



Plano de Negócio **Daiane Aparecida de Melo Heinzen**

Objetivos

Este texto foi escrito para auxiliar você a:

- compreender a importância de elaborar um Plano de Negócio;
- conhecer a estrutura de um Plano de Negócio.

Iniciando o estudo

Um negócio bem planejado terá mais chances de sucesso do que aquele sem planejamento, na mesma igualdade de condições (DORNELAS, [2008])

Neste estudo você aprenderá o que é um plano de negócios, sua importância, como deve ser sua estrutura e que se trata de uma ferramenta dinâmica de gestão. A partir dele é possível planejar e decidir a respeito de sua empresa, tendo como base o seu passado, sua situação atual no mercado, clientes e concorrentes.

1 O que é um Plano de Negócios

O plano de negócios é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa. 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.

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 sequência lógica que permita a qualquer leitor do Plano de Negócios entender como sua empresa é organizada, seus objetivos, seus produtos e serviços, seus mercado, sua estratégia de marketing e sua situação financeira.

A seguir encontra-se uma **proposta de uma estrutura para a confecção de um Plano de Negócios**. Seu formato foi obtido a partir da análise de várias publicações, artigos, livros e Plano de Negócios reais utilizados por várias empresas. Dependendo do público-alvo de seu Plano de Negócios, você provavelmente terá que apresentar estruturas distintas desta aqui proposta.

Vale ressaltar que a principal utilização do Plano de Negócios é a de prover uma ferramenta de gestão para o planejamento.

1.1 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, de forma escrita e em poucas páginas. O padrão de estrutura de um plano de negócios sugerido foi definido com base em estudos e observação de Planos de Negócios de empresas reais. Cada seção explica em detalhes, visando tornar a tarefa de escrever o Plano de Negócios de sua empresa mais simples e organizada.

CAPA

NEGÓCIO

Definição do Negócio

Equipe

Oportunidade

PRODUTO/SERVIÇO

Definição do Produto/Serviço

Vantagem Competitiva

Preço

MERCADO

Clientes

Fornecedor

Concorrentes

PLANO DE MARKETING

Propaganda

ponto (Canal de Distribuição)

PLANO FINANCEIRO

Investimentos

Mão de obra

Despesas Administrativas

Projeção de Fluxo de Caixa

1.2 Tamanho ideal de um Plano de Negócios

Não existe um tamanho ideal ou quantidade exata de páginas para o Plano de Negócios. O que se recomenda é escrever o Plano de Negócios de acordo com as necessidades do público-alvo que o lerá.

Enfim, a estratégia e a quantidade de páginas do Plano de Negócios dependem de qual será o seu público-alvo. Mas, para auxiliá-lo nesta tarefa, a seguir encontra-se uma descrição dos possíveis tipos e tamanhos de um Plano de Negócios.

- **Plano de Negócios completos:** é utilizado quando se pleiteia uma grande quantidade de recursos financeiros, ou se necessita apresentar uma visão completa do seu negócio. Pode variar de 15 a 40 páginas, mais material anexo.
- **Plano de Negócios Resumido:** é utilizado quando se necessita apresentar algumas informações resumidas a um investidor, por exemplo, com o objetivo de chamar sua atenção para que lhe requirite um Plano de negócios Completo. Deve mostrar os objetivos macros do negócio, investimentos, mercado e retorno sobre o investimento e deverá focar nas informações específicas requisitadas. Geralmente varia de 10 a 15 páginas.

- **Plano de Negócios Operacional:** é muito importante para ser utilizado internamente na empresa pelos diretores, gerentes e funcionários. É excelente para alinhar os esforços internos em direção aos objetivos estratégicos da organização. Seu tamanho pode ser variável e depende das necessidades de cada empresa em termos de divulgação junto aos funcionários.

Independente do tamanho e tipo do Plano de Negócios, sua estrutura deve conter as seções anteriormente apresentadas.

