

O Plano de Negócios como ferramenta para o sucesso do Empreendedorismo

The Business Plan as a tool for entrepreneurial success

Anieli Garcia Crespo¹
Gabriel Henrique Pavani²
Geovana Beatriz Alves Dutra³
Marcos Cesar Bottaro⁴
Cleide Henrique Avelino⁵

RESUMO

Empreendedorismo é a capacidade e prontidão para desenvolver, organizar e administrar um empreendimento comercial. O empreendedor é alguém que tem o desejo de estabelecer e administrar um novo negócio, assumindo riscos a fim de obter recompensas pelo novo empreendimento. Para que o novo empreendimento tenha êxito, o planejamento é essencial e o melhor modo de um empreendedor planejar seu novo negócio é com um Plano de Negócios. O Plano de Negócios é um guia que ajuda os empreendedores a atingir seus objetivos, assim como uma ferramenta de gestão que permite analisar resultados, tomar decisões estratégicas e mostrar como o negócio operará e crescerá. O artigo em questão analisa como o Plano de Negócios pode ser uma importante ferramenta para o sucesso do empreendedorismo e a metodologia empregada foi a da revisão bibliográfica.

Palavras-chaves: Empreendedor; Empreendedorismo; Plano de Negócios.

ABSTRACT

Entrepreneurship is the ability and readiness to develop, organize and manage a commercial enterprise. An entrepreneur is someone who has the desire to establish and run a new business, taking risks in order to get rewards for the new venture. For the new venture to be successful, planning is essential and the best way for an entrepreneur to plan their new business is with a business plan. The business plan is a guide that helps entrepreneurs achieve their goals. It is a management tool that allows you to analyze results, make strategic decisions and show how your business will operate and grow. The article in question intends to analyze how the Business Plan can be an important tool for the success of entrepreneurship. The methodology used was the literature review.

Keywords: Entrepreneur; Entrepreneurship; Business Plan.

Introdução

Um empreendedor é alguém que percebe uma oportunidade de negócio e cria uma organização para tentar concretizar sua visão. O Empreendedorismo é o

¹ Acadêmica do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSalesiano Campus Araçatuba

² Acadêmico do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSalesiano Campus Araçatuba

³ Acadêmica do 8º termo do curso de Administração no Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSalesiano Campus Araçatuba

⁴ Mestre em Ciências da Educação. Contador, Administrador, Perito Judicial; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSalesiano Campus Araçatuba

⁵ Contadora; Especialização em Contabilidade, Administração e Finanças; Docente do Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - UniSalesiano Campus Araçatuba

processo de fazer algo diferente com o propósito de criar riqueza para o indivíduo, agregando valor à sociedade.

Para obter sucesso na criação deste novo negócio, é essencial que se faça um Plano de Negócios, o qual consiste na descrição do futuro do negócio, sobre o que fazer e como fazê-lo. É uma importante ferramenta que pode ser usado por empreendedores que buscam investimentos para transmitir sua visão a investidores em potencial.

Simplificando, um Plano de Negócios transmite seus objetivos de negócios, as estratégias que serão usadas para alcançá-los, elencando os problemas potenciais que podem confrontar seu negócio e possíveis formas de resolvê-los.

O presente artigo teve como objetivo principal conceituar a origem histórica do empreendedorismo e os objetivos específicos foram: verificar a importância do Plano de Negócios como ferramenta estratégica para a viabilização de novos negócios; descrever as principais características dos empreendedores além de descrever a composição de um Plano de Negócios. Buscou trazer informações sobre a importância do Plano de Negócios como ferramenta para o sucesso do empreendedorismo, propiciando informações relevantes para os novos empreendedores.

Para tanto, o artigo foi elaborado por meio de uma pesquisa exploratória. Os dados obtidos, por meio de uma revisão bibliográfica são apresentados de forma qualitativa, pautando-se sempre pelos objetivos geral, específicos e buscando consolidar o pressuposto teórico apresentado. As fontes de pesquisas utilizadas foram primárias, secundárias e terciárias, através de livros, artigos e sites para atingir os resultados desejados. O pressuposto teórico considerou que o Plano de Negócios pode contribuir para o planejamento e a execução de novos negócios, sendo um *importante precursor de ações em novos empreendimentos*.

