

Plano De Negócios E Suas Contribuições Para Micro E Pequenos Empreendedores

Marcello Pires Fonseca

Universidade Do Estado Do Amazonas /UEA

Anselmo Ferreira Dos Santos

EBTT, Instituto Federal De Educação, Ciência E Tecnologia Do Amazonas-Campus Maués.

Ellen Sandra Eduarda Santos

IFNMG

Janaina De Aguiar

Instituto Federal De Educação, Ciência E Tecnologia Do Amazonas-Campus Manaus Zona Leste

Piedley Macedo Saraiva

Unifap

Adelcio Machado Dos Santos

Uniarp

Rodrigo Dos Santos Coelho

Pontificia Universidade Católica Do Rio De Janeiro (PUC-Rio)

Gilvan Duarte Dos Santos

IFMA

Rodrigo Aparecido Terra

Universidade Professor Edson

Gilberto Claudino da silva Júnior

Faculdade Novo Horizonte De Ipojuca - FNH

Agustin Pérez Rodrigues

Pontificia Universidade Católica de São Paulo

Resumo:

A pesquisa aborda a importância do plano de negócios como ferramenta essencial para micro e pequenos empreendedores, que enfrentam desafios significativos na gestão de seus negócios. Utilizando uma metodologia de pesquisa bibliográfica, foram analisados diversos estudos e publicações em plataformas renomadas para contextualizar a relevância do planejamento estratégico. Os resultados indicam que um plano de negócios bem estruturado não só orienta a gestão e minimiza riscos, mas também educa os empreendedores sobre finanças e marketing, facilitando a captação de recursos. A análise revela que a flexibilidade e a revisão constante do plano são cruciais em um ambiente de negócios dinâmico, permitindo que os empreendedores se adaptem às mudanças e aproveitem oportunidades. Conclui-se que a elaboração de um plano de negócios é indispensável para o crescimento e a sustentabilidade das micro e pequenas empresas, contribuindo para a geração de empregos e o fortalecimento da economia local em todos os segmentos, como alimentício, saúde, educação, entre outros.

Palavras-chave: *Plano de Negócios; Micro e pequeno empreendimento; Inovação.*

Date of Submission: 24-09-2024

Date of Acceptance: 04-10-2024

I. Introdução

O plano de negócios é uma ferramenta crucial para micro e pequenos empreendedores, que desempenham um papel vital na economia. Esses negócios, frequentemente caracterizados por sua flexibilidade e proximidade com a comunidade, enfrentam tanto oportunidades quanto desafios únicos. Um planejamento estratégico bem elaborado permite que esses empreendedores não apenas vislumbrem suas metas, mas também desenvolvam um roteiro claro para alcançá-las, facilitando a navegação no complexo cenário de mercado em que atuam (Couto, 2017; Monteiro; Barbosa, 2011; Peixoto; Freitas, 2017).

Os micro e pequenos empreendedores, embora ágeis e inovadores, frequentemente lidam com limitações significativas, como escassez de recursos financeiros, dificuldades no acesso a crédito e a necessidade de se destacar em um mercado saturado. Além disso, muitos enfrentam desafios na gestão do tempo, equilibrando diversas funções dentro do negócio. Essa realidade torna o planejamento fundamental, pois ajuda a minimizar riscos e a maximizar as chances de sucesso em um ambiente tão competitivo (Almeida; Teixeira, 2016; Raza, 2008; Roratto; Dias; Alves, 2017).

Entre os principais desafios enfrentados por esses empreendedores está a falta de conhecimento em áreas específicas, como finanças e marketing, o que pode comprometer a viabilidade do negócio. A in experiência em planejamento pode levar a decisões precipitadas e a uma gestão financeira ineficiente. Por isso, o desenvolvimento de um plano de negócios não apenas serve para guiar a empresa, mas também para educar o empreendedor sobre as diversas nuances que envolvem a gestão de um pequeno negócio (Sá, 2021).

O plano de negócios, nesse contexto, emerge como uma ferramenta fundamental que possibilita uma análise profunda do mercado e do próprio empreendimento. Ele oferece uma estrutura para definir objetivos claros, identificar o público-alvo, traçar estratégias de marketing e detalhar aspectos financeiros. Essa abordagem sistemática ajuda a prever desafios e a planejar soluções, tornando-se um recurso valioso para a tomada de decisões informadas e estratégicas (Menezes; Olave, 2016).