2 Por que fazer 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.

2.1 Como o Plano de Negócios é possível

Vamos verificar, a seguir, o que é possível obter com a elaboração do Plano de Negócios:

- identificar os riscos e propor planos para minimizá-los e até mesmo evitá-los;
- identificar seus pontos fortes e fracos em relação à 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 da 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 periodicamente.

A cultura de planejamento ainda não é 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 estarem exigindo o Plano de Negócios como base para a análise e concessão de créditos, financiamento e recursos às empresas, entidades etc. O Plano de Negócios está cada vez mais se tornando a principal arma de gestão que um empresário pode utilizar visando ao sucesso de seu empreendimento.

A partir de todas estas etapas apresentadas (definição, estrutura, tamanho e como elaborar um plano de negócios), pode-se perceber que o Plano de Negócios é um instrumento indispensável para planejar suas ações e prever situações de risco. Portanto, o Plano de Negócios é um dos aspectos mais importantes de um empreendimento para fazer um negócio bem-sucedido.

2.2 Motivos Especiais

Em função da existência de alguns motivos especiais, torna-se necessário escrever um bom Plano de Negócios. Vamos a alguns deles:

- É um instrumento de diminuição de risco.
- É também uma linguagem de comunicação do empreendedor com ele mesmo.

Trata-se de um instrumento de reflexão sobre a empresa:

- Vale a pena?

Fique atento a estes aspectos especiais, pois eles farão a diferença entre o sucesso e o fracasso de seu plano de negócios!

- É o negócio que sonhei?

Depois de feito, o Plano de Negócios indica novos caminhos, mesmo que um deles seja a desistência da ideia. É um momento em que os erros saem mais baratos (o papel ou a tela do computador). É, também, uma linguagem entre o empreendedor e todos os seus parceiros: sócios, empregados, colaboradores, investidores, bancos, contadores, agências governamentais de financiamento, etc.

O Plano de Negócios deve ser feito com o objetivo de identificar as possíveis oportunidades e ameaças e de facilitar as decisões que o empreendedor deverá tomar para se tornar bem-sucedido. Permite ao empreendedor condensar informações que são obtidas no mercado, buscando sensibilizar parceiros e investidores. Através do plano, o empreendedor poderá verificar as diversas influências ambientais incidentes sobre o novo negócio, podendo assim minimizar o seu risco.

2.3 Definição das Características Básicas de um Projeto

As seções que seguem apresentam outros elementos importantes que devem ser levados em consideração na elaboração do Plano de Negócio (DORNELAS, 2008).

Qual é o meu ramo?

Talvez a maior dúvida de uma pessoa, ao decidir iniciar um negócio próprio, seja selecionar o ramo de atividade ideal. Isso porque existe uma lista enorme de atividades empresariais. De acordo com o IBGE, elas podem ser divididas em três grupos:

- Indústria
- Comércio
- Serviço

2.4 O que pesa na Escolha

Como se viu, existem muitas atividades a serem exploradas, mas atenção: há uma série de fatores que influenciam e limitam a escolha do seu ramo de negócios. Vejamos alguns:

Experiência

Algo que pesa na definição do ramo de atividades é a experiência profissional. Ter vivência prática ou teórica em determinada atividade já é um ponto positivo na escolha. É bem mais fácil iniciar uma olaria, padaria, gráfica ou confecção se você já domina as técnicas para fazer tijolo, pão, impressos ou roupas, não é mesmo?

Outro dado a ser considerado é sua popularidade junto a clientes potenciais. Um excelente mecânico, por exemplo, com bom conceito na praça, ao abrir sua própria oficina provavelmente levará para ela grande parte dos clientes anteriores.

Mercado fornecedor

É preciso analisar o mercado fornecedor para ver se existe disponibilidade de equipamentos, matéria-prima ou mercadorias em quantidade, qualidade, preço, prazo e distribuição compatíveis com as condições e necessidades do empreendimento que se deseja iniciar.

Assim, se você pode montar uma pequena confecção, terá que analisar se existem fornecedores de corte e costura, tecidos, acessórios, aviamentos, que garantam o abastecimento constante desses produtos e, ainda, com preços adequados, bons prazos de pagamento, quantidade suficiente para atender à demanda e qualidade de acordo com os padrões de sua futura empresa.

