

PLANO DE NEGÓCIOS: A INFLUÊNCIA NO SUCESSO DE UMA EMPRESA

Áurea Vitória da Silva

*Faculdades Integradas Asmec – Ouro Fino
aureavitoriasilva12@gmail.com*

Larissa Bolognani

*Faculdades Integradas Asmec – Ouro Fino
larissabolognani1@gmail.com*

Orientador: Prof. Esp. Marcos Vinicius Carraro Ramos

Faculdades Integradas Asmec – Ouro Fino

Resumo

Este artigo procura demonstrar a importância da elaboração de um plano de negócios antes de abrir um empreendimento. Utilizou-se, a princípio, de referências bibliográficas como Dornelas, Bernardi, Salim, entre outros, para embasar como elaborar, sua importância, seus tipos, consequências de não elaborar, casos de empreendimentos que seguiram o caminho traçado por um planejamento bem elaborado e obtiveram sucesso. Foi realizada uma pesquisa através de livros e blogs, nos quais obtiveram informações sobre a mudança gradativa que o mercado vem sofrendo e o intuito das empresas para sobreviver e para isso é necessário um bom planejamento e análise de mercado. Ao final do estudo, conclui-se que, novos negócios e ideias surgem a todo o momento, mas é preciso uma pesquisa detalhada, objetivos e meios bem definidos para alcançá-los antes de iniciarem efetivamente suas operações, para assim, garantir maior assertividade e sucesso nas tomadas de decisões. Para isso existe o plano de negócios, que nada mais é do que um planejamento do empreendimento, resumindo, é o planejamento o seu negócio

Palavras-chave: Plano de Negócios, Importância, Tipos, Consequências de não Elaborar, Sucesso, Casos.

Abstract

This article seeks to demonstrate the importance of developing a business plan before opening an enterprise. A principle of bibliographic references such as Dornelas, Bernardi, Salim, among others, was used to base how to elaborate, its importance, its types, consequences of not elaborating, cases of undertakings that followed the path outlined by a well elaborated planning and were successful. A research was carried out through books and blogs, in which they obtained information about the gradual change that the market has been undergoing and the intention of companies to survive and for that, good planning and market analysis is necessary. At the end of the study, it is concluded that, new businesses and ideas emerge at all times, but it is necessary a detailed research, objectives and well-defined means to reach them before starting their operations, in order to guarantee greater assertiveness and success in decision making. For this there is a business plan, which is nothing more than a project planning, in short, is planning your business.

1. INTRODUÇÃO

O Presente estudo tem por objetivo demonstrar a importância do plano de negócio, seus tipos, consequência da não elaboração, entre outros. O plano de negócios é uma ferramenta que auxilia o empreendedor de forma segura, pois é possível fazer uma análise de viabilidade criteriosa do empreendimento antes mesmo de colocá-lo em prática, para prevenção de riscos e problemas futuros que poderiam ser cometidos diretamente no mercado.

Além de promover a visão empreendedora de forma estratégica, o plano de negócio também tem grande valor ao expor a ideia do empreendedor para potenciais investidores, instituições financeira ou mesmo para a formação de parceiros. O sucesso do empreendimento na maioria das vezes é resultado de um bom planejamento e uma correta análise de viabilidade.

O objetivo geral do estudo é demonstrar a importância do plano de negócio, não importando o tamanho do empreendimento. Neste aspecto ele funciona como um norteador para a empresa conseguir alcançar os seus objetivos, ou seja, com a análise das informações contidas nele, o administrador consegue perceber com mais clareza para onde ir e como chegar onde se propôs.

2. PLANO DE NEGÓCIOS

2.1 CONCEITO DE PLANO DE NEGÓCIOS

“Plano de Negócios ou (*Business Plan*) é um documento formal por onde se dá o ponto de partida de um novo empreendimento, um documento que apresenta todos os objetivos da empresa em curto, médio e longo prazo” (OLIVEIRA, 2018, n. p.). Já para Dornelas (2008, n. p.), o plano de negócios é um documento que descreve um empreendimento e modelo de negócios que sustenta a empresa. Outro aspecto levantado por Oliveira (2018, n. p.) “é que o plano de negócios é desenvolvido por empreendedores antes de abrir um negócio, com objetivo de evitar erros e dispêndios desnecessários em um empreendimento sem futuro”. Em outro modelo Oliveira (2018, n. p.) “apresenta uma ferramenta em que sua função é de confirmar a viabilidade do negócio, se ira ter futuro ou não, antes de dar vida à empresa”.