Além de orientar a gestão, o plano de negócios também pode ser um diferencial na captação de recursos, uma vez que potenciais investidores e instituições financeiras buscam evidências de um planejamento sólido antes de comprometer seu capital. A elaboração cuidadosa desse documento não apenas demonstra a viabilidade do empreendimento, mas também reflete o comprometimento do empreendedor com o sucesso do negócio. Dessa forma, o plano de negócios é um passo essencial para a construção de uma base sólida que suporte o crescimento e a sustentabilidade dos micro e pequenos empreendimentos (Almeida; Teixeira, 2016).

II. Materiais E Métodos

Para a elaboração do plano de negócios e a contextualização de suas contribuições para micro e pequenos empreendimentos, foi realizada uma pesquisa bibliográfica abrangente. A pesquisa bibliográfica consiste na busca e análise de materiais já publicados, como livros, artigos e dissertações, que servem como base teórica e empírica para a construção do conhecimento sobre um tema específico. Essa abordagem foi escolhida devido à sua relevância em fornecer um arcabouço teórico sólido, permitindo uma compreensão aprofundada das práticas e desafios enfrentados por micro e pequenos empreendedores.

O levantamento de dados foi realizado em diversas plataformas renomadas, como SciELO, Scopus e Google Acadêmico, além de repositórios brasileiros. Essas plataformas foram selecionadas por sua credibilidade e pela qualidade dos materiais disponíveis, abrangendo uma vasta gama de publicações acadêmicas. A utilização dessas fontes permitiu acesso a estudos atualizados e relevantes, que discutem tanto a teoria quanto a prática do plano de negócios em pequenos empreendimentos, enriquecendo a análise e a discussão do tema.

Durante a pesquisa, foram feitas leituras flutuantes, que envolvem a exploração dinâmica de textos, permitindo uma compreensão contextual e a identificação de informações relevantes que poderiam não ser imediatamente evidentes. Essa abordagem facilitou a identificação de padrões e tendências, contribuindo para uma análise mais crítica e informada sobre o papel do plano de negócios na gestão de micro e pequenos empreendimentos.

Além disso, foram realizadas análises detalhadas dos materiais encontrados, considerando tanto a relevância dos conteúdos quanto a diversidade das perspectivas apresentadas. Essa etapa foi crucial para a validação das informações e para a formação de uma visão abrangente sobre o tema. As análises incluíram a comparação de diferentes abordagens, a avaliação de resultados de estudos anteriores e a identificação de lacunas na literatura que poderiam ser exploradas em futuras pesquisas.

III. Resultados E Discussões

Gestão empresarial

A gestão empresarial é um conjunto de práticas e processos que visam organizar, planejar e controlar as atividades de uma empresa, garantindo sua eficiência e eficácia no alcance de objetivos. No cerne da gestão estão funções essenciais, como o planejamento, a organização, a direção e o controle, que, quando bem

implementadas, promovem o desenvolvimento sustentável do negócio. O planejamento é o primeiro passo, onde os gestores definem metas e estratégias. Esse processo envolve a análise do ambiente interno e externo da empresa, permitindo identificar oportunidades e ameaças no mercado (Garrison; Brewer; Noreen, 2013).

A elaboração de um planejamento estratégico bem estruturado é crucial, pois orienta a tomada de decisões e aloca recursos de forma otimizada. A organização, por sua vez, refere-se à estruturação dos recursos disponíveis, como pessoal, finanças e equipamentos, de maneira a facilitar a execução dos planos. Isso inclui a definição de papéis e responsabilidades, além da criação de um organograma que descreva as hierarquias e fluxos de trabalho (Iudicibus, 1998).

Uma organização eficaz é fundamental para evitar desperdícios e garantir que todos os colaboradores estejam alinhados com os objetivos da empresa. A direção é a função que envolve liderar e motivar as equipes para que alcancem as metas estabelecidas. Os gestores precisam desenvolver habilidades de comunicação e de liderança, promovendo um ambiente de trabalho colaborativo (Almeida; Teixeira, 2016).

O engajamento dos colaboradores é um fator determinante para o sucesso da gestão, pois equipes motivadas tendem a ser mais produtivas e criativas. Por fim, o controle é a etapa que assegura que os resultados estejam em conformidade com os objetivos planejados. Isso envolve a coleta e análise de dados, comparando o desempenho real com as metas estabelecidas. Caso haja desvios, é necessário implementar ações corretivas para alinhar a performance da empresa com suas estratégias (Longencker; Moore; Petty, 1998).

