

PLANO DE NEGÓCIO: UMA FERRAMENTA COM MULTIPLAS APLICAÇÕES

Angela Brasil

(Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas -AEMS)

E-mail:angelabrasil@ibest.com.br

Cleucimar Aparecida Pereira Prudente

(Discente do 4º ano do curso de Administração - AEMS)

E-mail:cleuprudente@gmail.com

Ellen Cristina Nogueira da Silva

(Discente do 4º ano do curso de Administração - AEMS)

E-mail:Ellen.caca@hotmail.com

Gisele

(Discente do 4º ano do curso de Administração - AEMS)

E-mail:Gisele.giselesilva@hotmail.com

Jussara

(Discente do 4º ano do curso de Administração - AEMS)

E-mail:jussarah_santos@hotmail.com

Sheyla Rodrigues da Silva

(Discente do 4º ano do curso de Administração - AEMS)

E-mail:sheyla.rod@hotmail.com

RESUMO

Este artigo aborda sobre as principais etapas do processo de administração que envolve o planejamento, organização, direção e controle. Discute também sobre os três principais tipos de planejamento destacando as principais características de cada um além de enfatizar o plano de negócio, essencial a todo empreendimento. O trabalho teve como objetivo demonstrar a relevância do plano de negocio não importando o tamanho da organização ou empreendimento bem como fomentar a necessidade de se utilizar o mesmo para que o sucesso seja consequência. Para o desenvolvimento do trabalho foi utilizada a pesquisa em livros e artigos confrontando as idéias de diversos autores do assunto.

Palavras chaves: planejamento, estrutura, empreendimento, decisão.

INTRODUÇÃO

O plano de negócio nada mais é do que um planejamento do empreendimento que busca abordar as características do negócio com boas idéias, originalidade, criatividade e focado no objetivo da empresa ou, ao seu público alvo. O plano de negócio é elaborado para investidores, funcionários, fornecedores e parceiros de modo que eles possam se inteirar com os negócios da empresa. Dependendo do objetivo pode se usar um determinado tipo de plano de negócio, sendo o plano completo, resumido ou operacional, cada um focado em seu objetivo.

O plano de negócio geralmente descreve um planejamento de três ou cinco anos, é um projeto onde o empreendedor deve planejar o seu negócio dizendo quais os objetivos que pretende alcançar e as ações que irá utilizar. O plano de negócio é uma tomada de decisão antes da ação necessária, ou seja, prevê o futuro e as possíveis decisões certas para atingi-los. Serve para direcionar os caminhos do negócio com clareza para que todos os envolvidos saibam o que fazer, como fazer, quando fazer e onde fazer.

É de suma importância elaborar o plano de negocio quando se pretende começar um negocio ou ampliá-lo. Pode ser utilizado também para conseguir investidores, fornecedores, parceiros e financiamentos. Além disso, ele ajuda a enfrentar e direcionar os possíveis problemas que poderão surgir.

1. O PROCESSO ADMINISTRATIVO

Segundo Dornelas (2001) “o trabalho do administrador ou a arte de administrar concentra-se nos atos de planejar, organizar, dirigir e controlar”. Já o empreendedor, segundo o mesmo autor, “é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negocio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”, ou seja, o empreendedor é um visionário, que não busca fazer o mesmo, busca fazer algo novo.

Chiavenato (2004) reafirma em poucas palavras, o que fora mencionado acima; “O processo administrativo divide-se em quatro etapas para facilitar o alcance dos objetivos organizacionais. Etapas estas denominadas como: planejamento, organização, direção e controle”.

Entende-se que para administrar uma empresa é necessário, planejar, organizar, dirigir e controlar, e conseqüentemente fazendo análise desses pontos para que a empresa possa alcançar seus objetivos proposto e obter crescimento.

