



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS JOÃO PESSOA
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

DÉBORA CARLA VIRGÍNIO DA SILVA

**A IMPORTÂNCIA DA UTILIZAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS PARA
IMPLEMENTAÇÃO E SUCESSO DE NOVOS NEGÓCIOS NA PANDEMIA**

**João Pessoa
2021**

DÉBORA CARLA VIRGÍNIO DA SILVA

**A IMPORTÂNCIA DA UTILIZAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS PARA
IMPLEMENTAÇÃO E SUCESSO DE NOVOS NEGÓCIOS NA PANDEMIA**



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Orientador(a): Prof. Dra. Maria de Fátima Silva Oliveira

**JOÃO PESSOA
2021**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca Nilo Peçanha, IFPB *campus* João Pessoa

S586i Silva, Débora Carla Virgínio da.

A importância da utilização do plano de negócios para implementação e sucesso de novos negócios na pandemia / Débora Carla Virgínio da Silva. – 2021.

62 f. : il.

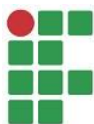
TCC (Graduação – Bacharelado em Administração)
- Instituto Federal de Educação da Paraíba / Unidade Acadêmica de Gestão e Negócios, 2021.

Orientação: Prof^a D.ra Maria de Fátima S. Oliveira.

1. Empreendedorismo. 2. Plano de negócios. 3. Planejamento. 4. Sucesso empresarial. I. Título.

CDU 005.342(043)

Lucrecia Camilo de Lima
Bibliotecária – CRB 15/132



INSTITUTO FEDERAL
Paraíba

CAMPUS JOÃO PESSOA
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS

PARECER 2/2021 - UA5/UA/DDE/DG/JP/REITORIA/IFPB
Em 27 de maio de 2021.

**FOLHA DE APROVAÇÃO
TRABALHO DO CONCLUSÃO DE CURSO**

Débora Carla Virginio da Silva
MATRÍCULA: 2016460065

**A importância da utilização do plano de negócios para implementação e
sucesso de novos negócios na pandemia**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado em **26/05/2021** ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Resultado: **APROVADO**

João Pessoa, 26/05/2021.

BANCA EXAMINADORA:
(assinaturas eletrônicas via SUAP)

Maria de Fátima Silva Oliveira
Orientador(a)

Maria da Conceição Monteiro Cavalcanti
Examinador(a) interno(a)

Jimmy de Almeida Lélis
Examinador(a) interno(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- **Maria da Conceicao Monteiro Cavalcanti, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 01/06/2021 14:36:18.
- **Maria de Fatima Silva Oliveira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 27/05/2021 21:52:26.
- **Jimmy de Almeida Lellis, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 27/05/2021 19:39:11.
- **Amanna Ferreira Peixoto, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 27/05/2021 19:34:42.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 27/05/2021. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 190904

Código de Autenticação: 47042b7283



NOSSA MISSÃO: Ofertar a educação profissional, tecnológica e humanística em todos os seus níveis e modalidades por meio do Ensino, da Pesquisa e da Extensão, na perspectiva de contribuir na formação de cidadãos para atuarem no mundo do trabalho e na construção de uma sociedade inclusiva, justa, sustentável e democrática.

VALORES E PRINCÍPIOS: Ética, Desenvolvimento Humano, Inovação, Qualidade e Excelência, Transparência, Respeito, Compromisso Social e Ambiental.

A Deus por sua graça e amor por mim.
Aos meus pais, ao meu noivo e minhas
irmãs por todo apoio e incentivo no
decorrer da minha graduação, agradeço a
todos os meus docentes que transmitiram
todo o conhecimento necessário para
minha formação acadêmica.

AGRADECIMENTOS

A Deus sou muito grata por ter me dado a oportunidade de concluir minha graduação, por ter me dado forças no momento que mais precisei. Agradeço aos meus familiares que sempre acreditaram no meu potencial e me incentivaram em todos os momentos. Sou grata ao meu noivo por toda motivação que me fez acreditar que esse sonho era possível. Agradeço também às minhas sobrinhas que tiveram paciência e colaboraram com o silêncio sempre que se fazia necessário, os estudos em casa e dedicação a minha graduação.

Agradeço em especial a minha orientadora, Maria de Fátima, por todo ensinamento, motivação e dedicação. Agradeço também por ter despertado em mim o desejo de empreender e ter me motivado por meio dos seus ensinamentos a abrir meu próprio negócio. Sou grata à minha mãe, Maria José, por ter confiado em meu potencial e ter me permitido colocar em prática todo aprendizado referente ao empreendedorismo que até aqui adquiri e realizar o nosso sonho de abrir nossa salgateria. Por fim, agradeço a todos os professores que fizeram parte da minha trajetória e a todos os colegas que caminharam comigo durante a graduação e não negaram ajuda sempre que precisei, em especial minha amiga Cristiane Ferreira Costa, por toda ajuda e amizade. Agradeço também aos colegas de outras turmas que me acolheram com empatia e que compartilharam comigo experiências e aprendizados.

Que darei eu ao Senhor por todos os
benefícios que me tem feito?
(Salmos 116:12)

RESUMO

O plano de negócios funciona como um norte para todas as condutas que o empreendedor deverá adotar para se manter no mercado com sucesso, por isso considera-se o caminho adequado para que um novo negócio seja posto em prática e que também pode ser aplicado em negócios já estabelecidos. Entretanto, alguns empreendedores desconhecem essa ferramenta, por isso não a utilizam. Com a finalidade de descrever a importância do plano de negócios para criação e sucesso de um novo negócio na pandemia, o estudo identificou entre os empreendedores de João Pessoa e cidades circunvizinhas o conhecimento e utilização dessa ferramenta. Quanto à metodologia trata-se de uma pesquisa de natureza aplicada, com procedimentos técnicos que incluíram pesquisa de campo, com objetivo que a caracteriza como explicativa, pois preocupou-se em explicar como a utilização do plano pode impactar a criação e o êxito dos negócios. A abordagem utilizada para levantamento e tratamento de dados é do tipo quantitativa de método indutivo. O **Google Forms** foi utilizado como instrumento de pesquisa, com questões subjetivas e objetivas, realizados com base em materiais disponíveis em estudos anteriores. A amostra limitou-se a 53 empreendedores. Os resultados indicaram que a maioria não fez uso da ferramenta, sendo a falta de conhecimento sobre o instrumento, o principal motivo apontado. Entretanto para 30% dos entrevistados que utilizaram o plano de negócios, esse auxiliou no êxito dos seus negócios, contribuindo para entre outros aspectos, o melhor entendimento do seu ramo de atividade e do mercado. Esses resultados ressaltam a falta de planejamento, como fator considerável entre os empreendedores nascentes e estabelecidos desta pesquisa, que teve como maioria desses negócios atuando a menos de 1 ano representando 30,2%. Este estudo contribui com conhecimentos acerca da utilização do plano de negócios na região estudada, sendo útil para órgãos públicos, instituições sociais interessadas nesses indicadores, assim como para o crescimento desse conteúdo na área acadêmica especialmente nas áreas de Administração e correlatas, por ser tema pouco abordado. Sugere-se que haja mais estudos voltados a essa temática principalmente em João Pessoa, a fim de acompanhar a evolução dessa prática no mundo dos negócios.

Palavras chaves: Plano de Negócios. Empreendedorismo. Sucesso. Planejamento.

ABSTRACT

The business plan acts as a guide for all the conduct that the entrepreneur must adopt to remain in the market successfully, so it is considered the appropriate way for a new business to be put in place and that can also be applied in established businesses. However, some entrepreneurs are unaware of this tool, so they do not use it. In order to describe the importance of the business plan for the creation and success of a new business in the pandemic, the study identified among the entrepreneurs of João Pessoa and neighboring cities the knowledge and use of this tool. As for the methodology, it is a research of an applied nature, with technical procedures that included field research, with the objective that characterizes it as explanatory, because it was concerned to explain how the use of the plan can impact the creation and success of the business. The approach used for data collection and processing is of the quantitative type of inductive method. Google forms was used as a research tool, with subjective and objective questions, based on materials available in previous studies. The sample was limited to 53 entrepreneurs. The results indicated that the majority did not use the tool, and the lack of knowledge about the instrument was the main reason pointed out. However, for 30% of the interviewees who used the business plan, this helped in the success of their business, contributing to among other aspects a better understanding of their field of activity and the market. These results highlight the lack of planning, as a considerable factor among the nascent and established entrepreneurs of this research, which had as a majority of these businesses acting less than 1 year representing 30.2%. This study contributes with knowledge about the use of the business plan in the studied region, being useful for public agencies, social institutions interested in these indicators, as well as for the growth of this content in the academic area especially in the areas of Administration and related, because it is a subject that is little addressed. It is suggested that there be more studies focused on this theme mainly in João Pessoa, in order to follow the evolution of this practice in the business world.

