



SIMI
ACADEMY



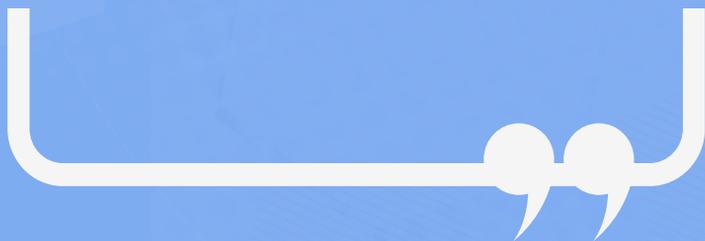
PLANO DE NEGÓCIOS: SAIBA O QUE É E POR QUE FAZER

ÍNDICE

Por que é importante um plano de negócios?	2
Mas o que é um plano de negócios?	5
Dedicação e disciplina	8
Apoio de instituições independentes	11
Passo a passo para elaborar um plano de negócios.....	15
Sumário executivo	17
Análise de mercado	18
Produto de qualidade	20
Operacional e financeiro	21
Uma outra visão	22
Empreendedor nato	26
Referência Bibliográfica.....	31
Produção	31



Por que é importante
um **plano de
negócios?**





Imagine a seguinte situação: há algum tempo você vem amadurecendo a ideia de abrir um negócio. Já sabe em que ramo atuar, comentou com algumas pessoas mais próximas e estava até pensando em que local abrir o negócio, mas, peraí! Não pôs nada no papel? Onde está o planejamento? Você realmente se preparou para abrir seu negócio?

Eis que entra aí o plano de negócios, um documento extremamente importante, mas que nem todo empreendedor se lembra em investir nele.

O Sebrae destaca abaixo a importância do plano de negócios:

1

Organiza as ideias ao iniciar um novo empreendimento

2

Orienta a expansão de empresas já em atividade

3

Apoia a administração do negócio, seja em seus números ou estratégias

4

Facilita a comunicação entre sócios, funcionários, clientes, investidores, fornecedores e parceiros

5

Capta recursos, sejam financeiros, humanos ou parcerias



Mas o que é um
plano de negócios?



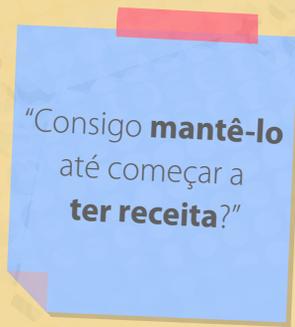
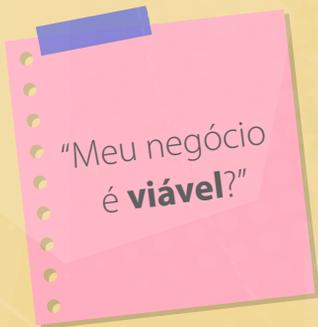


Considerado pelos empreendedores um 'mapa de percurso', o plano de negócios é responsável por organizar as ideias. É um documento que relata os objetivos do negócio, detalhando todas as etapas para que as metas sejam cumpridas, diminuindo, assim, riscos, incertezas e a possibilidade de erros quando o processo já tiver sido iniciado.

Entre outras funções, o plano vai ajudar você a concluir se sua ideia é viável, além de conter informações detalhadas na área em que você vai atuar, produtos e serviços a serem disponibilizados, perfil dos possíveis consumidores, principais concorrentes, pontos fortes e fracos do negócio (viabilidade), melhor localização etc.



De posse dessas informações, você poderá responder às seguintes perguntas:



Em alguns casos, o empreendedor desiste porque o plano de negócios mostra a inviabilidade do investimento.



Dedicação e disciplina





Segundo Victor Mota Ferreira, analista da Unidade de Comércio e Serviços do Sebrae Minas, não há uma regra com relação à antecedência que um plano de negócios deve ser feito. “Depende da pessoa, se ela vai se dedicar ao documento, se vai investir em diversas variáveis”, explica.

No entanto, ele destaca a importância dessa etapa, especialmente porque o empreendedor precisa conhecer o segmento de mercado em que vai atuar, além da estimativa de retorno, dos gastos (com aluguel, com pagamento de pessoal, com previsão de faturamento etc.).

Victor ressalta ainda que o empreendedor sempre deve estar ciente sobre as taxas de mortalidade das empresas no Brasil.