Como faz notar por Lilian (2014, n. p.) para que o empreendimento tenha sucesso, é preciso analisar a viabilidade que se espera do negócio, tendo em mente de possíveis riscos e incertezas, tendo em consideração, quanto maiores forem os detalhes das informações contidas no plano de negócios, maiores são as chances de acertos no futuro empreendimento. O Sebrae (2019, n. p.) comenta que “os profissionais cansados de suas rotinas empresariais estafantes, saem em busca de realizar o sonho do negócio próprio para garantir a sua satisfação pessoal e também financeira já em outro aspecto levantado pela matéria”. A matéria do Sebrae (2020, n. p.) “aponta que o plano de negócios é o instrumento ideal para traçar um retrato do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor”.

De acordo com Lucena (2015, n. p.) “onde um plano de negócios consiste em um documento que expressa os objetivos, quais passos precisam ser dados para que esses objetivos sejam obtidos, diminuindo os riscos e as incertezas”. “Com essa ferramenta de gestão, você reduz a insegurança diante da abertura de uma nova empresa, diminui a margem de erro ao longo da jornada e aumenta as chances de sucesso da sua ideia” (ROVEDA, 2018, n. p.).

Vale notar a contribuição de Oliveira (2018, n. p.) que diz respeito de um guia para a gestão estratégica de um negócio ou unidade empresarial, pois ele indica o caminho que será

trilhado, prevendo possíveis erros, falhas, indicando possíveis dificuldades que será enfrentadas futuramente para que o empreendedor consiga encontrar soluções antes mesmo de acontecer. Para Oliveira (2018, n. p.) “neste indica todos os gastos, se precisara de empréstimos, pode ser exigido por alguns investidores ou instituições bancárias para oferecerem financiamentos pois poderão ver se o empreendimento terá um bom retorno para investimento”.

2.2 COMO MONTAR UM PLANO DE NEGÓCIOS

Ao se referir de tal assunto, segundo o Sebrae (2020, n. p.) enumera a elaboração de um plano de negócio passa por várias fases, seguem a baixo:

2.2.1 Iniciando o plano de negócio

“Conhecer o ramo de atividade, definir produtos e analisar o local de estabelecimento constituem” (SEBRAE, 2020, n. p.)

2.2.2 Análise de mercado

Na afirmação do Sebrae (2020, n. p.) “é fundamental saber quem são os clientes, concorrentes e fornecedores, além montada de oferecer quais são os produtos ou serviços que vai oferecer”. A respeito disso o Sebrae (2020, n. p.) “afirma que é definindo seu público-alvo e como chegar a ele da melhor maneira possível, você economiza recursos, dando um tiro certo no seu objetivo”. Nesse sentido, Dornelas (2008, n. p.) destaca que,

a análise de mercado é a mais importante do plano de negócio, devendo ser com extrema atenção, por ser mais difícil, e exigir estratégias de abordagem do cliente, assim como, estratégias para agregar valor ao produto/serviço buscando a fidelização de seus clientes de forma contínua. E, que a análise dos competidores é de extrema importância, não devendo ser observada somente a concorrência direta que se trata somente das empresas que produzem ou comercializam produtos e serviços similares, devendo observar também os concorrentes indiretos que desviam a atenção do cliente para outros produtos diferentes, porém do mesmo segmento. (DORNELAS, 2008, n. p.)

2.2.3 Plano de marketing

“Marketing é um conjunto de atividades desenvolvidas pela empresa para que atenda desejos e necessidades de seus clientes” (SEBRAE, 2020, n. p.). Ainda nesta mesma linha de considerações o Sebrae (2020, n. p.) “diz que as atividades de marketing podem ser classificadas em áreas básicas, que são traduzidas nos 4 "Ps": Produto, Pontos de Venda, Promoção (Comunicação) e Preço”.

2.2.4 Plano operacional

Essa parte do plano de negócios trata do "como fazer". “O plano operacional descreve como a empresa está estruturada: localização, instalações físicas e equipamentos” (SEBRAE, 2020, n. p.). O Sebrae (2020, n. p.) “relata que o empresário também faz estimativas acerca da capacidade produtiva ou de quantos clientes consegue atender por mês, além de traçar quantos serão os funcionários e as tarefas de cada um”.