Keywords: Business Plan. Entrepreneurship. Success. Planning. Entrepreneur

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Motivação dos empreendedores por oportunidade e por necessidade	24
Figura 2 - Taxas de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE - Brasil - 2002 2019	25

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - CAUSA MORTIS: O sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros 5 anos de vida	15
Quadro 2 - A quem se destina o plano de negócios	26
Quadro 3 - Estrutura do plano de negócios para pequenas empresas no geral.....	32
Quadro 4 - Perfil Sócio Demográfico da amostra	36

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Ramo de atividade e regulamentação do empreendimento	37
Gráfico 2 - Forma jurídica dos negócios pesquisados.....	38
Gráfico 3 - Em qual região o seu empreendimento está localizado	39
Gráfico 4 - Seu negócio atua no ambiente físico ou virtual	40
Gráfico 5 - Qual a média de faturamento mensal.....	40
Gráfico 6 - Tempo de atuação no mercado	41
Gráfico 7 - Seu negócio atende a que região	42
Gráfico 8 - Como surgiu o desejo de empreender.....	43
Gráfico 9 - Ao abrir o seu empreendimento, foi feito um planejamento prévio	44
Gráfico 10 - Quando decidiu empreender, buscou ajuda de algum órgão de apoio a microempreendedores de sua cidade	44
Gráfico 11 - Você tem conhecimento referente a uma ferramenta de auxílio a empreendedores chamada Plano de negócios	45
Gráfico 12 - Você utilizou a ferramenta (Plano de Negócios) para lhe auxiliar no momento de planejamento	46
Gráfico 13 - Se você utilizou o Plano de negócios. Cite o motivo conforme opções abaixo.....	46
Gráfico 14 - Se você não utilizou o plano de negócios. Cite o motivo conforme opções abaixo	47
Gráfico 15 - Caso tenha utilizado o Plano de negócios, cite em quais momentos ele foi usado.....	48
Gráfico 16 - Se você utilizou o Plano de negócios. Cite o motivo conforme opções abaixo.....	48
Gráfico 17 - No seu ponto de vista como empreendedor (a), você acha que o plano de negócios lhe auxiliou ou não, no êxito do seu empreendimento	49
Gráfico 18 - Das opções listadas, indique como o uso do plano de negócios lhe ajudou quanto a criação e o êxito do seu negócio	50

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

MEI - Microempreendedor Individual

ME - Microempreendedor

GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa

SOFTEX - Sociedade Brasileira para Exportação de *Software*

TEA - Taxa de empreendedorismo inicial

TEE - Taxa de empreendedorismo estabelecido

SWOT - *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 OBJETIVOS	20
1.1.1 Objetivo Geral.....	20
1.1.2 Objetivos Específicos	20
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	21
2.1 Empreendedorismo e sua disseminação no Brasil	21
2.2 O Plano de negócios	24
2.3 A importância de Plano de negócios para o sucesso no empreendedorismo.....	27
2.3.1 Estrutura de Plano de Negócios.....	30
3 METODOLOGIA DA PESQUISA.....	33
3.1 Caracterização da pesquisa.....	33
3.2 Universo, amostragem e amostra	35
3.2.1 Instrumentos de coleta de dados	35
3.2.2 Perspectiva de análise de dados.....	35
4 ANÁLISE DOS DADOS DA AMOSTRA.....	36
4.1 Análise do perfil sociodemográfico	36
4.2 Perfil dos empreendedores pesquisados.....	37
4.3 Perfil empreendedor e suas características.....	43
4.4 Nível de utilização e conhecimento sobre o Plano de Negócios.....	45
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS.....	54
APÊNDICE A Questionário	57

1 INTRODUÇÃO

No cenário brasileiro é notório que o empreendedorismo tem uma participação considerável na movimentação da economia do país. O surgimento de novos negócios é crescente. A possibilidade de criar a própria renda ganhou espaço entre a população, através do empreendedorismo, seja de maneira formal ou informal. Empreender tem gerado renda para muitas famílias, pois ter seu próprio negócio é a forma que muitos brasileiros encontraram para escapar do desemprego e obter o seu sustento.

No Brasil, o índice de desemprego e também o fracasso de empreendimentos já era preocupante e intimidava aqueles que estavam ingressando no mercado de trabalho, entretanto mais um fator é inserido nesse cenário, a chegada inesperada de uma doença infecciosa, que se disseminou nos territórios brasileiros agravou consideravelmente essa situação. A doença denominada COVID-19, surgiu na China, em dezembro de 2019, causada pelo novo coronavírus (SARS-CoV-2), e espalhou rapidamente em outros países (Satomi et al, apud BERNARDES et al, 2020 p. 43).

A atual situação tornou-se o motivo que levou as autoridades de todos os estados brasileiros a seguirem recomendações da Organização Mundial de Saúde (OMS), optando assim por medidas de afastamento social. Medidas essas que afetaram, de modo direto, o mundo dos negócios, resultando no fechamento de incontáveis empresas que não faziam parte do ramo de atividades essenciais.

Em consequência dessa nova e difícil realidade cidadãos de todas as idades e profissões perderem seus empregos, centenas de empresas fecharam suas portas, sem data para reabrir, sem perspectivas de voltar a atuar. O país teve sua economia comprometida, empresas grandes e pequenas pararam de gerar renda, lucro e emprego.

Segundo Buss e Tobar, citados por BERNARDES et al, (2020 p. 44) “Milhões de pessoas perderam seus empregos, governos tiveram que aumentar, consideravelmente, os gastos com saúde e ajudar financeiramente as empresas e as pessoas.”

O mundo inteiro parou para enfrentar um inimigo desconhecido, invisível, que afetou todas as classes sociais, que não escolhe raça, poder aquisitivo, grau de instrução, cidade ou país, o que levou o Brasil que outrora lutava pela baixa nos

altos índices de desemprego, a se reinventar e lutar não só por um emprego mais literalmente pela sobrevivência.

A triste situação enfrentada todos os dias por aqueles que faziam parte do índice de desemprego de cada país, tornou-se ainda mais grave, no momento em que empresas em massa fecharam suas portas.

Toda essa crise e pandemia provocada pela Covid-19 acarretou no afastamento de inúmeros cidadãos do mercado de trabalho, e uma das categorias mais afetadas foi a dos pequenos negócios.

que fez com que diversos indivíduos motivados pela necessidade buscassem o seu sustento por meio do desenvolvimento do seu próprio negócio, o que mostra a capacidade que o povo brasileiro tem de criar meios em busca da independência financeira e do sustento, entretanto isso não quer dizer que tal habilidade de negociar e de se arriscar, levará esse empreendedor a alcançar o sucesso nos negócios.

Toda essa dificuldade relatada, trouxe consigo uma aceleração no uso do comércio eletrônico o que permitiu aumentar a aceitação no que se refere a vendas *on-line*, essa modalidade de venda possibilitou diversos cidadãos desempregados a abrirem seu próprio negócio virtual e motivou os empreendedores já estabelecidos de todas as regiões, a modernizarem seus processos de vendas por meio do comércio eletrônico. De acordo com Bernades et all, (2020):

A pandemia causada pela Covid-19 fez com que muitos empreendedores tivessem que repensar a forma como conduzir seus negócios para mantê-los ativos, fazendo com que muitos aderissem ao comércio eletrônico.

Entretanto é importante ressaltar que mesmo em momentos de crises os empreendedores não podem deixar o planejamento de lado, pois o empreendedorismo motivado pela necessidade gera negócios imaturos, levando a um fracasso iminente.

De acordo com Medeiros (2018), a decisão de empreender por necessidade vem da dificuldade em conseguir um emprego, pela qual o indivíduo cria um novo negócio motivado pela urgência em gerar renda para o sustento do mesmo e ou da família.

Por isso, a criação e até mesmo inovação impensada dos empreendimentos pode não chegar a gerar o desenvolvimento econômico necessário para manutenção e crescimento desses negócios, agravando as estatísticas de criação e mortalidade dos empreendimentos. Devido a falta do planejamento prévio e adequado, com a mesma rapidez que esses negócios são inseridos no mercado eles também fecham suas portas.

Uma pesquisa intitulada como CAUSA MORTIS: O sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros 5 anos de vida, realizada pelo SEBRAE de São Paulo, divulgada em julho de 2014, rastreou por meio de uma busca de 2.800 empresas com registro de abertura entre 2007 e 2011 alguns dados importantes sobre o motivo que levaram os empreendimentos a fecharem suas portas. É importante ressaltar que mesmo antes da pandemia o fracasso repentino de novos negócios já era alarmante e pesquisadores buscavam identificar o real motivo da falência dos novos negócios em menos de cinco anos de atuação.

O estudo citado elenca quais as causas que levaram esses empreendimentos a fecharem suas portas, desta forma temos os índices que esclarecem os reais motivos para essas ocorrências, a pesquisa nos oferece os seguintes dados:

(i) 2.000 empresas dos tipos sociedade limitada e empresário, registradas na Junta Comercial do Estado de São Paulo (Jucesp) nos anos de 2007 a 2011;

(ii) 800 microempreendedores individuais (MEI), registrados nos anos de 2010 e 2011. O quadro a seguir apresenta dados que apontam alguns dos motivos coletados pelo Sebrae por meio de uma pesquisa que investigou a causa mortis que colaboraram com o fracasso de algumas empresas.

Quadro 1 - CAUSA MORTIS: O sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros 5 anos de vida

%	Razões que levaram ao fracasso as empresas pesquisadas
37%	não sabiam a melhor localização para abrir o seu negócio;
33%	não tinham informações sobre fornecedores;
32%	não conheciam os aspectos legais do negócio;
31%	não sabiam o investimento necessário para o negócio;

18%	não levantaram a qualificação necessária da mão de obra.
-----	--

FONTE: Sebrae (2016)

Através dos dados da pesquisa, pode-se perceber que a falta de planejamento em seus diversos aspectos foi o motivo mais agravante, que levou empresas e microempreendedores à falência.

Uma recente pesquisa realizada em João Pessoa no ano de 2018, possibilita melhores esclarecimentos tendo em vista que retrata a realidade local no que tange os motivos que levaram ao fracasso de micro e pequenas empresas. Segundo Medeiros (2018) a pesquisa abordou 6.967 proprietários de micro e pequenas empresas, registradas na Receita Federal que encerraram suas atividades comerciais entre os anos de 2015 a 2017. Desse montante, 110 empreendedores foram entrevistados, sendo que 83% fecharam seus negócios em menos de 3 anos, 96% destes eram Microempreendedor Individual (MEI). Em relação às variáveis da gestão empreendedora ausentes nos empreendedores que fracassaram, a falta de planejamento/estratégia foi citada por 54%.

As informações dos estudos que foram citados referente aos motivos que levaram as empresas ao fracasso, enfatizam que em meio a grande gama de parâmetros que se deve seguir para abertura de um novo negócio o empreendedor que deseja fazer parte das estatísticas de negócios de sucesso precisa passar pela fase do planejamento.

Desta forma todo empreendedor precisa criar o seu próprio plano de negócios pois este documento permite maior segurança para quem deseja se inserir e ter o tão sonhado sucesso nos negócios, sendo assim o planejamento assertivo torna esse objetivo mais coerente e alcançável.

Considerando o antes citado, a presente pesquisa busca contribuir com mais informações que propõe um caminho de êxito por meio da organização e planejamento de abertura e manutenção de um negócio, destacando a elaboração do plano de negócio antecedendo a abertura do empreendimento.

Essa ferramenta avalia todos os campos de ações essenciais, tais como econômico, político, social, cultural, os diferenciais que o novo negócio propõe, reavaliar e ajustar por meio da análise, a competitividade que esse empreendimento

possui mediante sua concorrência, além de uma análise objetiva dos recursos essenciais para sua instalação.

Outro fator que aponta a grande importância do plano de negócios para o empreendedor é atender as demandas do perfil do consumidor contemporâneo, que se apresenta cada vez mais exigente e imediatista.