Empreendedorismo: conceito e origem histórica

De acordo com o Dicionário Etimológico Nova Fronteira, a palavra empreendedor tem sua origem na língua portuguesa no século XVI. Entretanto, a expressão empreendedorismo é oriunda da língua inglesa – *entrepreneurship*. (BARRETO, 1998 *apud* BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Sosnowski (2018), destaca que o empreendedorismo existe desde a primeira ação inovadora do homem, quando este viu a necessidade da criação de ferramentas para caçar e sobreviver, ainda na Idade da Pedra, ou seja, o empreendedorismo é tão antigo quanto a própria Humanidade. De acordo com a autora, um dos primeiros usos do termo empreendedorismo surgiu com Marco Pólo, viajante mercador veneziano e um dos primeiros ocidentais que percorreu a chamada Rota da Seda para a Ásia Oriental e ficou amplamente conhecido como o *aventureiro empreendedor* (SOSNOWSKI, 2018, p. 10).

Todavia, Sosnowski (2018) ressalva que foi apenas a partir do século XV que o empreendedorismo passou a ter contornos econômicos com o advento do mercantilismo.

Custódio (2011), por sua vez, esclarece que a palavra empreendedor foi empregada a primeira vez em 1725 pelo economista irlandês Richard Cantillon para designar o indivíduo que assumia riscos.

Já no Século XVIII, ocorre uma diferenciação entre o capitalista e o empreendedor. Tal fato deve-se, de acordo com Dornelas (2005 p. 14), “muito provavelmente devido ao início da industrialização que ocorria no mundo. Um exemplo foi o caso das pesquisas referentes a eletricidade e química, de Thomas Edison, que só foram possíveis com o auxílio de investidores que financiaram os experimentos.”

No final do século XIX e começo do século XX, os empreendedores eram frequentemente confundidos com gerentes ou administradores. Segundo Dornelas (2005), esta confusão ainda ocorre nos dias de hoje.

Segundo destacam Sentanin; Barboza (2005), desde a década de 1990 o conceito de empreendedorismo tem se difundido e se intensificado cada vez mais no Brasil.

O empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas. (BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 26)

O Parlamento e a Comissão Europeia (2005 *apud* LOPES, 2017), definem o empreendedorismo como sendo a habilidade individual do indivíduo para transformar uma ideia em ação.

Indo um pouco adiante da definição acima, Lopes enfatiza que o empreendedorismo “é a capacidade da pessoa de partir de ideias e da percepção de oportunidades para a realização de ações que satisfazem necessidades, resolvem problemas e agregam valor, quer em produtos ou serviços.” (LOPES, 2017, p. 05)

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. (HISRICH, 2009, p. 30).

Ou seja, o empreendedorismo é o *processo* pelo qual um indivíduo ou um grupo de indivíduos – empresários - exploram uma oportunidade comercial, seja trazendo um novo produto ou processo para o mercado, seja melhorando substancialmente um bem, serviço ou método de produção existente.

“O termo empreendedorismo aponta para a execução de planos ou impulsos para a realização de um negócio ou para a introdução de uma inovação de gestão numa organização já estruturada.” (CAMARGO; FARAH, 2010, p. 22 *apud* CUSTÓDIO, 2011, p. 17)

Pode-se perceber então que o empreendedorismo é, em grandes linhas, a capacidade e prontidão para desenvolver, organizar e administrar um empreendimento comercial, juntamente com quaisquer de suas incertezas, a fim de obter lucro.

Principais características dos empreendedores

Uma das primeiras definições e que talvez melhor reflita o espírito empreendedor é a de Schumpeter (1946 *apud* DORNELAS, 2005, p. 22) “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.”

O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive. Aceita assumir riscos calculados e a possibilidade de fracassar. (SENTANIN; BARBOZA, 2005, p. 03)

Em suma, empreendedorismo é o processo de constituição e desenvolvimento de uma empresa, com o objetivo de entregar algo novo ou melhorado ao mercado, ou ainda organizar os meios de produção de forma superior.

Sobre as motivações para empreender, Longenecker; Moore; Petty, (2004, p.6 *apud* CUSTÓDIO, 2011, p. 13) “esclarecem que os indivíduos são atraídos para o empreendimento por inúmeros incentivos prazerosos ou recompensas.”