2.2.5 Plano Financeiro

“No plano financeiro, o empreendedor terá noção do quanto deve investir para concretizar a empresa. O documento deve conter, basicamente, as estimativas de custos iniciais, despesas e receitas, de capital de giro e fluxo de caixa e de lucros” (SEBRAE, 2020, n. p.). A respeito disso, Dornelas (2008, n. p.) menciona que,

a parte financeira deverá refletir sobre todo o plano, incluindo ganhos, despesas gerais, com marketing, com pessoal, custos fixos e variáveis, além de projeções e indicadores, de forma que os objetivos e as metas descritas no plano, desenhem os dados financeiros por meio dos demonstrativos. Os principais demonstrativos usualmente são: balanço patrimonial, demonstrativo de resultado do exercício e fluxo de caixa, com projeção de no mínimo três anos. Sendo possível através destes, analisar a viabilidade e o retorno financeiro proporcional que, estas análises utilizam os métodos da análise do ponto de equilíbrio, payback, taxa interna de retorno e valor presente líquido. (DORNELAS, 2008, n. p.)

2.2.6 Análise de Cenários e Análise Estratégica

O Sebrae (2020, n. p.) comenta que “a análise de cenários auxilia o empreendedor a prever situações que podem afetar os resultados da empresa”.

2.2.7 Avaliação do plano de negócio

“Pronto, seu plano de negócio está completo! Mas não acaba por aí. Agora, é hora de avaliar cada detalhe e colocar o plano em prática. Lembre-se que o plano de negócio é uma ferramenta de gestão e deve ser revisado periodicamente” (SEBRAE, 2020, n. p.). Ainda nessa mesma linha de considerações Dornelas (2008, n. p.) cita:

A descrição da empresa deverá descrever o propósito, natureza dos serviços ou produtos, estrutura, porém, o mais importante da descrição, é tratar das pessoas que farão parte da equipe, e principalmente, da competência dos gestores que comandaram o empreendimento, pois estes determinaram o rumo do empreendimento, portanto, é o foco dos investidores ao analisarem certo empreendimento. (DORNELAS, n. p.)

2.3 TIPOS DE PLANO DE NEGÓCIOS

De acordo com o Blog Smart Business Plan (2016, n. p.) “o plano de negócios tem diversos elementos em comum, como projeções de fluxo de caixa ou plano de marketing”. “Muitos deles compartilham dos mesmos motivos na hora de serem feitos, como pedir um empréstimo ou convencer um sócio a juntar-se à empresa (BLOG SMART BUSINESS PLAN, 2016, n. p.)”. Mas nem todos planos de negócios são iguais.

O Blog Smart Business Plan (2016, n. p.) “considera que as empresas são diferentes e únicas, o planejamento também. Eles diferem em sua aparência, comprimento, detalhe do conteúdo e na ênfase colocada em aspectos do negócio”.

Considerando a possibilidade de que tudo depende do seu negócio e do objetivo pelo qual deverá ser elaborado um plano de negócios. Escolher um plano de negócios correto é muito importante para que não haja complicações na hora de expor sua ideia e para que gere o impacto esperado o (BLOG SMART BUSINESS PLAN, 2016, n. p.) afirma, vamos a eles:

2.3.1 Plano Mini

No dizer do Blog Smart Business Plan (2016) o plano de negócios mini consiste em até dez páginas e deve conter um conteúdo resumido para pontos chaves como: qual seu conceito de negócio, sua necessidade de financiamento, o plano de marketing que será utilizado e quais são as demonstrações financeiras – exemplo: fluxo de caixa e projeção de renda. Essa é uma maneira excelente de testar brevemente um conceito de negócio ou medir a disposição de um potencial parceiro ou investidor. Esse plano mais lacônico pode servir como um prefácio para um plano de negócios mais completo no futuro.

2.3.2 Plano de Apresentação

O Blog Smart Business Plan (2016) enfatiza que é coincidente apresentar aos bancos, investidores e outros fora da empresa. Quase todas as informações nele apresentada serão as mesmas que o seu plano intrínseco, embora possa ser designado de forma diferente. Por exemplo, deve se usar um vocabulário formal e omitir o jargão informal. Rememore-se, os leitores do seu plano não estarão habitua lizados com a sua atuação, por isso, deve ser bem esclarecido e desenvolvido.

“É interessante também incluir alguns elementos adicionais, como informações financeiras sobre os possíveis riscos e o plano B para eles. Inclua também tabelas, gráficos e fotos do produto e logotipo. Isso deixa o plano de negócios mais tangível” sustenta o (BLOG SMART BUSINESS PLAN, 2016, n. p.)