1.1. Planejamento

Planejamento significa estabelecer um conjunto de providências para a realização de objetivos organizacionais de modo mais eficiente, eficaz e efetivo, envolvendo a escolha de um curso de ação e quando e como deve ser realizado. De todas as funções administrativas, o planejamento é a mais importante, pois afeta

todas as demais. Para Maximiano (2004) “planejar é tomar no presente, decisões que afetam o futuro”.

“O propósito do planejamento pode ser definido como o desenvolvimento de processos, técnicas e atitudes administrativas, as quais proporcionam uma situação viável de avaliar as implicações futuras de decisões presentes em função dos objetivos empresariais que facilitarão a tomada de decisão no futuro, de modo mais rápido, coerente, eficiente e eficaz” (OLIVEIRA, 2004).

Sem planos, os administradores não podem saber como devem organizar as pessoas e os recursos, podem até mesmo não ter uma idéia clara sobre o que precisam organizar. Sem um plano, não podem liderar com confiança ou esperar que os outros os sigam (STONER, FREEMAN, 1999).

É substancial o processo de planejar. Quando não se planeja e se deixa guiar pelos acontecimentos a organização fica em estado de fragilidade e a qualquer momento pode enriquecer o índice de mortalidade das empresas.

1.1.1. Tipos de planejamento

Existem três tipos de planejamento: planejamento estratégico, planejamento tático e planejamento operacional.

Planejamento estratégico	É projetado em longo prazo e está voltado para as relações da empresa e seu ambiente, estando sujeito a incertezas devido aos efeitos ambientais. Envolve a empresa como um todo, criando um efeito de sinergia que contribui para o desenvolvimento de todas as capacidades e potencialidades da organização, num processo contínuo na busca de excelência.
Planejamento tático	Focado no médio prazo, e é utilizado para delinear o que as várias partes da organização devem fazer para que a organização alcance sucesso no decorrer do período de um ano.
Planejamento operacional	Direcionado para o curto prazo e abrange cada uma das operações ou tarefas individualmente. Preocupa-se com “o que fazer” e com o “como fazer” as atividades quotidianas da organização.

Fonte: Adaptado de Chiavenato (2004)

1.2. Organização

Organização no negócio significa o ordenamento dos recursos e das funções a fim de facilitar o trabalho e criar uma nova visão da empresa. Organizar o negócio é ordenar o espaço, o tempo, o trabalho, as pessoas e os recursos financeiros (SOUZA, 2009).

Chiavenato (2004) define a organização como uma função administrativa através da qual a empresa reúne e integra os seus recursos, define a estrutura de órgãos que deverão administrá-los, estabelece a divisão de trabalho através da diferenciação, proporciona os meios de autoridade e de responsabilidade e, assim por diante.

1.3. Direção

Segundo Sousa (2009), do ponto de vista didático, a função administrativa de direção vem após o planejamento e a organização. Assim, enquanto o planejamento estabelece o que fazer, como fazer e para quem, a organização estabelece a estrutura e os meios para a execução, e a direção se preocupa com a execução das operações propriamente ditas, tendo em vista o alcance dos objetivos.

Ainda segundo Sousa (2009), para que o administrador consiga administrar corretamente ele precisa desenvolver habilidades de comunicação, motivação, autoridade, avaliação de desempenho e tomada de decisões.

1.4. Controle

Koontz e O'Donnel (1998, *apud* Pavanelli, 200-?) especificam que controle é a função administrativa que consiste em medir e corrigir o desempenho de colaboradores para assegurar que os objetivos da empresa e os planos delineados para alcançá-los sejam realizados. É, pois, a função segundo a qual cada administrador, do presidente ao supervisor, certifica-se de que aquilo que é feito está de acordo com o que se tencionava fazer.

1.5. Plano de negócio

Para Hisrici e Peters (2004) o plano de negócios é: “seguramente o documento mais importante para o empreendedor

do estágio inicial. É provável que potenciais investidores não pensem em investir em um novo empreendimento enquanto o plano de negócios não estiver completado”.

O Plano de Negócios pode ser considerado um passo importante para a abertura ou expansão de um empreendimento. O empreendedor, muitas vezes, tem um plano em mente, mas para que esse empreendimento prospere, faz-se necessária a transformação dessas idéias em um documento formal. (CHIAVENATO, 2004).

