busca de recursos mas, principalmente, como forma de sistematizar suas idéias e

planejar de forma mais eficiente o seu negócio. Um plano de negócios bem feito aumentará muito suas chances de sucesso

Sua importância se dá pelo fato em que o empreendedor traduzirá os passos realizados racionalmente em um documento que sintetize e explore as potencialidades de seu negócio, bem como os riscos inerentes a esse mesmo negócio. Isso é o que se espera de um plano de negócios. Que seja uma ferramenta para o empreendedor expor suas idéias em uma linguagem que os leitores do plano de negócios entendam e, principalmente, que mostre viabilidade e probabilidade de sucesso em seu mercado. O plano de negócios é uma ferramenta que se aplica tanto no lançamento de novos empreendimentos quanto no planejamento de empresas maduras.

Deve-se ter em mente que essa ferramenta propõe-se a ser o cartão de visitas do empreendedor, mas também pode ser o cartão de desqualificação do mesmo empreendedor em busca de oportunidades. As oportunidades geralmente são únicas e não podem ser desperdiçadas. E como cartão de visitas, o empreendedor deve sempre ter à mão o plano de negócios de seu empreendimento, elaborado de maneira primorosa e cuidadosamente revisado.

O importante não é mostrar o roteiro a ser preenchido pelo empreendedor, deve-se vender a idéia do plano de negócios e disseminar seu conceito básico junto aos empresários das MPE brasileiras. E esse conceito básico é o planejamento. Outro paradigma que precisa ser quebrado é o fato de achar-se que o plano de negócios depois de feito pode ser esquecido. Este é um erro imperdoável e as conseqüências serão mostradas pelo mercado que está em constante mutação. A concorrência muda, o mercado muda, as pessoas mudam. E o plano de negócios, sendo uma ferramenta de planejamento que trata essencialmente de pessoas, oportunidades, do contexto e mercado, riscos e retornos, também muda. O plano de negócios é uma ferramenta dinâmica e que deve ser atualizado constantemente, pois o ato de planejar é dinâmico e corresponde a um processo cíclico.

A Finalidade de se escrever um Plano de Negócios

O propósito de se escrever um Plano de Negócios fica bastante claro quando se verifica a quantidade de benefícios que um Plano de Negócios pode

trazer para sua empresa. Através desta ferramenta de gestão, você consegue planejar e decidir a respeito do futuro de sua empresa, tendo como base o seu passado, sua situação atual em relação ao mercado, aos clientes e à concorrência. Com o Plano de Negócios é possível identificar os riscos e propor planos para minimizá-los e até mesmo evitá-los; identificar seus pontos fortes e fracos em relação a concorrência e o ambiente de negócio em que você atua; conhecer seu mercado e definir estratégias de marketing para seus produtos e serviços; analisar o desempenho financeiro de seu negócio, avaliar investimentos, retorno sobre o capital investido; enfim, você terá um poderoso guia que norteará todas as ações de sua empresa. Como se nota, o Plano de Negócios não é uma ferramenta estática, pelo contrário, é uma ferramenta extremamente dinâmica e deve ser atualizado e utilizado periodicamente.

A cultura de planejamento ainda não está totalmente difundida no Brasil, ao contrário de outros países, como por exemplo os Estados Unidos, onde o Plano de Negócios é o passaporte e o pré-requisito básico para a abertura e gerenciamento do dia-a-dia de qualquer negócio, independente de seu tipo ou porte.

Mas essa situação tem mudado rapidamente nos últimos anos devido a vários fatores, principalmente pelo fato de muitas instituições, bancos, órgãos governamentais (MCT, BNDES, CNPQ etc) estarem exigindo o Plano de Negócios como base para a análise e concessão de crédito, financiamento e recursos às empresas, entidades etc. O Plano de Negócios está, cada vez mais, tornando-se a principal arma de gestão que um empresário pode utilizar visando o sucesso de seu empreendimento. Por essa razão, é necessário que se entenda o que significa escrever um Plano de Negócios, como proceder, o que escrever e como utilizá-lo para as diversas finalidades a que se propõe.