Com a acessibilidade da internet no mundo, as informações sobre os produtos, serviços e suas respectivas especificidades passaram a estar na palma da mão de cada consumidor, isso se dá mediante a facilidade que as tecnologias digitais proporcionam a esses novos clientes.

Em virtude dessa acessibilidade o empreendedor necessita ainda mais estar preparado para suprir essa demanda e expectativas desse perfil contemporâneo que além de buscar seus produtos e serviços em lojas físicas, buscam também a agilidade da compra virtual. Sendo assim o *e-commerce* tem se tornado uma grande oportunidade cada vez mais viável não só para os consumidores que buscam a comodidade, mas também, tornou-se um mundo de oportunidades viáveis para os empreendedores que buscam o sucesso no mercado de trabalho por meio da abertura de um novo negócio seja ele em ambiente físico, virtual ou em ambos.

No meio de toda a crise (pandemia) as compras *online*, o uso de celulares e a busca por lojas que aderiram a essa modalidade de compra e venda virtual ganharam ainda mais confiança, tanto entre os adeptos das compras *online* como entre os consumidores tradicionais que ainda eram resistentes ao uso desse serviço e preferiam a compra em lojas físicas.

O *e-commerce*, pagamentos digitais, transações digitais, até mesmo compras de supermercado *online* também se tornaram algo comum e viável entre os consumidores. Essa modalidade de comércio ganhou força e credibilidade viabilizando por trás disso tudo novos empregos, novas funções que surgiram e tornaram-se extremamente valorizadas e úteis.

As dificuldades trazidas pela pandemia da Covid 19, são inúmeras, porém as mudanças e oportunidades que muitos empreendedores enxergaram nesse triste contexto nos quais estamos ainda inseridos, pôde trazer uma nova chance para aqueles que perderam suas empresas, empregos, estabilidade financeira e um fio de esperança para aqueles que enfrentam a angústia do luto por seus entes

queridos que foram vítimas desse vírus e mesmo assim precisam encontrar uma forma para se sustentar.

O novo normal possibilitou algumas profissões antes desvalorizadas como motoboys e costureiras por exemplo. O uso de serviços de entrega e a busca pela confecção de máscaras de proteção, que se tornou um item essencial e de uso contínuo, proporcionando para vários empreendedores a oportunidade de abrir seu próprio negócio.

Entretanto, é importante ressaltar mais uma vez, que mesmo em meio a situações de urgência, o empreendedor precisa planejar bem o seu negócio, deve saber exatamente qual a necessidade do seu público no momento. Como citado anteriormente as máscaras de proteção tornaram-se um item indispensável e tem gerado muito lucro para aqueles que estão empreendendo por meio da confecção e venda das mesmas, porém bem sabemos que com a chegada da vacina esse produto aos poucos ou imediatamente tornar-se obsoletos para a grande massa, sendo assim o empreendedor que deseja se consolidar no mercado atingindo com isso o sucesso, deve se planejar buscando a inovação e oferta de um novo produto.

Para o empreendedor que almeja abrir ou deseja abrir um novo negócio e busca permanecer competitivo no mercado, possuir o recurso financeiro para tal desejo não é o suficiente, é necessário mais do que isto. Exige-se que o empreendedor saiba qual o público alvo deseja alcançar, qual o local adequado para permanência ou abertura do seu negócio, quais e onde estão os seus fornecedores em potencial, entre tantos outros pontos importantes a serem avaliados e planejados. De acordo com Moreira (2017 p.14), o 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, receitas e resultados financeiros”.

Esse instrumento de planejamento, proporciona também uma visão de longo prazo do empreendimento a ser implementado. Dessa maneira o empreendedor passa a ter em mãos um conjunto de informações fundamentais que lhe possibilita ter um maior controle sobre como agir de forma assertiva em busca do êxito, por meio da identificação dos riscos, dos pontos fortes e fracos, oferece também uma visão mais nítida de quem são os concorrentes diretos e indiretos.

O plano de negócios funciona como um norte para todas as condutas que o empreendedor deverá adotar para se manter no mercado com sucesso, por isso este planejamento é o caminho adequado para que um novo negócio seja posto em prática, é importante ressaltar que ele também pode ser aplicado no planejamento de empresas já inseridas no mercado.

Segundo Moreira (2017, p.37) “A chave do sucesso é estar sempre à frente das mudanças. Tudo precisa ser planejado, estruturado e planejado para poder dar certo.” É importante destacar que a estruturação de um plano de negócios não oferece garantias de êxito para um empreendimento, ele possibilita ao empreendedor a capacidade de gerenciar com maior eficácia o seu empreendimento, propicia tomadas de decisões mais convictas, além de permitir a identificação de oportunidades oferecendo ao novo negócio vantagem competitiva no mercado. Sinteticamente falando, o plano de negócios é a descrição, projeções do futuro e a análise do negócio.

Chiavenato (2005), apresenta uma interessante analogia para descrever o papel de um plano de negócios: É como se você quisesse fazer uma longa viagem de carro por vários estados do país: em que o indivíduo percorre um roteiro, de um mapa detalhado, de um projeto e de um cronograma para guiá-lo nessa empreitada. No caso da abertura de um negócio, a viagem é bem mais longa e complicada, além de estar sujeita a problemas de travessia, chuvas e trovoadas.

De acordo com Salim, César Simões e Silva, Nelson Caldas (2010, p. 26)

Um aspecto fundamental para o sucesso do empreendedor e de seu empreendimento está no planejamento. Isso significa que os empreendedores que acreditam no planejamento adquirem o conhecimento necessário para elaborar bons planos para seus empreendimentos e agem em conformidade com suas crenças, isto é, planejam e seguem seus planos, revisando-os sempre que necessário, mas tendo a disciplina de cumpri-los. São esses os empreendedores que alcançam a maior taxa de sucesso.

A importância do plano de negócios para quem deseja empreender e ter sucesso, seja em grandes ou em pequenos negócios despertou o interesse no tema do presente estudo. Uma vez que o empreendedorismo tem transformado economicamente a vida de muitos empreendedores, sendo o plano de negócio um

importante aliado para o sucesso dos negócios. Por esse motivo, considerando o que já foi exposto, a presente pesquisa pretende responder à seguinte indagação: **Qual a importância da utilização do plano de negócios para a implementação e êxito de novos negócios na pandemia?**

A pesquisa e resultados obtidos por meio desse estudo, proporcionam maior conhecimento sobre a importância do plano de negócios e os resultados benéficos que o planejamento adequado agrega para a abertura e consolidação por meio do êxito, de novos empreendimentos, auxiliando pesquisadores que se interessam pelo tema. Também servirá como fonte para novos empreendedores que buscam por informações referentes aos benefícios que o planejamento adequado proporciona e ainda auxiliará não só a comunidade acadêmica, mas a sociedade.

1.1 OBJETIVOS

Nesta etapa serão apresentados os objetivos da pesquisa, direcionando desta forma o tema ao assunto principal do estudo, que é a importância do plano de negócios para a criação dos empreendimentos.

1.1.1 Objetivo Geral

Este estudo tem como objetivo geral analisar a importância do plano de negócios para criação e sucesso de um novo negócio no contexto de pandemia.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Descrever os principais aspectos relacionados à caracterização, e uso dos planos de negócios na sua criação e êxito de novos negócios segundo estudos anteriores;
- Identificar e analisar a utilização dessa ferramenta entre empreendedores da cidade de João pessoa e cidade circunvizinhas;
- Apontar os motivos pelos quais os empreendedores pesquisados no contexto da pandemia utilizaram ou não o plano de negócios;
- Descrever de modo geral a importância do plano na criação e êxito dos negócios pesquisados.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fim de revisar os principais conceitos do tema empreendedorismo, plano de negócios e sua importância para a abertura de novos empreendimentos, neste capítulo são citados alguns autores, estudos e conseqüentemente suas definições mediante suas concepções no que tange o tema. Do mesmo modo é apresentado como o estudo do empreendedorismo surgiu no Brasil. É exposto como a Softex (Sociedade Brasileira para exportação de *Software*) e o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa) foram importantes para a disseminação do tema empreendedorismo no Brasil.

Também é revisado como a propagação do referido tema levou ao despertar da sociedade brasileira para um dos termos mais essenciais para o empreendedor: o plano de negócios (*business plan*). Serão destacados conceitos sobre planos de negócios, sua importância para a criação e êxito de um empreendimento.

Sendo assim por meio da perspectiva de diversos estudos anteriores referente ao conteúdo, é possível analisar a magnitude que tem o plano de negócios para o empreendedor consolidar sua ideia e a pôr em prática, ressaltando também o impacto positivo que o empreendedorismo proporciona para o desenvolvimento econômico da sociedade, na geração de novos empregos e participação no Produto Interno Bruto.

2.1 Empreendedorismo e sua disseminação no Brasil

Na literatura encontramos muitos autores que têm contribuído para a inserção do tema empreendedorismo no âmbito acadêmico. Segundo Barreto, (1998) o termo “empreendedorismo” foi originado da tradução do termo de língua inglesa *entrepreneurship* que por sua vez, é composto da palavra francesa *entrepreneur* e do sufixo inglês *ship*, que indica posição, grau, relação, estado ou qualidade, podendo ter sentido de habilidade ou perícia, ou ainda, ser uma junção de todos esses significados. O termo francês *entrepreneur* foi usado pela primeira vez no ano de 1725 pelo economista Richard Cantillon, que considerava o empreendedor como um indivíduo que assumia riscos. Desde então diversos economistas austríacos fizeram uso desse termo enfatizando sua importância e a capacidade visionária de identificar oportunidades e neutralizar riscos que o empreendedor possui.

Para Joseph Schumpeter (1949) “o empreendedor é aquele que destrói uma ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.” (apud DORNELAS 2008). Um tempo depois , o mesmo economista Schumpeter reafirmou o seu pensamento a respeito do assunto, ao definir o empreendedor como uma pessoa capaz de inovar a partir de uma nova ideia ou até mesmo de uma invenção, afirmou ainda, que a principal função de um empreendedor é a destruição criativa, criando algo novo e ou reformulando a forma de realizar determinada atividade, ou serviço, produto o que torna o empreendedorismo responsável pelo dinamismo das indústrias e também pelo crescimento econômico a longo prazo (SCHUMPETER , 1950).