Percebe-se que para que ocorra êxito em um empreendimento, não basta estar munido de boas idéias, há que se preocupar com o planejamento desta idéia para que o empreendedor consiga se nortear de forma a atingir o que fora proposto inicialmente.

“Plano de Negócios é um documento que contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar uma fatia do mercado e as projeções de despesas, receita e resultados financeiros.” (SALIM, *et.al.* 2005).

O plano de negócios não é destinado unicamente ao empreendedor, entre o público alvo do plano de negócios estão às incubadoras, parceiros, bancos, investidores, fornecedores, a empresa internamente, os clientes e sócios.

1.5.1. Tipos do plano de negócio

Degen (1989) afirma que: “o conteúdo do plano de negócio depende do seu objetivo, da originalidade e, sobretudo, do tipo do negócio [...] por isso, o plano de negócio acaba sendo e deve ser um documento extremamente personalizado.”

1.5.1.1. Plano de negócio completo

Deve ser utilizado quando se pleiteia uma grande quantidade de dinheiro ou quando se necessita apresentar uma visão completa do seu negócio. Pode variar de quinze a quarenta páginas, mais material anexo (GARCIA, 2009).

1.5.1.2. Plano de negócio resumido

Deve ser utilizado quando se necessita apresentar algumas informações resumidas a um investidor, por exemplo, com o objetivo de chamar sua atenção para que ele lhe requisite um plano de negócio completo. Deve mostrar os objetivos macros do negócio, investimentos, mercado e retorno sobre o investimento e focar as informações específicas requisitadas. Geralmente varia de dez a quinze páginas (DORNELAS, 2001).

1.5.1.3. Plano de negócio 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 específicas de cada empresa em termos de divulgação junto aos funcionários (DORNELAS, 2001).

1.5.2 Estrutura do plano de negócio

Um plano de negócio não possui uma estrutura específica, pois cada negócio possui suas particularidades, sendo impossível definir um padrão. Dependendo do empreendedor pode demorar mais de 200 horas para se fazer um plano de negócio, e o propósito em que se destina.

Para Dornelas (2001), a estrutura do plano de negócios deve abordar os seguintes tópicos: “Capa, Sumário, Sumário Executivo, Descrição da empresa, Produtos e Serviços, Mercado e Competidores, Marketing e Vendas, Análise Estratégica, Plano Financeiro, Anexos.”

Os autores Longnecker, Moore e Petty (1997) definem como componentes de um plano de negócios: resumo executivo, descrição geral da empresa, plano de serviços e produtos, plano de marketing, plano gerencial, plano operacional, plano jurídico, plano financeiro e apêndice.

1.5.2.1 Conceito de cada tópico da estrutura do plano de negócio.

- 1. Capa:** Deve ser feita de maneira limpa, com informações necessárias, sendo umas das partes mais importantes, pois é observada a princípio pelo leitor.
- 2. Sumário:** Facilita o leitor encontrar rapidamente o que está interessado. Deve conter os títulos de cada seção e os principais assuntos relacionados em cada seção.
- 3. Sumário executivo:** É dirigido ao público alvo, explicando os objetivos do plano de negócio. É responsável por fazer o leitor continuar ou não a leitura do plano de negócio. Deve ser a última seção a ser escrita, pois depende das outras seções para ser elaborado.
- 4. Análise estratégica:** São definidos os rumos da empresa, visão, missão, análise PFOA, objetivos e metas.
- 5. Descrição da empresa:** Descrever histórico, crescimento, faturamento, localização, certificados de qualidade, parceiros, enfim descrever a empresa.
- 6. Produtos e serviços:** Nesta seção é estabelecer os produtos e serviços da empresa: como são produzidos, quais os recursos utilizados, o ciclo da vida, fatores tecnológicos, processo de pesquisa e desenvolvimento, marca/patente. Visão de satisfação dos clientes com os produtos e serviços da empresa.