Mercado consumidor

A existência de mercado consumidor é fator fundamental para qualquer empresa. Antes de tudo é preciso conhecer o potencial desse mercado, ou seja,

a demanda (procura) provável para determinados produtos ou serviços.

Depois, é necessário segmentar esse mercado, já que é impossível atender a todo o mercado potencial. Segmentar é dividir em “fatias”

O processo mais utilizado para “fatiar” o mercado é o demográfico. Para isso, deve ser obtida uma série de informações, tais como: sexo e idade dos consumidores que se sentem atraídos por um determinado produto; principais ocupações dos consumidores de determinado produto; faixas de renda dos consumidores de uma certa região; usos, costumes, hábitos e nível de instrução dos consumidores etc.

Esses dados formarão o “perfil do consumidor”. Parece difícil obter todas essas informações, mas não é. Você pode encontrá-las em publicações estatísticas oficiais e particulares de pesquisas de mercado e censo.

Conhecendo as diversas “fatias” do mercado e traçando o perfil médio do consumidor, você saberá qual o segmento mais adequado ao tipo de negócios que você vai iniciar. E mais: terá uma ideia de como atuar no mercado, como utilizar os recursos disponíveis, que tipo de propaganda vai usar e, principalmente, qual linha de produtos ou serviços vai oferecer.

Recursos financeiros e humanos

Outros fatores de grande importância na escolha do ramo de atividade são os recursos financeiros e humanos. Você terá que avaliar os recursos financeiros de que dispõe e a possibilidade de consegui-los de terceiros (bancos etc.) para cobrir as despesas de registros, regularização, instalações e funcionamento do negócio. Geralmente deixada em segundo plano, a mão de obra deve ser analisada quanto à faixa salarial e disponibilidade na região.

Localização

A localização influencia muito na hora da escolha do ramo. A indústria, por exemplo, deve se situar em áreas que tenham uma infraestrutura mínima (água, energia, estradas, transportes etc.). O comércio e alguns serviços requerem locais onde exista bom tráfego de pedestre, veículos e fácil acesso dos

clientes.

Ponto de venda

Esse fator é vital para o ramo comercial. Nesse sentido, muita atenção nos seguintes aspectos: Concorrência local, observe os futuros concorrentes, vendo as lojas da mesma linha que a sua; pontos fracos e fortes dessas lojas; qualidade das mercadorias; atendimento etc. Ambiente externo, observe o tráfego de carros e pessoas; estacionamento e calçadas; imagem que a população tem da área etc.

Analise a fachada do prédio; locais para colocação das placas e faixas; avalie se a área de vendas é suficiente. Contando com colocação de vitrines, prateleiras, balcões, circulação do freguês etc. Atente também se o ponto vai se localizar em áreas centrais, bairros, centros comerciais ou shopping centers etc.

2.4.1 Ideia inicial

Testar com antecedência sua ideia de negócio é um importante trabalho para avaliar o momento no qual o empreendedor se encontra em termos de conhecimento sobre seu negócio. É recomendável que o empreendedor somente inicie a elaboração de seu Plano de negócios relativo à sua ideia, após um bom desempenho no teste de avaliação. Existem vários testes de avaliação de ideias disponíveis nos centros de empreendedorismo. Sites especializados, entre outros.

Concluindo o estudo

Neste tópico, você viu a importância de escrever um Plano de Negócios, pois, trata-se de uma ferramenta de apoio à decisão; é um pré-requisito básico para a abertura e gerenciamento do dia a dia de qualquer negócio; é um documento utilizado por bancos, órgãos governamentais e outras instituições para análise de crédito e liberação de recursos; é cada vez mais utilizado por

empresários como um instrumento de gestão.

Referências

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em Negócios. 3. Elsevier. 2008.

DORNELAS, José. **Plano de Negócios**. [2008]. Disponível em: <https://www.josedornelas.com.br/plano-de-negocios>. Acesso em: 28 ago. 2021.