2.3.3. Plano Empresarial

O Blog Smart Business Plan (2016, n. p.) “considera que um plano interno da empresa é um equipamento para ser utilizada para operar o seu negócio, é importante que seja detalhado e sempre revisado”.

Outro aspecto levantado pelo o Blog Smart Business Plan (2016, n. p.) “é atribuído exatamente para uso interno pode ocultar alguns elementos que seriam consideráveis em um atribuído a alguém fora da empresa, não é necessário incluir um anexo com currículos ou fotos do produto, por exemplo”.

O Blog Smart Business Plan (2016) ao referir-se ao assunto de como guardar ou imprimir o plano de negócios diz que a parte final de impressão do plano de negócios fica a escolha do criador. Atualmente é sempre mais seguro ter salvo no seu computador ou em alguma pasta compartilhada com a equipe. Um outra opção é tê-lo salvo no Smart Business Plan, lá encontra a opção de facilmente revisá-lo, salvá-lo em PDF ou imprimi-lo quanto desejar.

A respeito disso o Blog Smart Business Plan (2016), afirma que a veracidade de fatos e números é tão crucial em um plano de negócios empresarial como em um destinado a pessoas de fora. Lembre-se: este documento é para ser usado, não somente admirado ou esquecido depois de pronto.

2.4 IMPORTÂNCIA DO PLANO DE NEGÓCIOS

De início é interessante destacar o Blog BLB Brasil (2016, n. p.) “em que o empreendedor deve pensar no plano de negócios como uma ferramenta que o auxiliará no processo de planejamento”. Isto vem ao encontro de Bernardi (2008, p. 4) concluiu que:

O plano de negócios em si não garante o sucesso da empresa ou sua lucratividade; no entanto, quando desenvolvida com boa qualidade, aumenta as chances do empreendimento, pois, através da reflexão e da compreensão das necessidades, cria bases sólidas para o monitoramento do modelo e da estratégia de negócio (BERNARDI, 2008, p. 4).

Como faz notar o (BLOG BLB Brasil, 2016, n. p.) “só há razão em planejar caso esteja claro aonde se quer chegar. É importante pensar em como a empresa estará daqui a 5, 10, 20 anos.” este aspecto também é comentado por Lucena (2015, n. p.) “empreender muitas vezes pode ser um mergulho no escuro”.

“O plano é importante para avaliar no decorrer do tempo se os resultados estão condizentes com o que foi estimado” (LUCENA, 2015, n. p.). Esse aspecto também é comentado pelo Blog BLB Brasil (2016, n. p.) “o objetivo de crescimento para o futuro da empresa pode estar relacionado a diferentes áreas: número de clientes, receita, participação no mercado, lucros entre outras. Mas para alcançar o objetivo, é preciso planejar cada passo”.

Como faz notar por Lucena (2015, n. p.) no qual comenta que “um plano de negócios pode dar ao empresário mais conforto e segurança nas decisões a serem tomadas”. “O plano funciona como um mapa para que o empresário possa consultar o caminho pelo qual deve seguir, tornando mais fácil colocar a empresa nos trilhos, caso ela deslize” (LUCENA, 2015, n. p.).

Isso vem ao encontro do Blog Egestor (2020, n. p.) “que conclui um plano de negócios de uma empresa possui diversos benefícios”. Dentre eles:

- **Melhor visualização do seu negócio**

“Por ter um documento com os dados da sua empresa, é possível visualizar de forma ampla todas as informações necessárias para um futuro investimento ou uma diminuição de gastos” (BLOG EGESTOR, 2020, n. p.).

- **Ser um indicador**

O Blog Egestor (2020, n. p.) “considera que com o plano de negócios se tem uma orientação maior de para onde se deve ir. Ele dará as informações necessárias para saber se você está no caminho certo ou se é preciso fazer alguma mudança no planejamento”.

- **Atrair investimentos externos**

O Blog Egestor (2020, n. p.) aponta que com uma base de informações sobre onde planeja ter a empresa no futuro e onde ela está atualmente, será mais fácil saber se investimentos serão inevitáveis. O que irá amparar a conversação com um futuro investidor, porque, dessa forma, ele adquiriria entender as necessidades presentes e futuras da sua empresa.

- **Trazem mais segurança**

“Empresários que possuem um plano de negócios demonstram que se importam com a gestão e o futuro da sua empresa. Enquanto empresários que não possuem o plano de negócios passam a imagem de desinteressados” (BLOG EGESTOR, 2020, n. p.).