O empreendedorismo conduz a um desenvolvimento econômico capaz de gerar benefícios para o corpo social. Na visão de Salim, César Simões e Silva, Nelson Caldas, (2010, p.18)

O empreendedorismo vem crescendo no mundo inteiro e, mais que isso, cada vez mais é tratado como uma questão fundamental para a realização das pessoas (visão dos humanistas) e para o desenvolvimento econômico (visão dos economistas).

O empreendedor é um indivíduo que busca usufruir das oportunidades que surgem. Na concepção de alguns estudos anteriores, o empreendedor é um indivíduo que busca usufruir das oportunidades que surgem. De acordo com Chiavenato (2004) afirma que empreendedorismo é a busca contínua por oportunidades, dessa forma deve-se observar a probabilidade de o empreendimento dar certo e a viabilidade do negócio ganhar espaço no mercado e a partir dessa visão gerar um plano de negócio. Mediante as informações sobre o empreendedorismo e o empreendedor talvez se compreenda que empreender seja um ato individual, entretanto, conforme Dornelas et al. (2008), empreendedorismo é o “envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades” e sendo implementados corretamente, conduzem à criação de novos negócios, assumindo riscos calculados para capitalizar o investimento.

No Brasil o empreendedorismo ganhou força na década de 1990, quando entidades como o Sebrae e Softex foram criadas. Antes disso não se falava em empreendedorismo até porque não havia informações que auxiliassem na criação de pequenos negócios. O Sebrae até hoje é um dos órgãos mais conhecidos entre os pequenos empresários brasileiros, por meio dele se encontra toda assistência para a iniciação de um novo negócio.

A Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de *Software*) foi criada com o intuito de levar as organizações de *software* do país para o mercado externo, visto que por meio de suas ações proporciona capacitação em gestão e tecnologia para empresários da área de informática. Por intermédio dessa entidade e dos programas criados em seu âmbito, o tema empreendedorismo começou a se disseminar no país. Antes disso, palavras como plano de negócios (*business plan*) que é um dos termos essenciais para o empreendedor eram desconhecidos e até mesmo diminuídos pelos pequenos empresários. Nesta mesma época no ano de 2000 um fato marcante foi que o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) inseriu nos seus relatórios de análises de mais 11 países, Brasil, Argentina, Austrália, Bélgica, Coréia, Espanha, Índia, Irlanda, Noruega, Singapura e Suécia. No primeiro relatório no qual o Brasil foi analisado, verificou-se que referente o nível de atividade empreendedora no nosso país, 1 em cada 8 adultos estava iniciando um novo negócio, destacando-se dos demais países no qual os Estados Unidos, 1 em cada 10 adultos estavam iniciando um empreendimento, 1 em 12 na Austrália, 1 em 25 na Alemanha, 1 em 33 no Reino Unido, 1 em 50 na Finlândia e Suécia, e 1 em 100 adultos na Irlanda e no Japão. O que pôde ter sido considerado uma diferença positiva e significativa para o Brasil naquela época.

Desde então, estudos anuais do GEM passaram a analisar também o Brasil. No relatório executivo do GEM no ano de 2017 foi apontado as motivações no empreendedorismo: um de oportunidade que indica que o empreendedor é visionário, planeja e busca o crescimento para a implementação do empreendimento que almeja. A outra é o empreendedorismo de necessidade, em que um indivíduo aposta na criação de um novo negócio por falta de opção, muitas vezes em meio ao desemprego e a falta de alternativas. Muitos desses criam com isso um negócio informal, sem planejamento levando a um fracasso iminente, não chegam a gerar desenvolvimento econômico agravando as estatísticas de criação e mortalidade dos

negócios. A figura 1 seguir apresenta os tipos de motivação para empreender segundo o GEM Brasil (2017).

Figura 1- Motivação dos empreendedores por oportunidade e por necessidade

Tabela 1.2 - Motivação dos empreendedores iniciais: taxas¹ (em %) para oportunidade e necessidade, proporção sobre a TEA² (em %), estimativas³ (em unidades) e razão oportunidade e necessidade - Brasil - 2017			
Motivação	Taxas	Percentual da TEA	Estimativas
Oportunidade	12,1	59,4	16.313.253
Necessidade	8,1	39,9	10.965.755
Razão Oportunidade/ Necessidade		1,5	

Fonte: GEM Brasil 2017
¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.
² Proporção sobre a TEA: A soma dos valores pode não totalizar 100% quando houverem recusas e/ou respostas ausentes.
³ Estimativas calculadas a partir de dados da população de 18 a 64 anos para o Brasil em 2017: 135,4 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2017).

FONTE: GEM Brasil (2017)

De acordo com os dados da figura, nesse período que foi realizada a pesquisa do GEM Brasil, os índices por empreendedorismo por oportunidade sobressaíram os empreendedores que se inseriram no mercado por necessidade, porém no contexto do presente estudo onde se passa por uma pandemia os índices de empreendedorismo por necessidade, devido ao desemprego e busca pela sobrevivência essa estatística poderá apontar dados negativamente diferentes.

2.2 O Plano de negócios

O plano de negócios é uma ferramenta fundamentada em diversos estudos contemporâneos, entretanto a importância das informações trazidas pelas pesquisas de anos atrás, permite ressaltar que essa ferramenta de planejamento é um instrumento que não perde seu valor e utilidade.

Há alguns anos atrás Sahlman (1997) apud Dornelas 2008, citou que nos Estados Unidos eram limitadas as áreas que despertavam tanto interesse como o plano de negócios. No Brasil, conforme pode-se verificar na figura a seguir o índice de abertura de novos empreendimentos no Brasil é crescente e com isso o planejamento não pode ser algo negligenciado.

Figura 2 - Taxas de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE - Brasil - 2002 2019



FONTE: GEM Brasil (2019)

Desta forma, pode-se perceber que a atenção voltada a estudos que analisam e incentivam o planejamento como chave para o sucesso não é algo irrelevante, recente, nem ficará obsoleto com o passar dos anos, principalmente no Brasil que permanece com crescente demanda pela criação de novos negócios como retratado na figura 2.

Por contemplar todas as etapas necessárias para a abertura de um negócio, pode ser definido como um instrumento que tem como principal fundamento o planejamento minucioso da criação de um negócio, podendo também ser aplicado para o aprimoramento de algum empreendimento já existente.

Na visão de Dornelas (2008, p. 84)

O plano de negócios é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento, e, ainda, permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios.

O plano de negócios destina-se não só ao planejamento inicial, essa ferramenta proporciona ao empreendedor diversas possibilidades de utilização. Engana-se quem ver o plano de negócios apenas como um documento de interesse e utilização exclusiva do empreendedor, no quadro a seguir pode-se verificar qual o público alvo de um plano de negócios:

Quadro 2 - A quem se destina o plano de negócios

A quem se destina	Motivo
Mantenedores das incubadoras	outorgação de financiamentos a estas.
Parceiros	definição de estratégias e interação
Bancos	financiamentos
Investidores	empresas de capital de giro, pessoas jurídicas, bancos de investimento,
Fornecedores	negociação na compra de mercadorias, matéria-prima e formas de pagamento
Empresa internamente	eficácia na comunicação entre a parte administrativa, gerencial e empregados.
Os clientes	venda do produto e/ou serviço e publicidade da empresa.
Sócios	convencimento em participar do empreendimento e formalização da sociedade.

FONTE: Dornelas, (2008)

Quanto a sua estrutura, não existe uma organização padrão para escrevê-lo, suas especificações dependerão do formato do negócio, que o empreendedor deseja criar ou aprimorar quando se trata de empreendimentos já implantados, mas que necessita de um melhor planejamento. Cada negócio possui características próprias e singularidades, o plano de negócios pode ser algo atrativo e motivador, para que por meio dele se alcance os objetivos desejados, entretanto, alguns pontos devem ser seguidos para que a compreensão do planejamento não seja afetada.

Conforme Dornelas (2008) esses pontos são alinhados para manter uma sequência lógica para que o planejamento seja claro a ponto de qualquer leitor entender como o empreendimento se organiza. O mesmo autor explica que existem estruturas de planos de negócios destinadas a cada perfil de negócio, a estratégia e o tamanho do planejamento serão delineados de acordo com o público alvo para o qual o plano de negócios se destina.

Em um recente estudo, é citado alguns tipos de planos de negócios, segundo Guță (2014) apud Coelho (2018 p. 23) existem quatro versões de planos de negócios, a primeira chama-se versão geral. A mesma, não possui informações

internas e é destinada ao público alvo externo, com a finalidade de fazer com que o negócio seja compreendido.

A segunda versão é a específica, nessa opção de planejamento deve conter informações importantes e é destinada a colaboradores e gestores intermediários. A terceira versão é chamada de parcial, pois tem como objetivo apenas prestar contas a investidores e credores, mostrando com isso a capacidade que o negócio tem de cumprir com seus compromissos. A quarta opção é nomeada como versão confidencial. É destinada a quem detém o poder de decisão do negócio, contém informações relevantes, podendo ser direcionada também, a possíveis compradores do empreendimento.

São vastas as aplicabilidades que o plano de negócios oferece aos empreendedores que almejam se manter competitivos no mercado. O planejamento, permite calcular bem os riscos que serão necessários assumir, possibilitando também a preparação adequada para permanência no mercado, a fim de alcançar os objetivos desejados em virtude de uma grande ou pequena empresa.

2.3 A importância de Plano de negócios para o sucesso no empreendedorismo

De acordo com um estudo feito por Dornelas (2008) no Brasil, o número de incentivos ao plano de negócio tem evoluído e se tornado acessível por meio da propagação da informação e divulgação do mesmo, com o apoio de órgãos incentivadores do empreendedorismo, consultores, instituições de ensino e também por meio do apoio da mídia e de toda a tecnologia e do acesso rápido e fácil da informação. Todas essas ferramentas tecnológicas têm contribuído para que haja o despertamento e encorajamento para a criação e planejamento correto de um negócio.

Entretanto, mesmo com o auxílio de todos esses instrumentos de apoio e órgãos competentes, ainda existem aqueles que não se planejam acarretando em um desequilíbrio na implementação e no desenvolvimento do empreendimento, que poderá ser um dos motivos que levará este negócio à falência.

O plano de negócios propõe que o empreendedor realize o planejamento antes de iniciar a abertura de um negócio, pois o mesmo, permite a organização de ideias, propõe um levantamento dos recursos adequados, oferecendo ao empreendedor uma projeção do que se deseja criar, o que é benéfico, não só para o proprietário,

mas também para ser apresentado aos demais interessados acerca da implementação do empreendimento em questão.