Para o sucesso de qualquer empreendimento, Sentanin; Barboza (2005) destacam que não basta ter uma ideia mirabolante; é preciso identificar a necessidade do mercado e saber como atendê-la, antes que outros o façam. Estes mesmos autores continuam e são categóricos ao afirmar que, [...] “uma ideia isolada não tem valor se não for transformada em algo viável de implementar, visando a atender a um público-alvo que faz parte de um nicho de mercado mal explorado. Isso é detectar uma oportunidade.” (SENTANIN; BARBOZA, 2005, p. 04)

Seguindo o mesmo pensamento dos autores acima, Dolabela (1999, p. 87 *apud* PAULEK, 2017, p. 13) também enfatiza que a [...] “oportunidade é uma ideia que está vinculada a um produto ou serviço que agrega valor ao seu consumidor, seja através da inovação ou da diferenciação.” Portanto não basta apenas ter uma boa ideia, é preciso saber diferenciá-la de uma oportunidade.

Na concepção de Drucker (1998 *apud* BAGGIO; BAGGIO, 2014) os empreendedores são aqueles indivíduos que exploram as oportunidades que surgem através das mudanças, sejam tais mudanças advindas da tecnologia, na preferência dos consumidores ou mesmo nas normas sociais. Segundo este autor, é justamente isso que caracteriza o empreendedor e o empreendedorismo: a busca pela mudança; a resposta e exploração dessa mudança como uma oportunidade.

O empreendedor deve assumir riscos calculados e ter em mente a possibilidade de insucesso de seu empreendimento, por melhor que possa ser a ideia. Então, deve se pensar em como viabilizar e por em prática uma boa ideia de

empreendimento, para atender as demandas e anseios do mercado, de modo que o novo empreendimento obtenha sucesso.

Lopes (2017, p. 05) destaca que o empreendedor, além de ser criativo, deve saber “elaborar um plano, mobilizar recursos, gerar inovação e assumir risco para atingir o objetivo proposto.” Também (DOLABELA, 2010, p. 25 *apud* BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 27) afirma que “o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade.” Tal como destacam Baggio; Baggio (2014, p. 27), “o empreendedor é um inovador de contextos. As atitudes do empreendedor são construtivas. Possuem entusiasmo e bom humor. Para ele não existem apenas problemas, mas problemas e soluções.”

Em outras palavras, as qualidades de empreendedores de sucesso incluem sua dedicação e capacidade de ver coisas que os outros não podem ver além da sua capacidade de tomar boas decisões. Essas características empreendedoras são muito importantes para o sucesso do futuro empreendimento.

Tipos de Empreendedor

Um empreendedor, para ser bem sucedido, deve apresentar algumas características bem definidas, tais como a capacidade de assumir riscos, ser inovador, possuir qualidade visionária e de liderança, ter mente aberta, ser um indivíduo flexível e, por fim, conhecer o seu produto.

“Um estereótipo comum do empreendedor enfatiza características como uma enorme necessidade de realização, uma disposição para assumir riscos moderados e uma forte autoconfiança.” (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 2004, p. 9 *apud* CUSTÓDIO, 2011, p. 12).

Pinheiro (2011) destaca que existem dois tipos de empreendedores: o empreendedor por oportunidade e o empreendedor por necessidade. De acordo com Pinheiro, o primeiro tipo de empreendedor é aquele que inicia o negócio próprio, pois nota a potencialidade do mercado. Sua motivação pode ser diversa: busca pela independência profissional, aumento de renda pessoal ou realização de um sonho. Este é um indivíduo inovador. Já no segundo caso, o empreendedor por necessidade é aquele que se aventura à criação do negócio para sobreviver devido à falta de empregos formais em organizações. Este indivíduo, por não encontrar

espaço no mercado de trabalho, busca no empreendedorismo uma forma de escapar do desemprego.

O autor ressalva que, neste caso, o empreendedorismo não é idealizado previamente, mas se apresenta mais como sendo uma alternativa de sobrevivência do que com uma escolha planejada. Pinheiro ainda enfatiza que os empreendedores por necessidade não são movidos pelo aspecto da inovação e que, por isso, muitas vezes, são fadados ao fracasso.

Por sua vez, Paz (2016) vai um pouco mais além do conceituado por Pinheiro e elenca oito tipos de empreendedores, assim descritos: o empreendedor nato; o empreendedor que aprende; o empreendedor serial; o empreendedor corporativo; o empreendedor social; o empreendedor por necessidade; o empreendedor herdeiro e o empreendedor normal.