A gestão empresarial é, portanto, uma prática dinâmica que requer adaptação constante às mudanças do mercado e às necessidades dos consumidores. O sucesso de uma empresa depende de uma gestão eficiente, que não apenas busca resultados financeiros, mas também se preocupa com a satisfação dos colaboradores e a responsabilidade social. Essa abordagem holística é fundamental para garantir a longevidade e a competitividade do negócio em um ambiente econômico em constante evolução (Chiavenato, 2007).

Micro e pequenas empresas

Micro e pequenas empresas (MPEs) são categorias de negócios que desempenham um papel fundamental na economia global, especialmente em países em desenvolvimento. Essas empresas são caracterizadas pelo número reduzido de funcionários e pelo limite de faturamento anual, variando conforme a legislação de cada país. As microempresas geralmente possuem até 9 funcionários e um faturamento anual limitado a um determinado valor, que pode variar de acordo com a legislação local. Elas costumam ser negócios familiares ou de pequenos empreendedores individuais, atuando em diversos setores, como comércio, serviços e produção (Cher, 1991).

A flexibilidade e a agilidade são características marcantes dessas empresas, permitindo que se adaptem rapidamente às demandas do mercado e às preferências dos consumidores. As pequenas empresas, por sua vez, têm um número maior de funcionários, geralmente entre 10 e 49, e um limite de faturamento que, embora maior que o das microempresas, ainda é considerado modesto em comparação com grandes corporações (Longencker; Moore; Petty, 1998; Marion, 2011).

Essas empresas muitas vezes começam como microempresas e podem crescer ao longo do tempo, expandindo suas operações e aumentando sua presença no mercado. Elas também desempenham um papel crucial na inovação, trazendo novas ideias e produtos ao mercado (Almeida; Teixeira, 2016).

As MPEs são vitais para a economia, pois geram empregos e contribuem significativamente para o PIB. Elas são responsáveis por uma parte considerável da criação de empregos, especialmente em regiões onde o acesso a grandes empresas é limitado. Além disso, as micro e pequenas empresas tendem a ser mais próximas das comunidades em que atuam, promovendo desenvolvimento local e incentivando a economia regional (Brizolla, 2008).

Entretanto, essas empresas também enfrentam desafios específicos, como o acesso limitado a crédito, a dificuldade em obter informações de mercado e a concorrência com grandes empresas. A falta de recursos financeiros e a escassez de capacitação em gestão muitas vezes dificultam o crescimento sustentável das MPEs. Por isso, iniciativas de apoio, como programas de capacitação e políticas públicas voltadas para o incentivo à formalização e ao crédito, são essenciais para fortalecer esse segmento empresarial (Ferreira et al., 2012).

Plano de negócios como ferramenta empresarial para micro e pequenos empreendedores

O plano de negócios é um documento estratégico que delinea a visão, os objetivos e as estratégias de um empreendimento. Ele serve como um guia para a gestão e o desenvolvimento do negócio, abrangendo aspectos fundamentais como análise de mercado, descrição do produto ou serviço, planejamento financeiro e estratégias de marketing. Um plano bem elaborado permite que empreendedores visualizem claramente suas metas e os passos necessários para alcançá-las, facilitando a tomada de decisões informadas (Fernandes; Galvão, 2016).

A estrutura típica de um plano de negócios inclui um resumo executivo, que apresenta uma visão geral do projeto; a descrição da empresa, que detalha sua missão e visão; uma análise de mercado, que investiga o

setor e o público-alvo; e um plano de marketing, que define como o produto ou serviço será promovido. Além disso, o planejamento financeiro é crucial, englobando projeções de receitas, despesas e análise de viabilidade econômica. Um dos principais benefícios do plano de negócios é sua função na captação de recursos. Investidores e instituições financeiras costumam exigir um plano sólido para avaliar a viabilidade do investimento (Couto, 2017).

Ao demonstrar um planejamento estratégico, o empreendedor aumenta suas chances de atrair financiamento e parcerias. Além disso, o plano de negócios não é um documento estático; ele deve ser revisado e ajustado regularmente para se adaptar às mudanças do mercado e às novas circunstâncias do empreendimento. Essa flexibilidade permite que o empresário mantenha o foco e ajuste suas estratégias conforme necessário, respondendo rapidamente a desafios e oportunidades (Almeida; Teixeira, 2016).