Para Chiavenato (2012) “O plano de negócio funciona como um projeto para que se possa analisar e decidir quanto a viabilidade do empreendimento.” Ao formalizar suas ideias o empreendedor obtém uma ampla visão do seu futuro negócio, em que poderá visualizar quais pontos fracos se destacam nesse planejamento e neutralizá-los por meio das estratégias ideais, visto que ao elaborar esse documento, cada ponto fundamental do projeto é especificado, o empreendedor será conduzido a explicar o motivo pelo qual o negócio é viável e como os objetivos para isto, serão alcançados, ou seja, se tende a ser um bom projeto ou não.

Outro fator importante é que o plano também servirá como instrumento para auxiliar na obtenção de financiamento para abertura do negócio perante os órgãos fornecedores de créditos para este fim.

Em sua totalidade, o plano de negócios é indispensável para que o empreendedor compreenda até que ponto seu novo negócio consegue se manter em funcionamento no mercado e com isso obter o sucesso.

O Sebrae (2013), destaca alguns pontos importantes sobre como deve ser o plano de negócios, nessa concepção de estudo o plano de negócios expõe o que você deseja falar sobre seu negócio, por isso deve ser bem feito pois quanto mais claras as ideias, melhores serão os resultados. Também precisa ser bem feito e organizado. Desta forma será mais prática sua aplicação e sua consulta.

Por isso que as ideias devem ser organizadas formalmente uma vez que isso permitirá que o empreendedor saiba qual nível de risco que seu negócio possui perante o mercado no qual será inserido.

Portanto de acordo com Moreira (2017), todas as hipóteses devem ser minuciosamente estudadas, pois avaliar todas as alternativas e oportunidades é primordial nesse momento e permitirão analisar a proposta de negócio para impedir que o menor risco possa afetar o empreendimento futuro

A elaboração desajustada ou falta do planejamento prévio é um caminho que leva a um possível fracasso, isso porque mesmo com um bom plano de negócios sendo realizado ele não é garantia de êxito, porém as chances para tal objetivo são mais relevantes e alcançáveis. Na literatura há estudos que explicam porque é tão

necessário desenvolver um plano por meio dessa ferramenta de negócios, sendo assim, estudos feitos há alguns anos atrás, já informavam o quão importante é o plano de negócios. Segundo Dornelas (2008 p. 85) o plano de negócios permite ao empreendedor:

“Entender e estabelecer diretrizes para o seu negócio; Gerenciar de forma mais eficaz a empresa e tomar decisões acertadas; Monitorar o dia-a-dia da empresa e tomar ações corretivas quando necessário; Conseguir financiamentos e recursos junto a bancos, governo, Sebrae, investidores, capitalistas de risco etc; Identificar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo para a empresa.”

O empreendedor que busca auxílio e ferramentas que lhe ajudem a alcançar suas metas e objetivos no seu negócio, certamente o faz planejando melhor o posicionamento no mercado, reconhecimento e sucesso. Entretanto, muitos buscam o êxito da forma mais rápida e tem uma percepção equivocada do que seja o sucesso. Conseguir impulsionar um projeto, colocar um negócio em prática, conquistar e fidelizar clientes, são alguns pontos que para o empreendedor podem significar o sucesso. Entretanto, a literatura nos oferece outra perspectiva e direcionamento sobre o que significa êxito nos negócios. Para compreender o conceito do sucesso e do fracasso Simpson *et al.*, 2004 apud Amarante J; Goraieb M; Machado H. p.30 2014 nos informa que a definição mais clara de sucesso seria a “continuidade do negócio e o fracasso, seria o fechamento do negócio.”

O sucesso ou o fracasso nos negócios podem estar associados ao indivíduo em si, ou, ao ambiente. Algumas características particulares como locus interno de controle e a capacidade de persistência do empreendedor podem explicar qual sua reação mediante situações inesperadas (FISHER; MARITZ; LOBO, 2014; VERARDI, 2012 apud AMARANTE J; GORAIEB M; MACHADO H; p.30 2014). Seguindo o pressuposto que o sucesso e o insucesso nos negócios são motivados por características individuais e a forma que cada um enfrenta os desafios, ou também podem estar ligados ao ambiente externo, o empreendedor necessita de uma ferramenta que lhe traga suporte para empreender de forma competitiva. Sendo assim o planejamento por meio do plano de negócios não é sinônimo de sucesso garantido e eliminação de fatores

de riscos, mas evita que inúmeras falhas sejam cometidas pela falta de análise adequada.

2.3.1 Estrutura de Plano de Negócios

A literatura sugere que não existe uma estrutura padrão para o plano de negócios. Segundo o estudo de Dornelas (2008) para elaborar o planejamento cada empreendedor utiliza o modelo que mais se adequa a sua necessidade e estilo de negócio. Tendo em vista que cada empreendimento possui suas próprias características, nenhum empreendimento por mais que se assemelhe com outros, torna-se igual. O que deve conter em cada plano são sessões que possibilitam a compreensão de cada negócio que ali esteja descrito. Um ponto que precisa ser explorado na elaboração do planejamento é a preocupação com a clareza das descrições ali contidas, pois o plano deve ser de total compreensão do seu leitor, buscando sempre a objetividade.

Um estudo feito por Dornelas 2008, cita as diversas etapas propostas para uma estrutura de plano de negócios. Nesse contexto, o autor explica as etapas sugeridas. Como forma de esclarecer melhor tudo o que se foi dito sobre como fazer o planejamento, a seguir vamos destrinchar o que cada seção do plano de negócios segundo este autor requer do empreendedor:

- Capa: Trata-se do primeiro item visualizado pelo leitor, nela deve conter informações úteis.
- Sumário: Responsável por auxiliar o leitor a encontrar o assunto do seu interesse, nele deve conter o título e a página de cada sessão.
- Sumário Executivo: Deve ser claro e interessante, nele contém uma síntese das principais informações do plano de negócios.
- Análise Estratégica: Nessa seção deve conter os pilares estratégicos do negócio, tais como, visão, missão, análise *SWOT* seus objetivos e metas.
- Descrição da Empresa: A descrição funciona como o esclarecimento geral do empreendimento (faturamento, razão social, estrutura organizacional, localização etc.) esses critérios descritos nesta seção, devem ser utilizados caso o empreendimento já atua no mercado, caso seja um negócio inicial deve-se citar uma suposição esperada para tais parâmetros como

(faturamento, localização desejada para o local), pois para um negócio ainda em planejamento essa etapa sugerida pelo autor não se aplica na sua totalidade ao planejamento para negócios em iniciação.

- **Produtos e Serviços:** Os produtos e serviços que são oferecidos precisam ser descritos e como é feita a forma de produção ou prestação de serviços, os atuais clientes, a marca e/o patente de seus produtos, o nível de satisfação e feedback de seus clientes se já possuem
- **Plano Operacional:** Nesta etapa precisa ser apresentado as ações de planejamento no que tange o seu sistema de processo produtivo, expondo o impacto que essas ações resultam nos parâmetros de avaliação de produção.
- **Plano de Recursos Humanos:** Aqui são descritos o planejamento de treinamento e capacitação, deve ficar claro as metas de treinamentos a longo prazo e o intuito do empreendedor em oferecer o suporte intelectual adequado, ressaltando o interesse do empreendedor na capacitação da sua equipe.
- **Análise de Mercado:** Essa análise deve conter a segmentação do empreendimento, a nível de demanda e crescimento que esse segmento possui no mercado e o perfil do consumidor. Também é necessário identificar se é um produto de demanda sazonal ou não e o que se deve fazer nesse caso, sua localização, concorrência, e sua competitividade no mercado.
- **Estratégia de Marketing:** Descrever quais estratégias de vendas serão elaboradas para prospectar e fidelizar seu público alvo, apontar quais as políticas de preços serão utilizadas, quais os canais de distribuição e de divulgação e as projeções de vendas devem ser descritas nessa seção.
- **Plano Financeiro:** Nessa fase as projeções financeiras precisam ser elaboradas levando em consideração receitas e gastos, dessa forma a viabilidade do negócio entrará em questão. Toda a simulação financeira precisa ser projetada visando quanto de investimento inicial será necessário, quando e para que serão necessários os recursos em questão.
- **Anexos:** Os anexos são necessários para alocar informações adicionais que sejam necessárias como por exemplo o currículo dos sócios, fotos dos produtos, plantas da localização do espaço físico etc.

Para melhor esclarecer no estudo feito por Dornelas 2008, há uma estrutura sugerida para pequenas empresas no geral, como podemos ver a seguir:

Quadro 3 - Estrutura do plano de negócios para pequenas empresas no geral

1.	Capa
2.	Sumário
3.	Sumário Executivo Estendido
3.1	Declaração de Visão
3.2	Declaração de Missão
3.3	Propósitos Gerais e Específicos do Negócio, Objetivos e Metas
3.4	Estratégias de Marketing
3.5	Processo de Produção
3.6	Equipe Gerencial
3.7	Investimentos e Retornos Financeiros
4.	Produtos e Serviços
4.1	Descrição dos Produtos
4.2	Previsão de Lançamento de Novos Produtos e Serviços
5	Análise da Indústria
5.1	Análise do Setor
5.2	Definição do Nicho de Mercado
5.3	Análise da Concorrência
5.4	Diferenciais Competitivos
6.	Plano de Marketing
6.1	Estratégia de Marketing (preço, produto, praça, promoção)
6.2	Canais de Vendas e Distribuição
6.3	Projeção de Vendas
7.	Plano Operacional
7.1	Análise das Instalações
7.2	Equipamentos e Máquinas Necessárias
7.3	Funcionários e Insumos Necessários
7.4	Processo de Produção

7.5	Terceirização
8.	Estrutura da Empresa
8.1	Estrutura Organizacional
8.2	Assessorias Externas (jurídica, contábil etc.)
8.3	Equipe de Gestão
9.	Plano Financeiro
9.1	Balanço Patrimonial
9.2	Demonstrativo de Resultados
9.3	Fluxo de Caixa
10.	Anexos

FONTE: Dornelas 2008

Para empreendedores que estão iniciando seu planejamento, o ideal é seguir um plano de negócios e a estrutura exemplificada acima pode ser um bom caminho para o planejamento adequado, que conduz o empreendedor a se organizar quanto ao seu posicionamento no mercado e conhecendo com isso seu próprio negócio que será descrito no plano de negócios.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1 Caracterização da pesquisa

Nesta etapa da pesquisa, é abordada a metodologia utilizada, com a finalidade de obter os objetivos que foram estabelecidos.