- 7. Plano operacional:** Apresenta ações que a empresa está planejando em seu sistema produtivo, indicando impacto que estas ações terão em seus parâmetros de avaliação de produção.
- 8. Plano de recursos humanos:** Plano de desenvolvimento e treinamento de pessoal da empresa.
- 9. Análise de mercado:** Deve mostrar que os executivos, gerentes, conhecem muito bem o mercado consumidor do seu produto ou serviço, o crescimento desse mercado, característica do mercado consumidor, localização, sazonalidade, análise de concorrência, sua participação no mercado e dos principais concorrentes.
- 10. Estratégia de marketing:** Mostrar como a empresa pretende vender seus produtos ou serviço, como conquistar clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda. Abordagem de métodos de comercialização, política de preço, canal de distribuição, estratégia de promoção e comunicação, publicidade e principais clientes.
- 11. Plano financeiro:** Apresentar em números as ações planejadas para a empresa, através de projeção futura de sucesso do negocio. Deve apresentar demonstrativos de fluxo de caixa, de no mínimo 3 anos; balanço patrimonial; analise do ponto de equilíbrio; demonstrativos de resultado e necessidade de crescimento.

12. Anexos: Conter informações julgadas relevantes para o melhor entendimento do plano de negócio. Incluir fotos de produtos, localização, roteiros, resultados de pesquisas, material de divulgação, contrato social da empresa etc.

O plano tem que ser suficientemente abrangente para dar um panorama completo e compreensão do empreendimento que ajudara o empreendedor esclarecer suas idéias, criatividade do negócio ao investidor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de planejar, organizar, dirigir e controlar são ferramentas fundamentais no processo administrativo. Percebe-se que sem a efetiva utilização das mesmas a organização fica muito próxima das vulnerabilidades ambientais e dificulta na tomada de decisões.

Não diferente, o plano de negócio é uma poderosa ferramenta que está à disposição dos administradores e/ou empreendedores para facilitar e ajudar na tomada de decisões que possam trazer riscos para o investimento.

Portanto, vale a pena dedicar um tempo para a elaboração de um bom plano de negócio, fazendo com que os riscos e as ameaças possam ser detectados previamente evitando transtornos e possíveis prejuízos no futuro que poderão comprometer seriamente o investimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHIAVENATO, I. **Introdução a teoria geral da administração**. 7. ed. São Paulo: Akron Books, 2004.

DEGEN, R. **O empreendedor**: fundamento da iniciativa empresarial. São Paulo: Mac Graw Hill, 1989.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro. Elsevier, 2001.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

GARCIA, R. P. **Plano de negócios para a panificadora e confeitaria bom gosto**. TCC (Administração). Instituto Cenecista Fayal de Ensino Superior (IFES), Itajaí. Santa Catarina, 2009. Disponível em:
www4.ifes.com.br/biblioteca/repbib/000000/000000C3.pdf. Acesso em 5 out. 2012 às 11:52.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, W. **Administração de pequenas empresas**: ênfase na gerência empresarial. São Paulo: Makron Books, 1997.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria geral da administração**: da revolução urbana à revolução digital. São Pulo: Atlas, 2004.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e prática. São Paulo: Atlas, 2004.

PAVANELLI, G. **Teorias da administração**. Apostila. Unisa Digital. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/54056785/18/ORGANIZACAO>. Acesso em 03 out. 2012 às 09:40.

SALIM, C. S. *et al.* **Construindo planos de negócios**: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios com sucesso. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SOUSA, Z. B. **Gestão e administração**: desvendando as quatro fases do processo administrativo. Artigo (Administração). Universidade Aberta do Piauí (UAPI), 2009. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/gestao-e-administracao-desvendando-as-quatro-fases-do-processo-administrativo/31379/>. Acesso em 03 out. 2012.

STONER, J. A. F.; FREEMAN, R. E. **Administração**. 5.ed. JC Editora, 1999.