Assim, o plano de negócios é uma ferramenta essencial para micro e pequenos empreendedores, funcionando como um roteiro que orienta a gestão e o desenvolvimento do empreendimento. Para esses empresários, que frequentemente enfrentam recursos limitados e alta concorrência, um plano bem estruturado oferece uma visão clara das metas a serem alcançadas, das estratégias a serem adotadas e dos desafios a serem superados (Sá, 2021).

Uma das principais funções do plano de negócios é ajudar na análise do mercado. Ao entender o perfil do público-alvo e as dinâmicas competitivas, os empreendedores podem ajustar suas ofertas e estratégias de marketing para atender melhor às demandas do consumidor. Isso é particularmente importante para micro e pequenas empresas, que dependem de uma base de clientes leal e engajada (Couto, 2017).

Além disso, o plano de negócios é fundamental na captação de recursos financeiros. Investidores e instituições financeiras exigem um planejamento sólido antes de considerar o apoio a um empreendimento. Um plano bem elaborado não apenas demonstra a viabilidade do negócio, mas também a capacidade do empreendedor de gerenciar riscos e otimizar recursos, aumentando a confiança dos potenciais financiadores (Menezes; Olave, 2016).

Outro aspecto relevante é que o plano de negócios serve como um guia para a gestão diária. Ele permite que os empreendedores estabeleçam metas mensuráveis e acompanhem seu progresso. A revisão regular do plano ajuda a identificar desvios e oportunidades de melhoria, promovendo uma gestão mais proativa e adaptável às mudanças do mercado. Por fim, a elaboração do plano de negócios proporciona um aprendizado significativo para os micro e pequenos empreendedores (Couto, 2017).

Em aspectos como finanças, marketing e operações, os empresários desenvolvem uma compreensão mais ampla do funcionamento do seu negócio e do setor em que atuam. Essa capacitação é crucial para a inovação e o crescimento sustentável, tornando o plano de negócios uma ferramenta indispensável para o sucesso e a longevidade das micro e pequenas empresas (Roratto; Dias; Alves, 2017; Menezes; Olave, 2016).

IV. Conclusão

A pesquisa realizada sobre o plano de negócios como ferramenta para micro e pequenos empreendedores destaca sua importância fundamental no contexto atual. O plano de negócios se apresenta não apenas como um documento formal, mas como um guia estratégico que permite aos empreendedores visualizar suas metas, mapear estratégias e analisar o mercado de forma crítica. Ao estruturar suas ideias e planejamentos, os micro e pequenos empresários conseguem minimizar riscos e maximizar suas oportunidades de sucesso em um ambiente competitivo e desafiador.

Os resultados da pesquisa evidenciam que, embora as micro e pequenas empresas sejam essenciais para a economia, enfrentam desafios significativos, como a escassez de recursos e a falta de conhecimento em áreas críticas. Nesse cenário, um plano de negócios bem elaborado não apenas orienta a gestão, mas também educa os empreendedores sobre as nuances do mercado e da administração empresarial. Essa capacitação se torna vital, permitindo que esses empresários desenvolvam habilidades que contribuem para a inovação e a sustentabilidade de seus negócios. Além disso, o plano de negócios se destaca como uma ferramenta crucial para a captação de recursos.

A apresentação de um planejamento sólido é frequentemente um requisito para investidores e instituições financeiras, que buscam evidências de viabilidade antes de se comprometer com um investimento. Assim, o plano de negócios não apenas reflete a capacidade de gestão do empreendedor, mas também atua como um diferencial competitivo no acesso a financiamento e parcerias estratégicas.

A pesquisa também revela que a revisão constante e a atualização do plano são essenciais para garantir sua eficácia. O ambiente de negócios é dinâmico e, portanto, é fundamental que os empreendedores permaneçam flexíveis e dispostos a ajustar suas estratégias em resposta a novas informações e mudanças no mercado. Essa abordagem adaptativa promove uma gestão mais proativa e orientada para resultados, permitindo que os empreendedores aproveitem melhor as oportunidades que surgem.