O Plano de Negócios serve também como um cartão de visitas da empresa e como um instrumento de apresentação do negócio de forma concisa, mas que engloba todas as suas principais características. Alguns dos possíveis públicos para o seu Plano de Negócios estão listados a seguir:

Incubadoras de empresas: com o objetivo de se tornar uma empresa incubada.

Sócios potenciais: para estabelecer acordos e direção.

Parceiros: para estabelecimento de estratégias conjuntas.

Bancos: para outorgar financiamentos.

Intermediários: pessoas que ajudam a vender o seu negócio.

Investidores: empresas de capital de risco, pessoas jurídicas e outros interessados.

Gerentes de Marketing: para desenvolver planos de marketing.

Executivos de alto nível: para aprovar e alocar recursos.

Fornecedores: para outorgar crédito para compra de mercadorias e matéria prima.

Gente talentosa: que você deseja contratar para fazer parte da sua empresa.

A própria empresa: para comunicação interna com os empregados.

Os clientes potenciais: para vender o produto/serviço.

Contexto e Objetivos

O principal objetivo do Plano de Negócio é orientar o empreendedor com relação às decisões estratégicas do negócio antes de iniciar o seu empreendimento.

O empreendedor terá uma noção prévia do funcionamento da sua empresa do ponto de vista mercadológico, financeiro e organizacional, seguindo passo a passo e elaboração do Plano de Negócio.

A cada passo, o empreendedor deve fazer o máximo de anotações possíveis sobre aquele item, para chegar ao fim com um plano de negócio completo, capaz de ajudá-lo na tomada de decisão.

Um Plano de Negócios é basicamente um instrumento de planejamento, no qual as principais variáveis envolvidas em um empreendimento são apresentadas de forma organizada. Obviamente, o processo de fazer planos para a criação de um novo negócio, sempre existiu, mesmo que de forma empírica ou somente na mente do empreendedor.

Para a maioria dos empreendedores, a elaboração do plano de negócios tem como principal objetivo a apresentação do empreendimento a possíveis futuros parceiros comerciais como sócios, incubadoras e investidores. Porém, embora sirva muito bem para essa finalidade, consideramos que o principal benefício da montagem de um Plano de Negócio está no conhecimento adquirido pelo próprio empreendedor durante esse processo.

Desde que levada a sério, a elaboração do plano de negócios induz a realização do planejamento de forma organizada, forçando o empreendedor à reflexão. Questões como: quem é o comprador de meu produto? É possível produzi-lo a um custo comercialmente viável? Meu projeto é lucrativo? E inúmeras outras questões a serem analisadas, são determinantes para o sucesso ou fracasso do empreendimento e a busca por essas respostas tem boas chances de gerar conhecimento para o empreendedor, diminuindo incertezas e conseqüentemente os riscos para o empreendedor

O plano de negócios é um documento escrito que tem o objetivo de estruturar as principais idéias e opções que o empreendedor analisará para decidir quanto a viabilidade da empresa a ser criada. Também é utilizado para solicitações de empréstimos e financiamentos junto a instituições financeiras, bem como para a expansão de sua empresa.

O desenvolvimento do plano de negócios, como sistematização das idéias a respeito dos negócios do empreendimento (culminando com a produção de um documento de referência), pode ser visto como uma etapa no processo empreendedor:

Identificar e avaliar a oportunidade > **Desenvolver o plano de negócios** >
Determinar e captar os recursos necessários > Gerenciar o empreendimento criado

Pode-se resumir os objetivos de um **Plano de Negócios** nos seguintes itens:

- testar a viabilidade de um conceito de negócio;
- orientar e desenvolver das operações e estratégia;

- Atrair recursos financeiros;
- Transmitir credibilidade;
- Desenvolver a equipe de gestão.

Um Plano a um empreendimento maduro possui objetivos similares, exceto pelo fato de estar focando o crescimento do empreendimento ou a criação de uma determinada linha de negócios (não a criação do empreendimento como um todo).

Convenções mais Utilizadas

As seções que compõem um plano de negócios podem ser padronizadas para facilitar o entendimento. Cada uma das seções do plano tem um propósito específico, com um significado já bem conhecido dos potenciais leitores.