De natureza aplicada, o presente estudo permite fundamentar a importância do plano de negócios para os empreendedores e o sucesso dos seus respectivos negócios. Caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica já que para a realização do estudo se faz necessário um levantamento bibliográfico sobre a definição e importância do plano de negócios para implementação de um novo negócio fundamentado em bases científicas.

Para (FONSECA, 2002, p. 32).

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos e páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem, porém pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta.

A pesquisa é caracterizada também, como pesquisa de campo, pois tal como-a definem Marconi e Lakatos (2003, p.185).

Pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. Consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presume relevantes, para analisá-los.

É também uma pesquisa explicativa considerando que o presente estudo preocupa-se em explicar a importância do plano para criação e o êxito de negócios entre os empreendedores de João Pessoa. Este tipo de pesquisa preocupa-se em identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos (GIL, 2007). Por fim é vista também exploratória, pois este tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior proximidade com o problema.

De acordo com (GIL, 2007) a maioria dessas pesquisas envolve: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão. Quanto a sua abordagem para levantamento e análise de dados, a pesquisa é quantitativa. Segundo Bauer e Gaskell (2003 p. 22 apud MARCONI; LAKATOS, 2009, p. 284), a pesquisa quantitativa lida com números, usa modelos estatísticos para explicar os dados e é considerada pesquisa hard”.

A pesquisa faz a opção pelo método indutivo. Para Lakatos e Marconi (2007, p. 86) esse tipo de método trata-se de um método responsável pela generalização, isto é, partimos de algo particular para uma questão mais ampla, mais geral.

3.2 Universo, amostragem e amostra

No que tange ao universo da pesquisa, Vergara (1997) afirma que, universo é o conjunto de elementos com as características que serão objetos da pesquisa. Desta forma, o universo da presente pesquisa foi composto por empreendedores e microempreendedores individuais, que desenvolvem suas atividades na região de João Pessoa, Santa Rita e Bayeux. A pesquisa abordou uma amostra de 53 empreendedores, de acordo com Marconi e Lakatos, (2009) “a amostra é uma parcela conveniente selecionada do universo”.

A amostragem utilizada é a não probabilística intencional, este tipo de seleção opta por um subgrupo de indivíduos que, com base nas informações disponíveis, torne-se considerado representativo de toda a população (MARCONI; LAKATOS, 1996). Sendo assim optou-se por compor a amostra empreendedores locais e das proximidades da cidade de João Pessoa, que se destacaram em meio a pandemia vivenciada no contexto da pesquisa, empreendedores que se reinventaram seja na implantação de novos produtos ou serviços no ambiente físico e ou virtual.

3.2.1 Instrumentos de coleta de dados

Para a coleta de dados, foram aplicados questionários através do *Google Forms* com questões subjetivas (abertas) e objetivas (fechadas) realizados com base em materiais disponíveis em estudos anteriores. O questionário foi enviado por meio das mídias sociais.

3.2.2 Perspectiva de análise de dados

Os dados coletados através da análise dos questionários aplicados foram analisados e tratados, utilizando-se a estatística descritiva para as análises quantitativas. Para melhor entendimento foram inseridos, gráficos, tabelas e quadros necessários para o enriquecimento da leitura do estudo, com uso do excel.

4 ANÁLISE DOS DADOS DA AMOSTRA

Neste capítulo serão apresentados os resultados da pesquisa considerando os dados levantados por meio dos questionários aplicados de forma virtual. São apresentados o perfil demográfico dos respondentes, o perfil empreendedor e suas características e por fim, a utilização e conhecimento sobre o Plano de Negócios. O questionário foi aplicado a 53 pessoas que possuem um negócio próprio, com o objetivo de verificar o nível de utilização e a importância dada ao plano de negócios entre os empreendedores.

4.1 Análise do perfil sociodemográfico

Os resultados aqui apresentados, trata-se do perfil sociodemográfico dos empreendedores que participaram da pesquisa, caracterizando o perfil de cada um, informações tais como, gênero, estado civil, faixa etária e escolaridade, conforme pode ser observado no quadro a seguir.

Quadro 4 - Perfil Sócio Demográfico da amostra

Variáveis	Nº de Respondetes	%
Gênero		
Feminino	41	77,4%
Masculino	12	22,6%
Estado Civil		
Solteiro (a)	29	54,7%
Casado (a)	22	41,5%
Divorciado (a)	2	3,8%
Viúvo (a)	-	-
Faixa Etária		
18-25	22	41,5%
26-30	10	18,9%
31-35	6	11,3%
36-40	4	7,5%
Acima de 40	11	20,8%
Nível de Escolaridade		
Ensino Fundamental	3	5,7%
Ensino Médio	19	35,8%
Ensino Superior	27	50,9%

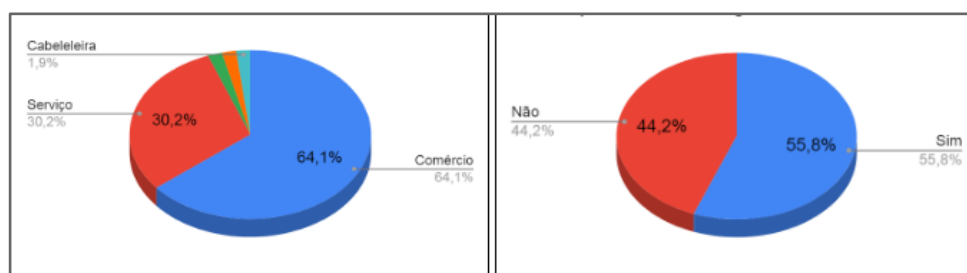
FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

Por meio dos dados coletados podemos identificar que o público predominante da pesquisa é o feminino atingindo o percentual de 77,4%. Outro fator que se destacou nessa etapa da pesquisa, foi quanto ao estado civil dos respondentes sendo que 54,7% responderam que são solteiros e 41,5% com idade máxima entre 18 a 25 anos o que pode ser considerado que se trata de pessoas que desenvolveram seus empreendimentos cedo, o que aponta o interesse entre os jovens em empreender. Outro ponto essencial da coleta de dados foi que 50,9% dos respondentes, já possuem o ensino superior o que é de grande importância pois mostra que entre os empreendedores pesquisados, mais da metade são graduados o que aponta um melhor preparo e qualificação referente ao tipo de atividade que desenvolvem. Os resultados aqui coletados, mostram a atuação desses empreendedores, fazendo parte da parcela de empreendedores que representam o crescimento das estatísticas do nível da atividade empreendedora do Brasil, como afirma os dados do GEM (2019), que comprova essa taxa de crescimento dessa atuação em pessoas desde a faixa etária mais jovem de 18 anos até os mais experientes entre 64 anos de idade. A veracidade desse crescente nível em empreendedorismo foi analisada também em anos anteriores, pelo Gem (2000), que apontou que no Brasil 1 a cada 8 adultos iniciam um novo negócio.

4.2 Perfil dos empreendedores pesquisados

Na sequência apresenta-se o perfil do empreendimento, informações como ramo de atividade, forma jurídica do negócio, localização, média de faturamento mensal, tempo e forma de atuação no mercado foram descritos.

Gráfico 1 - Ramo de atividade e regulamentação do empreendimento

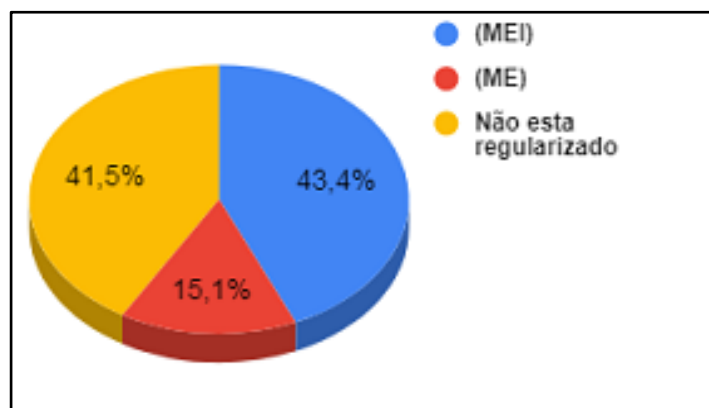


FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

A pesquisa apontou que o maior número de empreendedores dessa amostra trabalha no ramo de comércio, representando um percentual de 64,2% vindo a seguir o ramo de serviço com 30,2%. Um ponto importante a ser destacado é que as respostas abertas indicou a falta de conhecimento de alguns empreendedores quanto o seu próprio ramo de atuação, pois nesse montante foi perceptível a falta de compreensão referente a sua atuação no mercado, mesmo grande parte dos respondentes sendo graduados, alguns deles tiveram dificuldade em identificar o seu próprio ramo de trabalho, dessa forma teve-se um variedade de respostas nas quais foram descritas da seguinte forma: 1,9% indicaram ser cabelereira, 1,9% especificaram seu ramo de atuação como beleza e estética e do mesmo modo 1,9% entendem que seu ramo de trabalho é empreendedorismo.

No que se refere a regularização do negócio 57,5% responderam que são regularizados e 43,3% ainda não estão regularizados, o fato da informalidade ainda representar uma grande parcela entre os negócios pode indicar a falta de informação ou orientação adequada. Sendo assim esses empreendedores poderiam buscar órgãos de apoio a empreendedores como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa) por exemplo, para que dessa forma pudessem tirar possíveis dúvidas que podem ser o empecilho na decisão de regularizar o negócio, conforme citado na presente pesquisa esse órgão foi um dos disseminadores do empreendedorismo no Brasil, sendo um referencial para aqueles que estão iniciando suas atividades empreendedoras.