Em suma, a elaboração de um plano de negócios é uma etapa indispensável para micro e pequenos empreendedores que buscam não apenas a sobrevivência, mas também o crescimento e a prosperidade de seus

negócios. Ao integrar planejamento estratégico e capacitação, os empreendedores estão mais bem preparados para enfrentar os desafios do mercado, contribuindo assim para a geração de empregos, inovação e fortalecimento da economia local. O plano de negócios, portanto, se reafirma como uma ferramenta essencial para o sucesso e a longevidade das micro e pequenas empresas.

Referências

- [1] Almeida, A. S.; Teixeira, R. M. A Criação De Negócios De Micro E Pequeno Porte Da Economia Criativa. Revista Eletrônica De Ciência Administrativa, 2016.
- [2] Brasil. Lei Complementar Nº 123, De 14 De Dezembro De 2006. (Vide Decreto Nº 8.538, De 2015) (Vide Lei Complementar Nº 168, De 2019) Institui O Estatuto Nacional Da Microempresa E Da Empresa De Pequeno Porte. Disponível Em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/Lcp/Lcp123.htm.
- [3] Brizolla, M. M. B. Contabilidade Gerencial. Coleção Educação A Distância. Ijuí-Rs: Unijuí, 2008.
- [4] Chér, R. A Gerência Das Pequenas E Médias Empresas: O Que Saber Para Administrá-Las. 2. Ed. Rev. E Ampl. São Paulo: Maltese, 1991.
- [5] Chiavenato, I. Empreendedorismo Dando Asas Ao Espírito Empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2007.
- [6] Couto, M. H. G. Mortalidade Precoce Das Micro E Pequenas Empresas: Estudo Das Principais Causas De Falência Empresarial Em Bambuí/Mg. Revista De Micro E Pequena Empresa, 2017
- [7] Fernandes, A. M.; Galvão, P. R. A Controladoria Como Ferramenta De Gestão Nas Micro E Pequenas Empresas: Um Estudo Da Viabilidade E Da Relação Custo Benefício. Revista De Tecnologia Aplicada, V. 5, N. 1, P. 3-16, 2016.
- [8] Ferreira, L. F. F. Et Al. Análise Quantitativa Sobre A Mortalidade Precoce De Micro E Pequenas Empresas Da Cidade De São Paulo. Gestão E Produção, V. 19, N. 4, P. 811-823, 2012.
- [9] Garrison, R.; Brewer, P.; Noreen, E. Contabilidade Gerencial. 14. Ed. [S.L.]: Amgh Editora, 2013.
- [10] Iudicibus, S. D. Contabilidade Gerencial. 6. Ed. São Paulo: Atlas - Grupo Gen, 1998.
- [11] Longenecker, J. G.; Moore, C. W.; Petty, J. W. Administração De Pequenas Empresas. São Paulo: Makron Books, 1998.
- [12] Marion, J. C. Contabilidade Empresarial. 10. Ed. [S.L.]: Atlas, 2011.
- [13] Menezes, C. R. C. De; Olave, M. E. L. Práticas De Gestão Do Conhecimento Em Micro E Pequenas Empresas De Sergipe. Gestão & Regionalidade, V. 32, N. 94, 2016.
- [14] Monteiro, J.; Barbosa, J. Controladoria Empresarial: Gestão Econômica Para As Micro E Pequenas Empresas. Revista De Micro E Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista, V. 5, N. 2, P. 38-59, Maio/Ago. 2011.
- [15] Peixoto, Dionefer Perim; De Freitas, Rodrigo Randow. Análise De Um Projeto De Negócio De Um Salão De Beleza - Um Estudo De Caso. Brazilian Journal Of Production Engineering, São Mateus, Espírito Santo, Brazil, V. 3, N. 2, P. 113-127, 2017.
- [16] Raza, C. Informações Contábeis: O Cliente Não Sabe Pedir E O Escritório Contábil, Na Sua Grande Maioria, Não Está Preparado Para Fornecer. Boletim Crc Sp, São Paulo, N. 166, P. 16-17, 2008.
- [17] Roratto, R.; Dias, E. D.; Alves, E. B. Mortalidade Em Micro E Pequenas Empresas: Um Estudo De Caso Na Região Central Do Rio Grande Do Sul. Revista Espacios, 2017.
- [18] Sá, T. G. X. Gerenciamento Financeiro De Contas A Pagar Nas Empresas De Micro E Pequeno Porte. Revista Id On Line, Revista De Psicologia, V. 15, N. 56, 2021.