3. CONSEQUENCIAS DE NÃO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIOS

Na matéria do Sebrae (2017, n. p.) “mostra um estudo realizado em 2013, o Sebrae Nacional apontou que 24,4% delas fecham as portas com menos de dois anos de existência”. “E esse percentual pode chegar a 50% nos estabelecimentos com menos de quatro anos” (SEBRAE, 2017, n. p.).

Outro aspecto levantado pelo blog Sebrae (2017) que ao abrir a empresa, parte dos empreendedores não levanta informações importantes sobre o mercado como clientes, concorrente e fornecedores, e mais da metade não elabora um plano de negócios antes de iniciar o empreendimento, o que pode ser prejudicial e levando até a mortalidade precoce do negócio. Planejar-se auxilia a prever quaisquer imprevistos que podem surgirem pelo caminho.

Este aspecto também é comentado na matéria do Blog Visa Móveis (2017) mostra algumas consequências de não fazer um plano de negócios, veja elas a baixo:

3.1. O risco de mortalidade do empreendimento é maior

Blog Visa Móveis (2017) identifica que ao criar uma empresa sem um planejamento que a acompanhe, o empreendimento poderá encontrar muitos confrontos em se localizar no mercado e dar orientação às suas ações. Isso, naturalmente, irá somar os riscos de que ele “morra na praia”.

3.2. Não é possível visualizar a progressão do negócio

Comete-se o engano, em muitos circunstâncias, de pensar que o plano de negócios dificulta a viabilidade do empreendimento. Mas, na verdade, ele pode ser executado de forma flexível e, além disso, facilitará identificar, conforme as metas propostas, o quanto a empresa prosperou, as ações que estão executando e o que demanda modificações (BLOG VISA MOVEIS, 2017, n. p.).

3.3. Corre-se maior risco de maus investimentos

Enfatiza o Blog Visa Móveis (2017, n. p.) “se não houver uma definição prévia sobre como, quando e com qual finalidade os recursos disponíveis para montar um negócio serão investidos, os investimentos se tornam vulneráveis”.

3.4. Dificuldades de conseguir novos investidores

Destaca o Blog Visa Móveis (2017) que os investidores são aliados importantes para alavancar um empreendimento. Ao montar um negócio, esses potenciais parceiros devem ser visualizados. É preciso considerar que dificilmente alguém investirá em algo cuja proposta não apresente definições razoáveis. Portanto, se o empreendedor desejar contar com investidores, deverá elaborar um plano de negócios, para que eles saibam aonde estão pisando.

3.5. Dificuldades de inserção e direcionamento do empreendimento

“O plano de negócios é um facilitador para que a empresa se localize no mercado. Se posicione em relação à concorrência e alcance os seus clientes em potencial” (BLOG VISA MOVEIS, 2017, n. p.).

Outro aspecto levantado pelo Blog Visa Móveis (2017, n. p.) “a ausência de um planejamento adequado ao montar uma empresa pode gerar consequências”. “Pode deixá-la de fora, no ar, sem identidade e presença no meio em que pretende se inserir. Vale a pena investir nesse planejamento, ainda que seja por precaução” (BLOG VISA MOVEIS, 2017, n. p.).

4. SUCESSO DE UMA EMPRESA

Salim (2005, p. 34) “afirma que uma boa ideia para um negócio é essencial para o sucesso, mas não basta. É preciso um bom plano de negócios para que se possa transformar uma boa ideia ou uma oportunidade em um bom negócio”.

“Além disso, serão necessárias dedicação e habilidade para que o negócio seja um sucesso. Somente com uma boa gerência é que se pode transformar o plano em realidade e, para isso, é essencial ter uma equipe dedicada e capacitada para exercer suas funções” (SALIM, 2005, p. 34).

Isso vem ao encontro de Bessas (2012, n. p.) destaca que,

o plano de negócios ou planejamento estratégico deve ser primordial para um empreendedor. Se você for investir e achar que não tem tempo ou condições para fazer um planejamento, contrate pessoas especializadas para tal. É melhor você ter esse “gasto”, do que deixar de fazer o planejamento. Com ele, você economiza dinheiro e tempo, garante qualidade e sucesso. Portanto, tenha sempre em mente a necessidade de fazê-lo. E o que a princípio parece ser gasto, na verdade é um importante investimento. (BESSAS, 2012, n. p.).