Os empreendedores natos são aqueles que, segundo Paz (2016, p. 06) “começaram a trabalhar muito jovens e adquirem habilidade na prática de negociação e de vendas. São visionários, otimistas, estão à frente do seu tempo e comprometem-se 100% para realizar seus sonhos.”

Por sua vez, o empreendedor que aprende, também chamado de empreendedor inesperado é, na atualidade, o tipo mais comum. De acordo com Paz (2016, p. 07), “este tipo de empreendedor é, geralmente, uma pessoa que, quando menos esperava, se deparou com uma oportunidade de negócio e tomou a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio. É uma pessoa que nunca pensou em ser empreendedor.” É o tipo de pessoa que demora a tomar a decisão de mudar de carreira e que tem que aprender a lidar com novas situações decorrentes do novo da sua nova atividade ou negócio.

O empreendedor serial seria aquele que cria vários empreendimentos. Paz (2016, p. 07) traça o perfil deste tipo de empreendedor e comenta que este é uma “pessoa que não se contenta em criar um negócio e ficar à frente dele até que se torne uma grande corporação.” Geralmente, são pessoas dinâmicas, que gostam de desafios e adrenalina.

Já os empreendedores corporativos, de acordo com Paz (2016, p. 07) geralmente são,

[...] executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas administrativas. Trabalham de olho nos

resultados para crescer no mundo corporativo. Assumem riscos e têm o desafio de lidar com a falta de autonomia. Isso faz com que desenvolvam estratégias avançadas de negociação. São hábeis comunicadores e vendedores de suas ideias.

Ainda sobre os empreendedores corporativos, Paz (2016) salienta que estes são extremamente ambiciosos e com capacidade de autopromoção muito boa. São indivíduos que não se contentam em ganhar o que ganham e estão sempre em busca de planos com metas ousadas e recompensas variáveis.

O quinto tipo de empreendedor seria, segundo Paz (2016) o empreendedor social. Este indivíduo tem como meta de vida construir um mundo melhor para as pessoas, engajando-se em causas humanitárias, criando oportunidades para aqueles que não têm acesso a elas. “Suas características são similares às dos demais empreendedores, mas a diferença é que se realizam vendo seus projetos trazerem resultados para os outros e não para si próprios.” (PAZ, 2016, p. 08)

Continuando, Paz (2016) também caracteriza o chamado empreendedor por necessidade. Segundo o autor, este tipo de empreendedor acaba criando o próprio negócio porque não tem alternativa. São pessoas que, via de regra, não têm acesso ao mercado de trabalho ou foram demitidos. Este tipo de empreendedor costuma se envolver em negócios informais, desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e conseguindo como resultado pouco retorno financeiro. (PAZ, 2016)

O empreendedor herdeiro, como o próprio nome já sugere, herda seu empreendimento de uma sucessão familiar, tomando as rédeas do legado de sua família. Segundo Paz (2016, p. 09), “o empreendedor herdeiro aprende a arte de empreender com exemplos da família, e geralmente segue seus passos” e tem, segundo o autor, o desafio de multiplicar o patrimônio familiar recebido.

Por fim, Paz (2016) denomina como empreendedor normal o indivíduo que planeja seu novo negócio. O autor destaca que este empreendedor normal seria o mais completo do ponto de vista da definição de empreendedor e o que a teria como referência a ser seguida, mas que na prática ainda não representa uma quantidade considerável de empreendedores.

Assim sendo, pela análise dos tipos e perfis de empreendedores listados acima, verifica-se que o empreendedor que aprende e o empreendedor por necessidade seriam aqueles com maiores dificuldades de sucesso em um novo negócio. Desta forma, é essencial entender e conhecer qual é o perfil de

empreendedor, pois isso pode garantir uma taxa de sucesso maior para o futuro empreendimento.

O Plano de Negócios

De acordo com Palis (2008) o Plano de Negócios é uma linguagem para descrever de forma completa o que é ou deseja ser uma empresa.

Este é o documento que irá ajudar o empreendedor a atingir seus objetivos. É, ainda, uma ferramenta de gestão que permite analisar resultados, tomar decisões estratégicas e mostrar como seu negócio irá operar e crescer.