Você sabia?

Segundo o último estudo apresentado pelo **Sebrae/FGV (2016)**, um terço dos negócios no Brasil fecham em menos de dois anos.

“A falta de planejamento, ou seja, de um plano de negócios contribui para o fracasso do negócio, por isso ele é muito importante.”





O plano de negócios é um estudo prévio para a abertura da empresa. Ele detalha como a empresa vai funcionar após ter suas operações iniciadas. Mas por que ele é importante? Há inúmeras variáveis durante o processo de abertura de uma empresa: é preciso contabilizar os impostos a pagar, o número de funcionários, prever os gastos, estimar a receita, enfim, o plano de negócios também é importante para o planejamento do futuro dos negócios, se a empresa vai necessitar de capital de giro e de quanto tempo precisa até zerar gastos e começar a lucrar.

Victor Mota Ferreira

Analista da Unidade de Comércio e Serviços do Sebrae Minas



Apoio de instituições independentes



Para George Jamil, consultor, professor, pesquisador independente e grande conhecedor do ecossistema de inovação brasileiro, há muita documentação disponível sobre plano de negócios. “Há institutos independentes, como Sebrae, Endeavor, associações comerciais, professores, pesquisadores, autores e consultores que definem estruturas e modelos para sua escrita.”



Ele sugere que o empreendedor use ao menos duas fontes de informação e gere uma documentação própria, que satisfaça, seja completa e permita atualizações. “O plano não acaba numa versão. Ele é executado e nos prepara para os próximos ciclos”, comenta.

Na visão do especialista, o empreendedor brasileiro ainda vê o plano de negócios como uma instância burocrática, desnecessária e impeditiva. Essa concepção errada é motivada também pelo imediatismo ofertado por alguns "empreendedores de palco" que recomendam sua substituição - um risco altíssimo - por decisões precárias ou, em visões erradas e simplistas, por outras técnicas, que são muito boas, mas não são substitutivas, como "canvas" e "design thinking".



George acrescenta que estas são técnicas e modelos de desenho de negócios e de diagnóstico empresarial muito eficientes, modernas e válidas, porém, com aplicação bem feita, bem elaborada, podem ser usadas em composição com o plano de negócios para desenhos de oferta ao mercado e planejamento estratégico.

O professor pondera que, felizmente, com ganhos de experiências (algumas, inclusive, advindas de fracassos em empreendedorismo), o plano de negócios assume gradativamente a sua importância como definição amadurecida para empresas destinadas a competir no mercado.

A close-up portrait of George Jamil, a man with glasses, looking directly at the camera. The background is dark and out of focus.

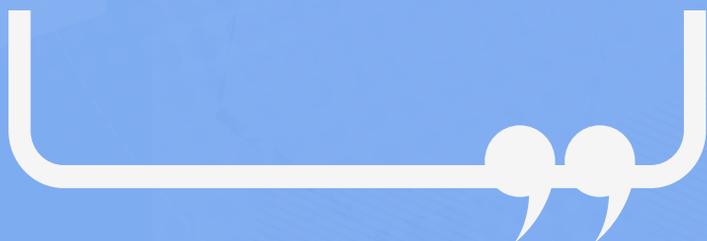
“
É uma definição das condições gerais de atuação de uma empresa, originando-se no plano estratégico, chegando às condições operacionais - descrição de estrutura, responsabilidade, gestão financeira e contábil, suprimentos e processos voltados para o cliente. O plano de negócios nos dá o completo encaminhamento do que é a empresa no momento, gerando condições para que se possam fazer negociações (participações, investimentos, competição etc.) e planejamentos futuros.

George Jamil

Consultor, professor e pesquisador independente, pós-doutor em Empreendedorismo (Cartagena, Espanha, 2018) e Inteligência de Mercado (Porto, Portugal, 2014)



Passo a passo para elaborar um **plano de negócios**



PLANO DE NEGÓCIOS



Sumário Executivo

- Breve descrição da empresa
- Diferenciais
- Missão
- Perfil dos Empreendedores
- Produtos/Serviços
- Benefícios
- Perfil dos Clientes
- Localização da empresa
- Financeiro
- Jurídico



Análise de mercado

- Perfil dos Clientes
- Concorrentes
- Fornecedores
- Produtos/Serviços



Produto de qualidade

- Qual o benefício do seu produto
- Quem irá utilizar?
- Qual a embalagem?