Gráfico 2 - Forma jurídica dos negócios pesquisados

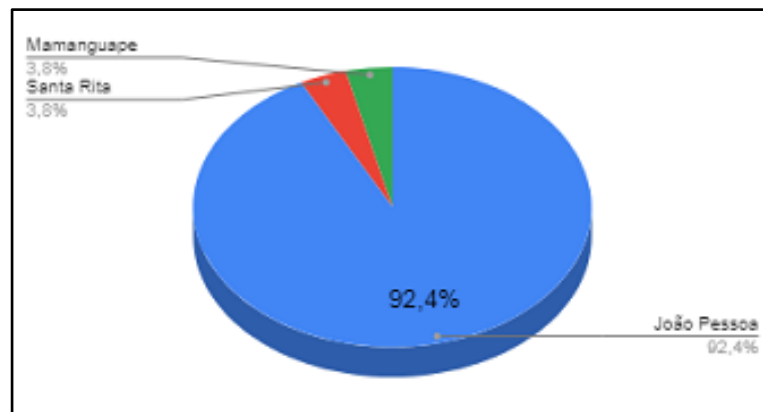


FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

Os empreendedores também foram questionados por meio da pesquisa, quanto a forma jurídica do seu negócio e conforme se observa no gráfico 3 a forma

jurídica Microempreendedor Individual (MEI) com o percentual de 43,4% é a mais usada pelos empreendedores formalizados, 15,1% pertencem a categoria Microempreendedor (ME) e quanto aos empreendedores que não são formalizados o percentual foi de 41,5%. Fazendo um comparativo com o gráfico anterior percebe-se que ao especificar melhor as formas jurídicas de formalização, o número de empreendedores que apontaram não ser formalizados obteve uma pequena redução, indicando que nesse momento alguns empreendedores conseguiram identificar sua forma jurídica de formalização. De acordo com os dados do SEBRAE (2020) a abertura de novos MEI mesmo em meio aos transtornos causados pela Covid-19 apontou considerável crescimento, pois os empreendedores encontraram na formalização como Microempreendedor Individual (MEI) uma alternativa viável, que indicou um percentual significativo de 18% de crescimento em todo estado paraibano, se comparado a anos anteriores.

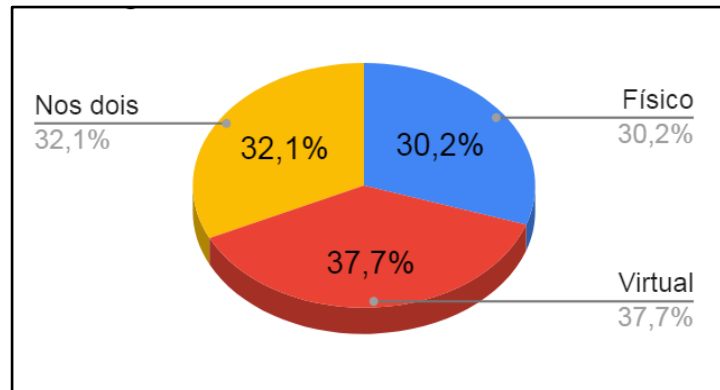
Gráfico 3 - Em qual região o seu empreendimento está localizado



FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

No que se refere a localização 92,4% estão em João Pessoa, 3,8% declararam empreender em Santa Rita, 3,8% em Mamanguape.

Gráfico 4 - Seu negócio atua no ambiente físico ou virtual

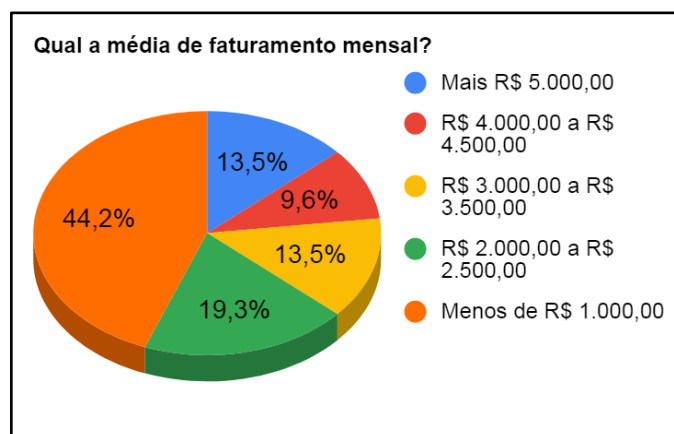


FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

Sobre a modalidade de atuação do negócio, 30,2% atuam apenas no ambiente físico, 37,7% apenas no âmbito virtual e 32,1% tem o diferencial de atuar tanto no ambiente físico quanto no virtual. Essa etapa da pesquisa traz algumas informações que destacam a atuação dos empreendedores no ambiente virtual. De acordo com com Bernardes *et all*, (2020) “A pandemia causada pela Covid-19 fez com que muitos empreendedores tivessem que repensar a forma como conduzir seus negócios para mantê-los ativos, fazendo com que muitos aderissem ao comércio eletrônico.”

O contexto da pandemia declarada no mundo todo impulsionou o serviço virtual de vendas *on-line*, que viabilizou também o relacionamento com os clientes já que o atendimento presencial ficou impossibilitado de se manter por um longo período.

Gráfico 5- Qual a média de faturamento mensal



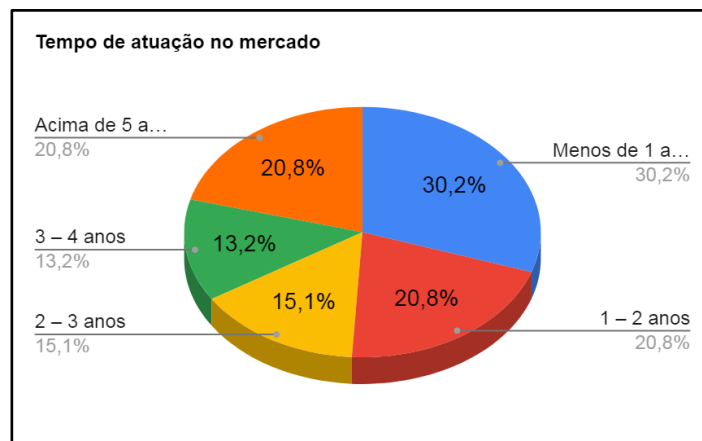
FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

Questionados quanto ao faturamento mensal 45,3% recebem menos de R\$1.000,00, cerca de 18,9% faturam entre R\$2.000,00 a R\$2.500,00 ao mês, 13,2% fatura, entre R\$ 3.000,00 a R\$ 3.500,00, de renda média mensal entre R\$ 4.000,00 a 4.500,00 apenas 9,4% e quanto ao faturamento de mais de R\$5.000,00 alcançam esse patamar, o percentual de 13,2% dos empreendedores. Como pode-se perceber o nível de faturamento que sobressai na pesquisa, foi a média mensal de menos de R\$ 1.000,00 e pode-se apontar que esse baixo faturamento talvez ocorra devido a falta de planejamento, pois por meio do Plano de Negócios tendo em vista que Dornelas (2008 p. 85) já dizia, que o plano de negócios permite ao empreendedor:

Entender e estabelecer diretrizes para o seu negócio; gerenciar de forma mais eficaz a empresa e tomar decisões acertadas; monitorar o dia-a-dia da empresa e tomar ações corretivas quando necessário; conseguir financiamentos e recursos junto a bancos, governo, Sebrae, investidores, capitalistas de risco etc; identificar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo para a empresa.

Desta forma, sem um recurso ideal para planejamento é mais difícil para o empreendedor conseguir organizar e impulsionar seu negócio mantendo estratégias, adquirindo recursos e identificando oportunidades a ponto de aumentar significativamente o seu faturamento mensal.

Gráfico 6- Tempo de atuação no mercado



FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

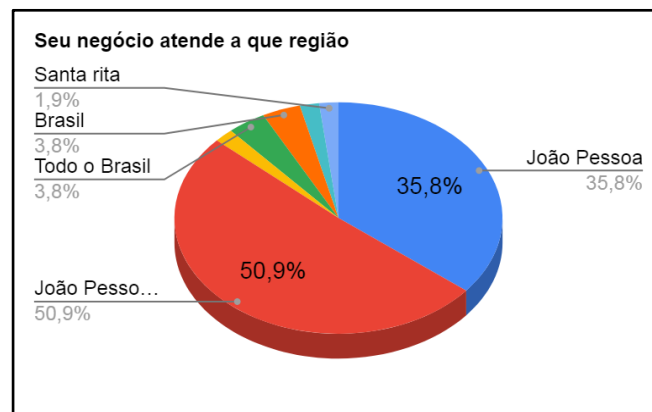
Referente ao tempo de atuação no mercado, a maioria atua a menos de 1 ano representando 30,2%. Houve uma mesma porcentagem entre 1 a 2 anos 20,8%, já os atuantes entre 2 e 3 anos atingiu o percentual de 15,1% e 3 a 4 anos 13,2% e

acima de 5 anos 20,8%. O índice que se destacou nessa etapa da pesquisa foi aqueles com tempo de atuação de menos de 1 ano como foi citado. Esse resultado não foi observado apenas nessa pesquisa, pois em todo o Brasil é confirmado o alto crescimento de negócios novos como citado no estudo feito pelo Gem (2019).

A pesquisa observou que no ano de 2002 o índice foi de 13,5% de crescimento de novos negócios sendo que em 2019 atingiu um percentual de 23,3%, sendo assim, o fato dos negócios iniciais terem sido maioria no resultado da presente pesquisa comprova o que vem ocorrendo ano a ano no Brasil.

Esse percentual de novos negócios pode ser sinônimo de geração de renda para a economia local, entretanto se não estiverem fundamentados em um bom planejamento os novos negócios que se inseriram no mercado não atingirão o êxito sonhado podendo acarretar no fracasso desses empreendimentos, conforme Simpson *et al.*, (2004 apud Amarante J; Goraieb M; Machado H p.30 2014) “a definição mais clara de sucesso seria a continuidade do negócio e o fracasso, seria o fechamento do negócio”.

Gráfico 7 - Seu negócio atende a que região



FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

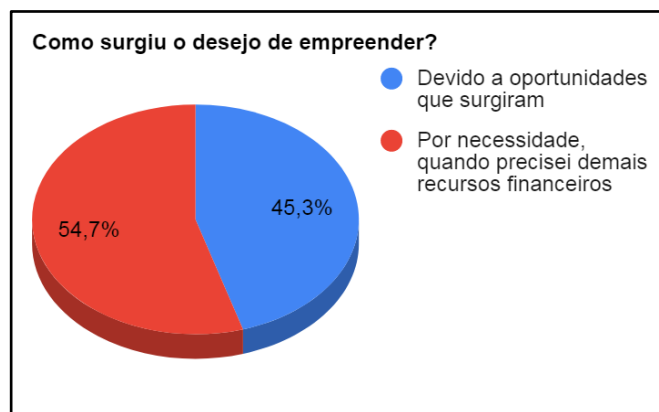
A respeito da região na qual os empreendimentos atendem, 50,9% dos empreendedores informaram atender tanto a João Pessoa quanto a cidades vizinhas, já 35,8% atendem exclusivamente o mercado de João Pessoa. Quanto às respostas abertas houve uma diversidade de respostas no qual 1,9% atende a cidades do interior e de outros estados, 7,6% atendem a todo o Brasil, 1,9%

atendem a João Pessoa, cidades do brejo e outros estados e 1,9% atende apenas ao público de Santa Rita.