Para Chiavenato (2007), o Plano de Negócios é o conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento. É este documento que irá definir as principais características para proporcionar uma análise da sua viabilidade bem como de seus riscos. Ou seja, seria um *check list* para não permitir que nada seja esquecido.

O Plano de Negócios, para Wildauer (2011), pode ser descrito como,

[...] sendo um documento no qual o empreendedor demonstra, em linguagem formal e objetiva, o negócio que quer conceber e mostrar para seus parceiros, sócios e futuros investidores, passando a estes a visão, a missão e os objetivos do empreendimento, o plano operacional, o plano de marketing, o plano financeiro, e o plano jurídico, de modo a facilitar seu entendimento e a sua aceitação por parte dos interessados. O plano de negócio apresenta a importância de um correto planejamento de todas as atividades e os recursos que um empreendimento necessita, em todos os momentos porque são poucas as chances de um sonho de negócio se tornar realidade. (WILDAUER, 2011, p. 39)

Escrever um plano de negócios não precisa ser complicado. Quando bem estruturado, mesmo que utilize de uma linguagem simples, porém, objetiva, o Plano de Negócios maximiza as chances de sucesso do novo empreendimento.

Dornelas (2005, p.96) define o Plano de Negócios como sendo “um documento usado para descrever um empreendimento e modelo de negócios que sustentam a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizado e autoconhecimento, e, ainda, permite situar-se no seu ambiente de negócios.”

O Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2013) destaca que é o Plano de Negócios que irá ajudar o empreendedor,

[...] a concluir se sua ideia é viável e a buscar informações mais detalhadas sobre o seu ramo, os produtos e serviços que irá oferecer, seus clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, sobre os pontos fortes e fracos do seu negócio. Ao final, seu plano irá ajudá-lo a responder a seguinte pergunta: Vale a pena abrir, manter ou ampliar o meu negócio? (SEBRAE, 2013, p. 14)

Ou seja, este é um documento tão importante que Palis (2008, p; 20), em interessante analogia, salienta que *o Plano de Negócios é para o empreendedor o que o martelo é para o marceneiro, ferramenta fundamental para a execução de suas funções.*

Importância do Plano de Negócios como ferramenta estratégica para a viabilização de novos empreendimentos

Para que um novo empreendimento seja bem sucedido, existem muitas ferramentas que auxiliam o empreendedor na criação de seu próprio negócio. Uma das ferramentas mais completas e eficazes é o Plano de Negócios. O Plano de Negócios é uma importante ferramenta utilizado para restringir possíveis erros ainda na fase de planejamento, e também para verificar se o negócio é viável.

Dolabela (2006) afirma que o erro de muitos empreendedores é constituir seu próprio empreendimento sem um Plano de Negócios, vendo seus sonhos e objetivos serem encerrados por problemas que teriam sido facilmente visualizados com essa importante ferramenta de planejamento. A taxa de insucesso de um empreendimento sem esse plano é elevada pois, sem ele, o empreendedor se torna um aventureiro em um mercado extremamente competitivo e dinâmico.

Paulek (2017, p. 21) esclarece que o Plano de Negócios,

[...] detalha por escrito as ações necessárias a serem adotadas, os possíveis erros do empreendimento, o que deve ser feito para alcançar os objetivos e principalmente se o negócio é viável ou não. A elaboração de um plano de negócio envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento e permite ainda ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios.

Desta forma, espera-se que a elaboração do Plano de Negócios possa auxiliar na apresentação das principais características do negócio e na identificação do público principal: parceiros, incubadoras, bancos, sócios potenciais, fornecedores, clientes potenciais, grandes executivos e a própria empresa, ajudando, desta forma o futuro empreendimento a se estabelecer.

Composição de um Plano de Negócios

Na criação e construção de um negócio, o empreendedor assume todas as responsabilidades pelo desenvolvimento e gestão, assim como os riscos e recompensas. Muitas empresas não sobrevivem porque os proprietários não conseguem desenvolver um plano eficaz. O Plano de Negócios enfoca as principais áreas de interesse e sua contribuição para o sucesso de um novo negócio. O plano concluído comunica o produto ou serviço a outras pessoas e fornece a base para a proposta financeira.