Quanto ao volume, podem variar bastante. Um *plano de negócios* para uma pequena empresa de terceirização pode ser menor que o de uma grande organização. Muitas seções podem ser mais curtas que outras. O importante é que seu grau de detalhamento esteja adequado ao seu público alvo. Neste sentido pode-se dividir, grosseiramente, em três tipos:

- Mini (mini-plans): quando apenas uma seção, similar a um sumário executivo, é apresentada. Por ser um resumo isolado, a terminologia e tipo linguagem (formal ou informal) deve aderir com precisão a um público alvo previamente especificado.
- Parcial (working plans): plano de tamanho intermediário, em geral fazendo uso de linguagem mais informal, que permite maior compactação.
- Completo (presentation plans): planos para uma apresentação mais completa, bem detalhados, em geral fazendo uso de linguagem formal e com maior cuidado na formação.

Não existe uma estrutura rígida e específica para se escrever um *plano de negócios*, porém, qualquer *plano de negócios* deve possuir um mínimo de seções as quais proporcionam um entendimento completo do negócio.

Estrutura de um Plano de Negócios

O *Plano de Negócios* é composto por várias seções que se relacionam e permitem um entendimento global do negócio. Elas são organizadas de forma a manter uma seqüência lógica que permita a qualquer leitor do *plano de negócios* entender como funciona o empreendimento e o que se planeja.

O plano completo usualmente é visto como uma coleção de sub-planos, incluindo “plano financeiro”, “plano de marketing”, “plano de produção” e “plano de recursos humanos”. Desse modo o leitor também espera compreender seus produtos e serviços, seu mercado, sua situação financeira, sua estratégia de marketing, e demais recursos.

As seções propostas, descritas sucintamente abaixo, seguem o padrão que se capta, aproximadamente, do formato recomendado por empresas, financiadoras, livros, e exemplos de caso.

Dependendo do público alvo do plano de negócios, estruturas distintas das aqui propostas terão, provavelmente, de ser apresentadas.

Capa

A capa do *plano de negócios* fornece a primeira impressão e pode determinar o grau de atenção que o leitor proporcionará inicialmente para o documento. capa, apesar de não parecer, é uma das partes mais importantes do Plano de Negócios, pois é a primeira coisa que é visualizada por quem lê o seu Plano de Negócios, devendo portanto ser feita de maneira limpa e com as informações necessárias e pertinentes.

Sumário

O sumário deve conter o título de cada seção do Plano de Negócios e a página respectiva onde se encontra.

Sumário Executivo

O Sumário Executivo é a principal seção do seu Plano de Negócios. Através do Sumário Executivo é que o leitor decidirá se continua ou não a ler o seu Plano de Negócios.

Explica o modelo o modelo de negócios básico, fornece uma explanação dos fundamentos e justificativas gerais para a *estratégia* que se tem em vista.

Portanto, deve ser escrito com muita atenção, revisado várias vezes e conter uma síntese das principais informações que constam em seu Plano de Negócios. Deve ainda ser dirigido ao público alvo do seu Plano de Negócios e explicitar qual o objetivo do Plano de Negócios em relação ao leitor (ex.: requisição de financiamento junto a bancos, capital de risco, apresentação da empresa para potenciais parceiros ou clientes etc.). O Sumário Executivo deve ser a última seção a ser escrita, pois depende de todas as outras seções do plano para ser feita.

Planejamento Estratégico do Negócio

A seção de planejamento estratégico é onde são definidos os rumos do empreendimento, sua situação atual, suas metas e objetivos de negócio, bem como a descrição da visão e missão do empreendimento. É a base para o desenvolvimento e implantação das demais ações do empreendimento.

Descrição da Empresa/Empreendimento

Nesta seção deve-se descrever o empreendimento, seu histórico, estrutura organizacional, localização, parcerias, serviços terceirizados, etc.

Em caso de empresa já constituída, descrever também seu crescimento/faturamento dos últimos anos, sua razão social e impostos.

