

# “Um bom Plano de Negócios é largada certa para o Êxito!”

Publicado em 16 de Junho de 2017



**C**onflitos de interesse, de ideias, problemas das mais variadas ordens, tais como: divergências quanto às orientações a serem repassadas aos Dirigentes e Colaboradores, quanto aos procedimentos a serem adotados para execução de uma determinada atribuição, e etc. são, na verdade, situações correntes nas empresas, ocorrem no seu dia a dia e, com mais intensidade nas empresas recém-criadas, ou seja, nas empresas com pouco tempo de atuação. O que não devemos e, não podemos deixar ocorrer, são os problemas de fundo, àqueles que comprometem a

parte central do negócio, o seu Core Business algo geralmente definido em razão da estratégia adotada pelo(s) seu(s) sócio(s).

Quando chegamos a tal ponto, das duas, uma: Ou não se está preparado para a condução de forma profissional do PN - PLANO DE NEGÓCIOS, ou o que ainda é mais complicado, iniciou-se a empresa sem a construção do mesmo, ou seja, sem PLANEJAMENTO. Lembrem-se; “Não há mais espaço para amadores no mercado, por menor que seja a empresa!”

A definição das metas e objetivos, requer a elaboração de uma estratégia a ser seguida, a qual servira de orientação para a toda a equipe nas suas ações e tomadas de decisão.

Para criação de nossas metas e objetivos, sentimo-nos exigidos a conhecer bem os nossos Concorrentes, assim como nossos Clientes em potencial, pois é, nos primeiros meses do negócio, onde atuamos realizando os ajustes exigidos em relação às ocorrências reais. Necessitamos ajustar as nossas previsões. O PN é, indubitavelmente, o Instrumento de Direção Inicial do Negócio.



Do inglês Business Plan, o PN - PLANO DE NEGÓCIOS, também chamado "PLANO EMPRESARIAL", é o documento que especifica a empresa que se quer iniciar ou que já se encontra em andamento. Algo que foge ao princípio básico do instrumento. É como, "Pegar o Bonde Andando." É mais arriscado!

Com o PN concluído e aprovado pelo(s) sócio(s) no investimento, a intenção de se iniciar uma atividade empresarial está pronta, está documentada. Passa a ser um modelo de negócio a ser operado e desenvolvido. O PN também é utilizado como elemento de comunicação aos potenciais investidores, assim como, instrumento de promoção interna. É o modelo de gestão empresarial a ser seguido pela empresa.

Aqui vão as principais dicas para a sua elaboração e aplicação:

1 - Podemos e devemos nos utilizar de um guia. Facilita a sua estruturação de um modo geral. Na WEB há inúmeros modelos disponíveis para consulta. Há alguns muito interessantes;

2 - Seja original! Utilize as dicas como guia e não como sendo algo a ser copiado. Fundamente a sua construção segundo os interesses reais do seu negócio. Esgote bem os temas a serem tratados. Reúna sua equipe e a envolva na apuração das necessidades exigidas pelo trabalho;

3 - Comece por responder a seguinte pergunta: “O que quero ou O que queremos?”;



4 - Após a conclusão do que se quer ou do que queremos, partimos para o “Como Quero ou o Como Queremos?” Neste ponto, após a definição dos objetivos o(s) empresário(s) e sua equipe, pré-definida para o estudo, consegue(m) decidir sobre o conteúdo a ser registrado no PN, dando os respectivos destaques aos pontos mais relevantes do processo;

5 - Consultas: Já após a definição do “Como Quero ou do Como Queremos”, precisaremos desenvolver algumas pesquisas, algumas sondagens sobre o mercado em que estaremos inseridos, tais como: - Identificação do perfil dos Clientes em potencial; - O crescimento previsto para o segmento do mercado onde pretendemos atuar; - A identificação, localização e a

qualidade dos fornecedores de bens e serviços os quais utilizaremos em nossa região e fora dela, dentre outras;

6 - Investidores: O PN bem elaborado, bem fundamentado, revisto por técnicos conhecedores do assunto, é instrumento de marketing externo, deve ser entendido como sendo uma “Janela de Oportunidade”, ao “Investidor em Potencial.” Como tal deve ser apresentado por quem o domine e, se possível em ambiente adequado a tal ação. Aqui, “O Investidor, antes do Cliente, muitas vezes, é a Alma do Negócio”;



Decorrido o primeiro ano de aplicação do PN, o que certamente terá gerado um material mais qualificado às futuras previsões (valores realizados, indicadores e índices gerados, etc.), e, por já ter vivido algumas vezes este tipo de situação, sugiro elevá-lo a categoria de PLANO

ESTRATÉGICO, extraído dali um  
PROGRAMA DE PRODUTIVIDADE,



ou quem sabe, algo semelhante, visando às suas utilizações nos demais anos vindouros. Caberá, certamente, a inclusão da oferta de um percentual de participação nos resultados aos Colaboradores. Algo a ser negociado com os mesmos quando da elaboração do PROGRAMA DE PRODUTIVIDADE. Normalmente remunera o alcance das metas previstas, assim como as melhorias.

### **Alexandre Rocha - Economista**

**MULTI - MÉTODOS**  
Consultoria e Gestão Empresarial  
PCA - Presidente do Conselho de Administração

**"A maioria das pessoas não planeja  
fracassar, fracassa por não planejar"**  
autor: John L. Beckley"