Não existe uma estrutura rígida e específica para se escrever um Plano de Negócios, pois cada negócio tem particularidades e semelhanças, sendo impossível definir um modelo padrão de Plano de Negócios que seja universal e aplicado a qualquer negócio. Uma empresa de serviços é diferente de uma empresa que fabrica produtos ou bens de consumo, por exemplo. Mas, qualquer Plano de Negócios deve possuir um mínimo de seções as quais proporcionarão um entendimento completo do negócio. (DORNELAS, 2005, p. 100).

Existem diversos modelos e propostas de Plano de Negócios, cada qual adequado ao empreendimento particular a que se pretende iniciar. Todavia, Filion; Dolabela (2000) apresentam um modelo, básico, composto por quatro partes: Sumário Executivo; A Empresa; Plano de Marketing e Plano Financeiro. Os autores enfatizam que estes quatro tópicos devem ser completos, e elaborados em linguagem bastante simples.

Por sua vez, Dornelas (2005), apresenta algumas variações sobre a estrutura proposta para um Plano de Negócios, segundo o foco da empresa. A estrutura apresentada por Dornelas seria composta de Capa; Sumário; Sumário Executivo; Descrição da Empresa; Produtos e Serviços; Análise de Mercado e Competidores; Marketing e Vendas; Análise Estratégica e Plano Financeiro. A seguir, será abordado, de modo sucinto, o que seria preciso, segundo o autor, para cada um destes itens.

a) Capa: Segundo Dornelas (2005), é uma das partes mais importantes do Plano de Negócios, haja vista que é a primeira parte a ser visualizada por quem lê o plano. Segundo ele, deve ser produzida de maneira limpa e com informações necessárias e pertinentes.

b) Sumário: item descritivo dos títulos de cada seção do Plano de Negócios e

a respectiva página onde se encontra. É importante pois facilita ao leitor encontrar o que lhe interessa.

- c) Sumário Executivo: para Dornelas, esta é a principal parte do Plano de Negócios e que fará com que o leitor decida se continuará ou não a ler o plano. Deve ser redigido com muita atenção e revisado várias vezes e conter uma síntese das principais informações que constam no Plano de Negócios. Entretanto, conforme ressalva Dornelas, deve ser a última parte a ser feita, pois depende das outras seções do plano para ser elaborado.
- d) Descrição da Empresa: neste item o Plano de Negócios, deve descrever o histórico, crescimento, faturamento dos últimos anos, razão social, impostos, estrutura organizacional e legal, localização, parcerias, certificações de qualidade, serviços terceirizados.
- e) Produtos e Serviços: aqui são descritos os produtos e serviços; como são produzidos, quais os recursos utilizados, o ciclo de vida, os fatores tecnológicos envolvidos, o processo de pesquisa e desenvolvimento, os principais clientes atuais, as marcas e patentes, a visão do nível de satisfação do cliente.
- f) Análise de Mercado e Competidores: Deve mostrar que os executivos da empresa conhecem muito bem o mercado consumidor do produto ou serviço - pesquisa de mercado, como o mercado está segmentado, uma avaliação do crescimento do mercado explorado pelo negócio, as características do consumidor e sua localização, se existe sazonalidade e como agir neste caso, a análise de concorrência, a sua participação no mercado e a de seus principais concorrentes.
- g) Marketing e Vendas: Deve mostrar como a empresa pretende vender seu produto ou serviço, qual a política para conquistar seus clientes, e qual a estratégia para manter o interesse dos clientes e aumentar a demanda.
- h) Análise Estratégica: de acordo com Dornelas, é este item que define os rumos da empresa, sua visão e missão futura, sua situação atual, as potencialidades e ameaças externas, suas forças e fraquezas, seus objetivos e metas de negócio. Serve como base para o desenvolvimento e implantação das demais ações descritas no plano.
- i) Plano Financeiro: deve apresentar, em números, todas as ações planejadas

para a empresa e as comprovações, por meio de projeções futuras de sucesso do negócio - quanto, quando e com que propósito necessita de capital. Além disso, deve conter demonstrativos de Fluxo de Caixa, Balanço Patrimonial, análise do Ponto de Equilíbrio, necessidades de investimento, Demonstrativo de Resultados, análise de indicadores financeiros do negócio: faturamento previsto, margem prevista, prazo de retorno sobre o investimento inicial, taxa interna de retorno.