Produtos e Serviços

Descrever quais os produtos e serviços, como são produzidos, ciclo de vida, fatores tecnológicos envolvidos, pesquisa e desenvolvimento, principais clientes atuais, se detém marca e/ou patente de algum produto etc.

Plano Operacional

Esta seção deve apresentar as ações que a empresa está planejando em seu sistema produtivo, indicando o impacto que estas ações terão em seus parâmetros de avaliação de produção.

Plano de Recursos Humanos

Aqui devem ser apresentados os planos de desenvolvimento e treinamento de pessoal da empresa. Estas informações estão diretamente relacionadas com a capacidade de crescimento da empresa, especialmente quando esta atua em um mercado onde a detenção de tecnologia é considerado um fator estratégico de competitividade. Devem ser indicadas as metas de treinamento associadas às ações do Plano Operacional, as metas de treinamento estratégico, de longo prazo e não associadas diretamente às ações. Aqui também devem ser apresentados o nível educacional e a experiência dos executivos, gerentes e funcionários operacionais, indicando-se os esforços da empresa na formação de seu pessoal

Análise de Mercado

Deve-se mostrar que se conhece muito bem o mercado consumidor do serviço/produto (através de pesquisa de mercado): como está segmentado, as características do consumidor, análise da concorrência, a participação do mercado do empreendimento e a dos principais concorrentes, os riscos do negócio etc.a análise do mercado envolve pelo menos três dimensões: o mercado, os fornecedores e os concorrentes.

Plano de Marketing

O plano de marketing apresenta como você pretende vender seu produto/serviço e conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda. Deve abordar seus métodos de comercialização, diferenciais do produto/serviço para o cliente, política de preços, projeção de vendas, canais de distribuição e estratégias de promoção/comunicação e

publicidade. Destaca ainda a necessidade da interação com os clientes buscando destas respostas para a melhoria contínua.

Plano Financeiro

A seção de finanças deve apresentar em números todas as ações planejadas de seu empreendimento e as comprovações, através de projeções futuras (quanto precisa de capital, quando e com que propósito), de sucesso de negócio. Deve conter itens como fluxo de caixa com horizonte de 3 anos, balanço, ponto de equilíbrio, necessidades de investimentos, lucratividade prevista, prazo de retorno sobre investimentos etc.

Anexos

Esta seção deve conter todas as informações que você julgar relevantes para o melhor entendimento do seu *plano de negócios*. Por isso não tem um limite de páginas ou exigências a serem seguidas. A única informação que não se poderá deixar de incluir é a relação dos *curriculum vitae* dos sócios da empresa ou elementos-chave do empreendimento. Poderá anexar ainda informações como fotos de produtos, plantas da localização, roteiros e resultados completos das pesquisas de mercado que se realizou, material de divulgação de seu negócio, folders, material de divulgação de seu negócio, catálogos, estatutos, contrato social da empresa, planilhas financeiras detalhadas etc.

O que não pode faltar na seção financeira do Plano de Negócios

- a) Necessidade de recursos no momento inicial e em demais momentos do desenvolvimento do negócio (Lembre-se que não é apenas o investimento inicial que determina quanto de capital sua empresa necessita. O número geralmente é maior...)
- b) Usos e fontes (De onde virão os recursos necessários para o desenvolvimento do negócio e como serão utilizados)
- c) Demonstrativos financeiros como Fluxo de Caixa, DRE e Balanço
- d) Índices importantes, tais como Ponto de Equilíbrio, Payback, TIR
- e) Informações acerca do valor do negócio
- f) Informações para ajudá-lo a negociar com investidores
- g) Estratégias de saída para os investidores

Apesar de serem vários os itens importantes, os mesmos são muito dependentes uns dos outros e você consegue levantar muitas destas informações através dos demonstrativos financeiros do PN e de uma análise gráfica da exposição do caixa da empresa, ou seja, dispensando fórmulas...

O mais importante para se garantir um bom planejamento financeiro é que as premissas utilizadas para o desenvolvimento do negócio, tais como perspectivas de receita, participação de mercado etc. estejam muito bem fundamentadas.