Operacional e financeiro

- Localização
- Equipamentos necessários
- Capacidade de produção
- Número de funcionários
- Qual o investimento





Sumário Executivo

Um plano de negócios começa pelo sumário executivo. Nele, antecipam-se aspectos importantes do plano para fornecer uma ideia sobre cada sessão. Deverá conter uma breve descrição da empresa, contendo aspectos como o que é o negócio, diferenciais competitivos da empresa, a missão, perfil dos empreendedores, produtos, serviços, principais benefícios, segmento de clientes que será atendido, localização da empresa, investimento total, indicadores financeiros, forma jurídica e enquadramento tributário.

São 5 os ingredientes básicos do sumário executivo:

- Ser simples e conciso
- Despertar o interesse de quem lê
- Transmitir o profissionalismo da empresa ou projeto
- Destacar as conclusões mais importantes
- Fornecer uma visão geral e clara do plano



Análise de Mercado

Esta é uma das etapas para a elaboração do plano de negócios. Saber quem são os clientes (conjunto de pessoas ou empresas com o mesmo objetivo), concorrentes (características, preços, como vendem, por que compram ou deixam de comprar), fornecedores (cadastro atualizado, pesquisando pessoalmente, por telefone ou internet, dados como preço, qualidade, condições de pagamento, prazo de entrega), além de especificar produtos ou serviços que sua empresa vai oferecer são alguns dos aspectos a serem observados.

Além de ajudar você a conhecer o nicho em que vai atuar, a análise de mercado também identifica o público-alvo, quem é esse cliente, renda, seus hábitos de consumo, onde ele está, se é pessoa física ou jurídica (outras empresas), e o que ele espera do mercado.

E como buscar essas informações?



Esse levantamento pode ser feito a partir de questionários, entrevistas, conversas com potenciais clientes ou por meio da análise da concorrência.

Essas informações vão possibilitar traçar o raio-x do mercado. Também vão indicar se a empresa está em sintonia com o que desejam os futuros clientes. A partir disso, é possível desenvolver ações de promoção e marketing para que a empresa tente conquistar o público logo após sua abertura.

Muitos empreendedores procuram empresas especializadas em análise de mercado ou empresas juniores para desenvolver essa pesquisa.





Produto de Qualidade

Após traçar o perfil do possível consumidor, é importante pensar no posicionamento do produto. Como o mercado receberá seu produto e qual será seu custo-benefício? Inicialmente, é importante definir qual é a utilização do seu produto ou serviço. Ele interessa a um grande grupo de pessoas? Qual embalagem será usada, quais tamanhos serão oferecidos, cores, sabores etc.

Ter subsídios suficientes para desenvolver o plano de negócios é fundamental para, posteriormente, elaborar um plano de marketing e aplicá-lo em benefício do negócio.



Operacional e financeiro

Posteriormente às etapas de amadurecimento da concepção do negócio, da análise de mercado e de produto/serviço, é hora de iniciar a elaboração dos planos operacional e financeiro do negócio.

O operacional detalha a estruturação da empresa, com dados como localização, instalação física e equipamentos necessários. Além disso, faz estimativas sobre a capacidade de produção dos funcionários, de quantos clientes consegue atender por mês, definindo a tarefa de cada equipe.

O financeiro revela se o negócio é financeiramente viável e se o empreendedor terá noção de quanto deve investir para abrir a empresa. O documento deve conter, basicamente, as estimativas de custos iniciais, de despesas e receitas, capital de giro e fluxo de caixa e de lucros.

Vale destacar que é imprescindível relatar cada item com detalhes para que o empreendedor tenha em mãos um documento verossímil, que reflita o real panorama do investimento.



Uma outra **visão**



João Batista Vieira Bonomo, coordenador acadêmico da Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras (FIPECAFI - Polo MG) tem uma visão diferenciada acerca da importância do plano de negócios.

João remete a um passado não muito distante em que a orientação era a de que ninguém deveria sequer pensar em abrir um empreendimento se não tivesse elaborado um plano de negócios. Mas João garante que essa percepção mudou radicalmente. "O plano de negócios tornou-se um elemento acessório para o balizamento das decisões que os empreendedores irão tomar, e não o fato mais contundente para que o empreendimento dê certo", comenta.