De acordo com Dornelas (2005), um Plano de Negócios típico pode ter de 15 a 20 páginas, mas há espaço para uma grande variação dessa norma. Tudo isso dependerá muito da natureza do negócio que pretende ser implementado.

O formato do Plano de Negócios é variável, assim como sua extensão, pois seu conteúdo depende muito do que o empreendedor está planejando. Um Plano de Negócios útil pode ter qualquer tamanho, desde anotações básicas em uma folha até, no caso de um plano especialmente detalhado que descreve um empreendimento mais complexo, podendo ter mais de 100 páginas.

O Plano de Negócios é fundamental para as organizações, pois ele trás todas as informações necessárias, de forma organizada, descrevendo o que e como a futura empresa irá funcionar. Este documento é uma ferramenta de gestão que permite analisar resultados, tomar decisões estratégicas e mostrar como seu negócio irá operar e crescer e que evitará prejuízos significativos aos futuros empreendedores.

Ao estruturar o Plano de Negócios seguindo todas estas premissas básicas as chances de sucesso são substancialmente aumentadas.

Conclusão

O estudo deste tema contribuiu para ampliar o entendimento do conceito de empreendedorismo. Igualmente, a discussão das principais características e alguns tipos de empreendedores geraram importantes apontamentos teóricos sobre o assunto.

Os apontamentos teóricos a respeito do Plano de Negócios, sua importância como ferramenta estratégica para a viabilização de novos empreendimentos deixou

claro que esta é uma ferramenta essencial para o planejamento e a criação de um novo empreendimento.

Conclui-se que o Pressuposto Teórico foi confirmado pois constatou-se que o Plano de Negócios pode *ajudar os fundadores de novos empreendimentos a transformar objetivos abstratos em etapas operacionais concretas, ajudando a reduzir a probabilidade de insucesso do novo negócio.*

A Pesquisa Bibliográfica ajudou a alcançar os objetivos propostos, geral e específicos, pois demonstrou que o empreendedor, quando dotado de determinadas características e com um planejamento eficiente e bem feito por meio de um Plano de Negócios bem estruturado torna viável a criação de novos empreendimentos, minimizando os riscos de insucesso do futuro negócio.

Referências Bibliográficas

BAGGIO, Adelar F.; BAGGIO, Daniel K. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2007.

CUSTODIO, Telma P. **Importância do Empreendedorismo como Estratégia de Negócio.** Monografia (Graduação em Administração). Centro Universitário Católico Salesiano *Auxilium*. Lins, 2011.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa.** 30. ed. São Paulo: Cultura 2006

DORNELAS, José C. A. **Empreendedorismo:** Transformando ideias em Negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FILION, Luis J.; DOLABELA, Fernando. **Boa Idéia! E Agora?** São Paulo: Cultura, Editores Associados, 2000.

HISRICH, Robert D. **Empreendedorismo.** 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

LOPES, Rose M. A. **Ensino do empreendedorismo no Brasil:** panorama, tendências e melhores práticas. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

PALIS, André. Plano de Negócios para identificar a viabilidade da implantação de uma associação recreativa de poker na cidade de Florianópolis. Monografia (Graduação em Administração). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2008.

PAULEK, Emanuele C. Plano de Negócio para abertura de uma distribuidora de componentes e perfis para esquadrias na cidade de Chapecó – SC. Monografia (Graduação em Administração) Universidade Federal da Fronteira Sul, Chapecó, 2017.

PAZ, Anderson S.. Análise do crescimento do empreendedorismo no Brasil com suas características. XII Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Rio de Janeiro, 29 e 30 de setembro de 2016.

PINHEIRO, Frederico F. A importância do perfil do empreendedor no desenvolvimento e sucesso de novos negócios. Monografia (Graduação em Administração). Universidade Estadual de Campinas, 2011.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. Como elaborar um Plano de Negócios. Brasília, 2013. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO_baixa.pdf. Acesso em: 26 jul. 2021.

SENTANIN, Luis H. V.; BARBOZA, Reginaldo J. Conceitos de Empreendedorismo. **Revista Científica Eletrônica de Administração**. Ano V – Número 9 – Dezembro de 2005 – Periódicos Semestral.

SOSNOWSKI, Alice S. **Empreendedorismo para leigos**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.

WILDAUER, Egon W. **Plano de Negócios**: elementos constitutivos e processo de elaboração. 2. ed. Curitiba: Ibplex, 2011.