Outro Aspecto levantado por Bessas (2012, n. p.) cometa que "tomando atitudes coerentes com valores traçados e na hora certa, o desempenho do empreendimento será uma constante e lhe garantira grandes resultados, tornando sua empresa um sucesso”.

Bessas (2012, n. p.) considera que fazer um empreendimento se tornar um sucesso acaba sendo uma raridade dentre milhares que almejam essa posição. Portanto para fazer parte dos promissores, você precisa agir com estratégia desde o princípio, quando surgiu o sonho e o desejo de fazê-lo.

“Para aumentar a probabilidade de sucesso de um novo investimento, planejar antes de fazê-lo é sempre mais prudente e aumenta sua eficácia”. (BESSAS, 2012, n. p.)

5. CASOS INSPIRADORES

De início é interessante destacar o Blog Gestão de Equipes (2017, n. p.) diz que “quem nunca enfrentou uma crise? Não tem jeito: dos países mais ricos ao mais pobres, de celebridades a pessoas comuns, de grandes empresas a pequenas; todos em algum momento já passaram por dificuldades.”

O Blog Gestão de Equipes (2017) considera que são escassas as empresas que conseguem superar bem a instabilidade. Por isso, neste artigo será apresentado alguns exemplos para se tirar lições que ajudarão a planejar e reformulações de forma efetiva, diminuindo ao máximo os riscos e aumentando de forma considerável a taxa de sucesso.

5.1. GRENDENE

O Blog Gestão de Equipes (2017, n. p.) destaca que,

a Grendene também tem um grande case para apresentar com a marca Ipanema. Isso porque, no ano de 2007, seus executivos avaliaram, pesquisaram e projetaram o produto certo, que permitiria à companhia ter uma marca global. Grosso modo, a intenção era repetir o que as Havaianas fizeram. (BLOG GESTÃO DE EQUIPES, 2017, n. p.)

O Blog Gestão de Equipes (2017, n. p.) considera que “parte do seu planejamento estratégico consistia em associar o produto à imagem de Gisele Bündchen e à temática indígena, centralizando os esforços de marketing na sandália Ipanema com desenhos simples e preço competitivo”.

“Para isso, a empresa utilizou uma boa avaliação do produto em um certo mercado, para promover o mesmo produto em outro” (BLOG GESTÃO DE EQUIPES, 2017, n. p.).

5.2. GOL LINHAS AÉREAS

“A Gol Linhas Aéreas iniciou suas atividades em janeiro de 2001, com um patrimônio de vinte milhões. Já em 2006, a empresa foi avaliada em 12 bilhões, e cresceu 17 vezes em faturamento” (BLOG GESTÃO DE EQUIPES, 2017, n. p.).

Outro aspecto levantado pelo Blog Gestão de Equipes (2017) mostra que um ano depois, adquiriu a Varig - ex-empresa líder – deixando o caminho livre para uma tentativa de hegemonia do mercado de aéreo nacional. Resumindo: em seis anos, e sem experiência no ramo, iniciou com uma pequena participação de 5% e conquistou 37% do mercado.

O Blog Gestão de Equipes (2017, n. p.) considera que “para chegar nesses resultados, a empresa analisou suas forças e fraquezas, criou uma cultura organizacional forte e compreendeu que tinha muitas qualidades para concorrer no mercado — mas que também tinha diversas falhas ou limitações.”

O Blog Gestão de Equipes (2017, n. p.) enfatiza que “a companhia mudou a forma de comercialização das passagens, realizando as operações pela internet, eliminando intermediários, o que reduziu seus custos operacionais”.

“Além disso, implantou um sistema de viagens sem o luxo que as demais concorrentes tinham, diminuindo a qualidade do atendimento de bordo” (BLOG GESTÃO DE EQUIPES, 2017, n. p.).

Outro aspecto levantado pelo Blog Gestão de Equipes (2017, n. p.) nota que “também focou em promoções noturnas, com baixo custo das passagens. Isso deixou as viagens noturnas sempre lotadas, o que significou um aumento de faturamento”.

No Blog Gestão de Equipes (2017, n. p.) mostra que essa “foi a prática dessas estratégias que fez a GOL conquistar pessoas que sequer sonhavam em andar de avião, bem como empresas que buscavam economia nas suas viagens de negócios”.

“Assim, a empresa obteve um custo operacional 60% menor que o dos seus concorrentes — além de viabilizar viagens mais baratas que de ônibus para alguns destinos”. (BLOG GESTÃO DE EQUIPES, 2017, n. p.).