O Plano de Negócios como Ferramenta de Gerenciamento

Para que o plano de negócios possa se tornar um instrumento eficaz de gerenciamento é importante que as informações nele existentes possam ser divulgadas internamente à empresa de uma forma satisfatória. o plano de negócios deve também ser utilizado como uma ferramenta de gestão.

as informações apresentadas no plano de negócios devem ser utilizadas internamente, guiando e validando os esforços de melhoria da empresa. Para que isso aconteça, é necessário que exista um monitoramento periódico da situação atual em relação aos números previstos, ou metas, do plano.

Uma forma simples e bastante eficiente de se fazer isso é a criação de um (ou vários) Painel de Metas da empresa. Este painel é um sistema visível de medidas de desempenho, que deve mostrar de forma simples, preferencialmente gráfica, a evolução da empresa ao longo do tempo, em termos dos seus valores de avaliação. É, portanto, composto por um conjunto de gráficos que devem ser apresentados em displays ou paredes, em locais acessíveis aos gerentes e funcionários relevantes. Estes painéis devem ser um "espelho" do plano de negócios, apresentando as mesmas informações e parâmetros numéricos ali considerados. É uma ferramenta dinâmica que exige a criação de um procedimento de atualização periódica dos dados, de forma a se ter sempre uma visão do momento da empresa, do seu passado e das metas previstas. Esse Painel (ou Painéis) de Metas fornece um conjunto de medidas de desempenho de "equilíbrio" da empresa, que deve cobrir todas as áreas de análise empresarial.

Desta forma, o plano de negócios pode se transformar em um instrumento dinâmico de implementação da estratégia da empresa. Ele deixará de correr o risco de ser apenas um mito e se tornará uma ferramenta fundamental de gestão que, certamente, auxiliará o empreendedor a alcançar o sucesso almejado, ou ainda, mostrará a esse mesmo empreendedor que o momento não é propício para o negócio vislumbrado, evitando decepções futuras.

CONCLUSÃO

De acordo com a realidade econômica do mercado atual, muitas pessoas, conhecidos como empreendedores se aventuram na implementação de um negócio próprio. Porém, a grande maioria destes empreendedores encontram-se mal preparados para enfrentar o mercado.

A economia de mercado não permite aos principiantes ou apenas sonhadores saírem vitoriosos. Isso não implica dizer que se deve aceitar os fatos e deixar que o mercado sempre imponha as regras. Portanto, com um planejamento eficaz, contínuo e, o mais importante, com uma análise realista, pode-se construir uma empresa de sucesso até em tempos de crise. Para isso o futuro empreendedor deve compreender as regras do jogo antes de jogar e se convencer, a partir de dados concretos, que há uma possibilidade de sucesso no futuro do empreendimento. O problema é que as ferramentas disponíveis à esses empreendedores, destinadas a fornecer-lhes suporte nesta tarefa, são mal disponíveis e precariamente utilizados.

O plano de negócios é um exemplo claro de ferramenta de gestão comprovadamente eficiente em muitos casos, mas que, em outros pelo fato de não ser adequadamente compreendida, acaba não agregando valor à ação empreendedora e acaba no descrédito. Os fatores principais que levam a esse cenário são muitos, mais o principal é o fator cultural do brasileiro que não crê no planejamento e prefere errar e aprender com os erros. Porém, a experiência de aprender com os erros seria sempre válida se fosse possível repeti-la mais de uma ou duas vezes, o que geralmente não ocorre.

Apesar dos problemas citados, ações estão sendo tomadas ainda que em alguns setores específicos, e que certamente serão multiplicados pelos que estão passando pela experiência de conhecer e usar o plano de negócios.

Referências bibliográficas

“Empeendedorismo, Transformando Idéias em negócios”, J. C. A. Dornelas, Ed. Campus (2005), 2ª ed. Rio de Janeiro.

Portal de Plano de Negócios

Obtido em “http://pt.wikipedia.org/wiki/plano_de_neg%C3%B3cios”

“http://planodenegocio.com.br/dinamica_artigo.asp?tipo_tabela=artigo&id=23”

“http://abc_commerce.com.br/planodenegocios.htm

Categorias: Administração de empresas | Planejamento