Ainda segundo ele, “não há uma associação direta entre o sucesso de um empreendimento e a elaboração de um plano de negócio. Não há segurança alguma em empreender tendo ou não tendo feito um plano de negócio, pois os ambientes empresariais têm se alterado com tamanha frequência que torna-se quase impossível assegurar que ele trará maior chance de sucesso para o empreendedor tomar suas decisões”.

Na visão do professor, o plano de negócios “não traz segurança, garantia alguma; mas sem ele a insegurança reina, a indecisão torna-se real e a chance de fracasso aumenta significativamente”.



O plano de negócios é um documento onde devem ser colocadas as informações a respeito da viabilidade em diversos aspectos de um empreendimento. Quando se fala que é um documento, dá uma impressão que é um produto, algo pronto, mas não é assim que ele deve ser encarado. Antes de qualquer coisa, plano de negócios é um processo, ou seja, ele deve ser elaborado mas sempre revisitado, reanalisado, sempre em movimento, buscando atualizá-lo com relação às variações do ambiente em que o empreendimento em questão estiver inserido.

João Batista Vieira Bonomo

Coordenador acadêmico da Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras (FIPECAFI - Polo MG)



Empreendedor nato



Pensando nisso e na importância de um plano de negócios, Filomeno de Carvalho, um empreendedor nato, criou, em 2011, o Universo Rangolândia e a Rango Banda - um projeto que envolve literatura, música, alimentação, entretenimento etc.

Como parte do projeto, Filomeno criou mais de 30 personagens, integrantes da Rangolândia, cada qual com determinadas características, sempre ligadas à alimentação saudável. O foco do projeto são os pais e crianças de 8 a 12 anos.



Segundo Filomeno, que vem amadurecendo o projeto ao longo dos anos, o plano de negócios compreende dois pontos fundamentais - o planejamento estratégico de entrada e de permanência da empresa no mercado e o estudo de viabilidade econômica, financeira e mercadológica.

Na visão de Filomeno, infelizmente o empreendedor brasileiro não está acostumado a fazer um plano de negócios. “É sabido que no Brasil um grande número de novas empresas, principalmente as micro, não completam dois anos de vida. Talvez seja a consequência do despreparo do empreendedor e de sua falta de informação. É uma pena porque existem mecanismos, ferramentas e assessoria para a gestão de qualidade. A atuação do Sebrae em nível nacional é uma prova disso.”

Filomeno investe agora na formalização da empresa, com destaque para o plano de marketing. “Nosso produto é, por si só, uma ferramenta de marketing e esperamos que desperte o interesse de empresas que queiram replicar o nosso conteúdo e a nossa mensagem associados aos seus produtos.”





A mesma opinião é defendida por João Bonomo. “Na maior parte das vezes, os empreendedores brasileiros - incluindo, portanto, os mineiros - são pouco habituados e habilitados para elaborar um plano de negócios”, diz. “O conhecimento empresarial, gerencial é pouco difundido e, por isso, as pessoas acabam abrindo seus empreendimentos sem um plano de negócios e a taxa de mortalidade empresarial brasileira ainda é bastante alta em comparação com outros países em desenvolvimento”, finaliza.

“O plano de negócios é de importância vital. É por meio das informações e dos dados técnicos contidos nele que o empreendedor vai ter condições de analisar se o seu negócio é viável e com reais possibilidades de sobrevivência e de expansão em um mercado complexo e competitivo. É por meio do plano de negócios que o empreendedor vai buscar as informações para fundamentar o processo de tomada de decisão. Muitas vezes, sua existência ou a falta dele pode significar o sucesso ou o fracasso de um empreendimento.

Filomeno de Carvalho

Graduado em Comunicação Social com ênfase em Relações Públicas pela PUC Minas e é pós-graduado em Gestão Estratégica de Negócios pela FACE/UFMG.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- **Sebrae**

<https://bit.ly/1OYi7xv>

PRODUÇÃO

- **Coordenação:** Fernando De Lucena
- **Produção editorial:** Caroline Marques
- **Autor(a):** Ellen Cristie Mendes
- **Revisão:** Equipe SIMI
- **Projeto gráfico:** Fábio Veloso T. Alvim
- **Divulgação:** www.simi.org.br
- **Data:** Fevereiro/2019

Gostou deste e-book?

Veja mais conteúdos em:

www.simi.org.br