5.3. TOYOTA

Como faz notar o Blog Gestão de Equipes (2017, n. p.) comentando que “a Toyota enfrentou a sua maior crise logo após a segunda guerra mundial, chegando até a ficar à beira da falência. Até que, por iniciativa do presidente, a empresa começou a reinventar o seu processo produtivo”.

A respeito disso o Blog Gestão de Equipes (2017, n. p.) cita “o planejamento foi de longo prazo, e incluía ações que objetivavam o trabalho produtivo através da eliminação do desperdício, estoque mínimo, fluxos contínuos e estoque sob demanda”.

“O conceito ficou conhecido como Sistema Toyota de Produção. Ele fez com que a empresa conseguisse apresentar para o mercado produtos de altíssima qualidade, entregas rápidas e com o menor preço do mercado” (BLOG GESTÃO DE EQUIPES, 2017, n. p.).

Ainda nesta mesma linha de considerações o Blog Gestão de Equipes (2017, n. p.) cita que “atualmente, todas as montadoras utilizam esse modelo de produção. E, como resultado desse planejamento, a Toyota é até hoje uma das maiores e mais respeitadas montadoras do mundo”.

5.4. DUDALINA

A respeito disso o Blog Gestão de Equipes (2017, n. p.) cita a marca “Dudalina que hoje é a maior camisaria da América Latina, mas nem sempre foi assim. Para atingir esse sucesso, a empresa teve que investir e se tornar em uma gestora de marcas”.

Seu planejamento estipulava meta de grande investimento e um crescimento agressivo no aumento de número de lojas. Além disso, para conseguir realizar o desempenho esperado - que era na época um crescimento de 20% ao ano - a empresa trabalhou fortemente no marketing, atuando em diversas mídias (BLOG GESTÃO DE EQUIPES, 2017).

O Blog Gestão de Equipes (2017, n. p.) aponta que “atualmente, já é muito fácil ver a marca nas principais redes de TV. E, como complemento, a exposição dos produtos foi aperfeiçoada, e as embalagens, totalmente diversificadas”.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo tem como objetivo mostrar a real necessidade do desenvolvimento de um plano de negócios antes da abertura do empreendimento, mostrando sua importância, como elaborar um, seus tipos.

O estudo analisa os diversos benefícios que a elaboração do plano de negócios proporciona, tais como: melhor visualização de seu negócio, ser um indicador, atrair investimentos externos, trazer mais segurança. Ele vai muito além de um simples documento, em seu desenvolvimento é pensado tudo que se quer realizar e onde pretende chegar assim facilitando algumas decisões, ele é o passo a passo de uma empresa, o guia, todo o caminho que ela irá trilhar neste está contido podendo até prever possíveis dificuldades e neste as soluções das mesmas.

Nesta perspectiva, o estudo de caso mostrou possíveis consequências de não elaborar um plano de negócios, a primeira citada e a mais decorrente é o risco de mortalidade em menos de 2 a 4 anos de existência podendo chegar em até 54,4%, mostrando que mais da metade das empresas morrem por falta de planejamento e com razão pois não conhecem seu mercado, concorrentes, possíveis dificuldades, custos, entre outros aspectos importantíssimos para a abertura de seu negócio. A segunda mostra a falta de visualizar a evolução do empreendimento, a próxima etapa mostra que as empresas que não desenvolvem o plano de negócios aumenta o risco de maus investimentos, se o negócio não for rentável pode gerar a mortalidade precoce e assim fazendo com que o empreendedor perca o dinheiro investido ou que invista em algo que não ajudara a aumentar seus lucros. A quarta consequência é a dificuldade de conseguir investidores, pois eles não irão conseguir visualizar o retorno, a quinta e última é a dificuldade de inserção e direcionamento do empreendimento podendo deixar a empresa fora do ar, sem identidade, sem saber qual o real motivo de sua existência.

Nesta perspectiva, o estudo de caso mostrou a relação do sucesso de uma empresa com a elaboração de um bom plano de negócios, em que as probabilidades de sucesso de um novo negócio pode aumentar e é mais prudente e eficaz planejar antes de começar. Como viu se neste trabalho, “um planejamento de sucesso é fundamental para o crescimento e manutenção das empresas. Para tanto, o processo deve ser realizado pensando no longo prazo, e é preciso ter

disciplina para executar as ações e envolver a equipe” (BLOG GESTÃO DE EQUIPES, 2017, n. p.).

Baseando-se nos dados coletados neste estudo de caso, quando confrontado às referências científicas, pode então dizer que a elaboração de um plano de negócios é fundamental para a abertura de qualquer empreendimento mas não apenas para a abertura mais também para reinvenção de uma empresa já existente no mercado, mais que quer alcançar novos objetivos. O plano de negócios é o passo a passo, é o conhecimento que o empreendedor terá sobre sua empresa, mercado, concorrentes, é o passe para conseguir investidores e obter sucesso.

REFERÊNCIAS

BERNARDI, L. A. **Manual de plano de negócios: fundamento, processos e estruturação**. São Paulo: Atlas, 2008.

BESSAS, N. A. **Tornando sua empresa um sucesso**. São Paulo: Nelpa, 2012. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=eE0mDgAAQBAJ&pg=PP1&dq=Tornando+sua+em+presa+um+sucesso&hl=pt-BR&sa=X&ved=2ahUKEwiOILqcodPsAhWALLkGHSgsAOEQ6AEwAHoECAQQA#v=onepage&q=Tornando%20sua%20empresa%20um%20sucesso&f=false>>. Acesso em: 24 out. 2020 as 13:30.

BLOG BLB BRASIL. **A importância de um plano de negócios para sua empresa**. 2016. Disponível em: <<https://www.blbbrasil.com.br/blog/importancia-plano-de-negocios/>>. Acesso em: 27 set. 2020 as 16:30.

BLOG EGESTOR. **Plano de negócios: o que é, como fazer e sua importância**. 2020. Disponível em: <<https://blog.egestor.com.br/plano-de-negocios/>>. Acesso em: 27 set. 2020 as 17:00.

BLOG GESTÃO DE EQUIPES. **Planejamentos de sucesso: conheça 4 casos inspiradores**. 2017. Disponível em: <<https://gestaodeequipes.com.br/planejamentos-de-sucesso-conheca-4-casos-inspiradores/>>. Acesso em: 24 out. 2020 as 19:21.

BLOG SMART BUSINESS PLAN. **Encontre o Plano de Negócios perfeito para você**. 2016. Disponível em: <<https://smartbusinessplan.com.br/blog/encontre-o-plano-de-negocios-perfeito/>>. Acesso em: 27 set. 2020 as 16:00.

BLOG VISA MÓVEIS. **Plano de negócios: 5 consequências de não fazer**. 2017. Disponível em: <<https://www.visamoveis.com.br/plano-de-negocios-consequencias-de-nao-fazer/#:~:text=O%20risco%20de%20mortalidade%20do%20empreendimento%20%C3%A9%20maior&text=Ao%20montar%20uma%20empresa%20sem,ele%20%E2%80%9Cmorra%20na%20praia%E2%80%9D>>. Acesso em: 24 out. 2020 as 13:08.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

LILIAN. **O que é um plano de negócios**. 2014. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/o-que-e-um-plano-de-negocios>>. Acesso em: 03 out. 2020 as 15:35.

LUCENA, J. A **importância de um plano de negócios**. 2015. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/a-importancia-de-um-plano-de-negocios>>. Acesso em: 03 out. 2020 as 15:13.

OLIVEIRA, E. **Como é a estrutura e a importância do Plano de Negócios para a empresa?** 2018. Disponível em: <<https://atitudeenegocios.com/plano-de-negocios>>. Acesso em: 10 set. 2020 as 16:46.

ROVEDA, V. **Plano de negócios: como elaborar**. 2018. Disponível em: <<https://blog.contaazul.com/plano-de-negocios-saiba-como-comecar/>>. Acesso em: 03 out. 2020 as 16:07.

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

SEBRAE. **Entenda o motivo do sucesso e do fracasso das empresas**. 2017. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/bis/entenda-o-motivo-do-sucesso-e-do-fracasso-das-empresas.b1d31ebfe6f5f510VgnVCM1000004c00210aRCRD?origem=estadual&codUf=26%20%20%20Acesso:16/08/2018>>. Acesso em: 24 out. 2020 as 13:00.

SEBRAE. **Plano de Negócio: por que ele é tão importante para abrir sua empresa?** 2019. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/plano-de-negocio-porque-ele-e-tao-importante-para-abrir-a-sua-empresa.05bdf074cdcda510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 03 out. 2020 as 15:54.

SEBRAE. **Tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio**. 2020. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio.37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 12 set. 2020 as 18:16.