4.3 Perfil empreendedor e suas características

Nesse momento, foram analisadas as características dos empreendedores, como foi desenvolvido o planejamento dos empreendimentos e como surgiu o desejo de empreender, levando em consideração também se houve a busca por órgãos de apoio a empreendedores.

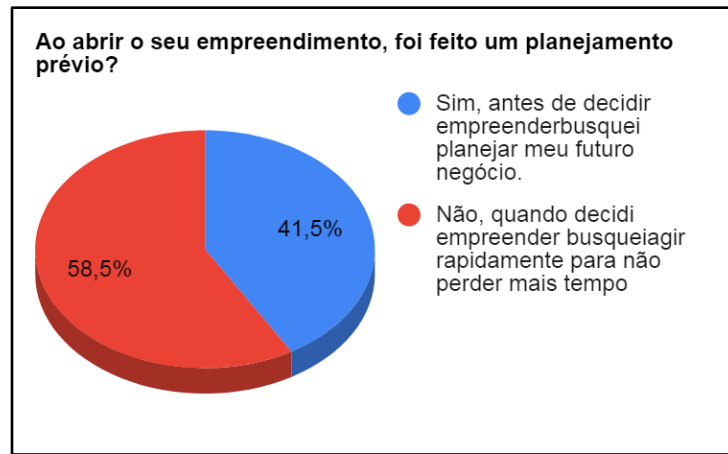
Gráfico 8 - Como surgiu o desejo de empreender



FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

O desejo de empreender surgiu na maioria das vezes por necessidade para 54,7% dos respondentes que ao necessitar de mais recursos financeiros se sentiram motivados a empreender. Entretanto 45,3% foram movidos pela oportunidade de abrir um negócio próprio. O Gem (2017) aponta que os índices de empreendedorismo por oportunidade são superiores aos que empreendem por necessidade, entretanto no contexto da presente pesquisa, caracterizado pela presença de uma pandemia, os índices de empreendedores por necessidade foram maiores representando 54,7% do percentual. O que pode ter sido acentuado devido ao crescente número de desemprego.

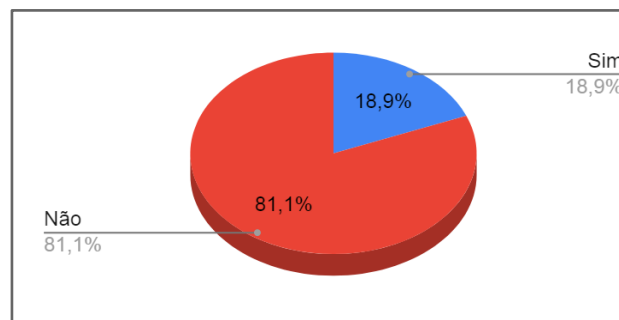
Gráfico 9 - Ao abrir o seu empreendimento, foi feito um planejamento prévio?



FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

A aplicação da pesquisa também obteve os dados de que ainda há falta de planejamento na iniciação dos empreendimentos, essa constatação se dá por meio do percentual de 58,5% apontando que dos participantes dessa pesquisa, a maioria dos empreendedores não fez planejamento adequado se baseando no fato de que não podiam perder mais tempo. De acordo com um estudo realizado por Medeiros (2018) a falta de planejamento foi um dos principais fatores que levou cerca de 54% dos respondentes de sua pesquisa a fecharem seus negócios devido ao fracasso dos mesmos. Contudo, 41,5% afirmaram ter feito um planejamento antes de abrir seu próprio negócio, o que é bastante positivo.

Gráfico 10 - Quando decidiu empreender, buscou ajuda de algum órgão de apoio a microempreendedores de sua cidade



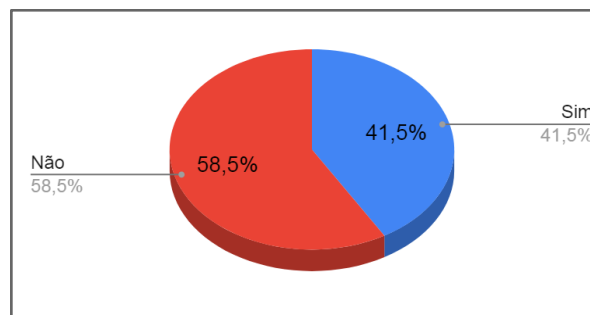
FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

Com respeito à busca por órgãos de apoio a empreendedores, 81,1% não buscou esse tipo de assessoria para iniciação do negócio, sendo que apenas 18,9% dos respondentes priorizaram a orientação adequada solicitando ajuda a órgãos de apoio a empreendedores. Como pode-se perceber, mesmo no contexto contemporâneo no qual a informação é acessível por meio da propagação e facilidade que a tecnologia possibilita viabilizando com isso o acesso rápido e fácil da informação, o interesse em solicitar o apoio de órgãos incentivadores do empreendedorismo e consultores, por exemplo, ainda é escasso entre os respondentes.

4.4 Nível de utilização e conhecimento sobre o Plano de Negócios

Nesse momento, chega-se à parte mais importante da pesquisa, pois foi identificado o nível de conhecimento dos empreendedores quanto à ferramenta de planejamento conhecida como Plano de Negócios.

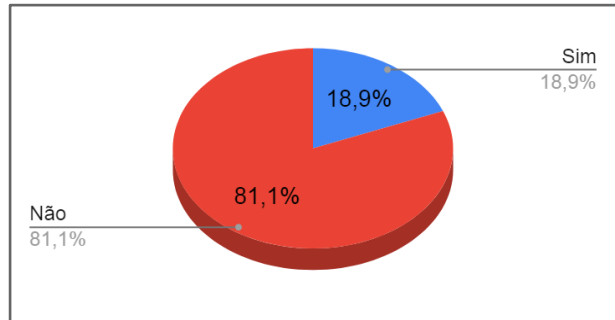
Gráfico 11 - Você tem conhecimento referente a uma ferramenta de auxílio a empreendedores chamada Plano de negócios



FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

Foi identificado que mais da metade dos respondentes ou seja 58,8% das pessoas que participaram desta pesquisa, desconhece o plano de negócios, o que pode ter contribuído para a não utilização desse planejamento, entretanto 41,5% responderam que conhecem o plano de negócios, porém o conhecimento dessa ferramenta de apoio no planejamento não ocasionou na utilização do mesmo.

Gráfico 12 - Você utilizou a ferramenta (Plano de Negócios) para lhe auxiliar no momento de planejamento

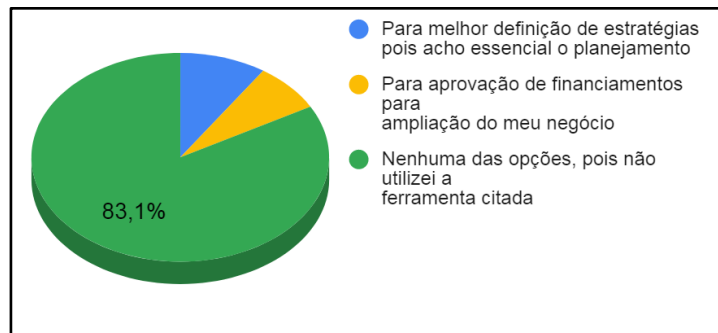


FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

Os dados afirmam que 81,1% não fizeram uso da ferramenta de planejamento e apenas 18,9% realizaram o plano de negócios em seus empreendimentos. As informações aqui obtidas permitem ressaltar a falta de planejamento em muitos empreendimentos, o que possibilita a comparação destes dados com o da pesquisa de Medeiros (2018) que identificou a falta de planejamento como um dos principais fatores que levou cerca de 54% dos respondentes de sua pesquisa a fecharem seus negócios devido ao fracasso dos mesmos.

Essa comparação, ainda que não seja feita nenhuma comprovação, sugere um alerta para os empreendedores que não realizam nenhum tipo de planejamento do negócio. Sendo assim, para aqueles que buscam o sucesso o uso do plano de negócios pode ser um grande aliado para isso, pois Segundo Moreira (2017, p.37) “A chave do sucesso é estar sempre à frente das mudanças. Tudo precisa ser planejado, estruturado e planejado para poder dar certo.”

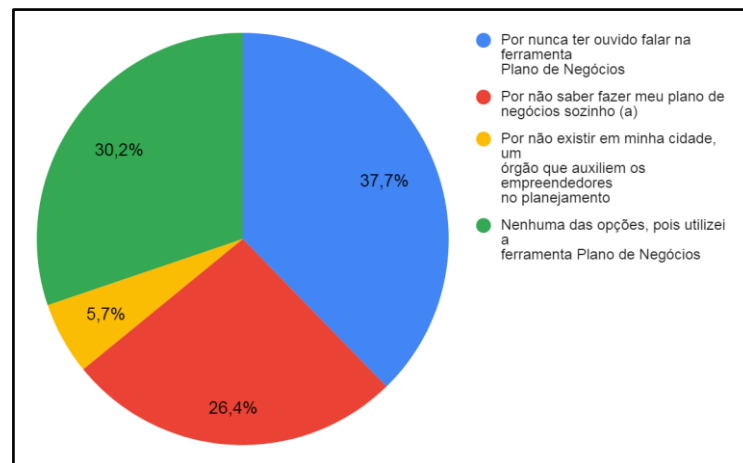
Gráfico 13 - Se você utilizou o Plano de negócios. Cite o motivo conforme opções abaixo



FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

Conhecem e entendem que o plano de negócios é sim um grande aliado e pode ser destinado a bancos, parceiros, investidores, viabiliza também o relacionamento com os clientes e sócios como afirma Dornelas (2008).

Gráfico 14 - Se você não utilizou o plano de negócios. Cite o motivo conforme opções abaixo



FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

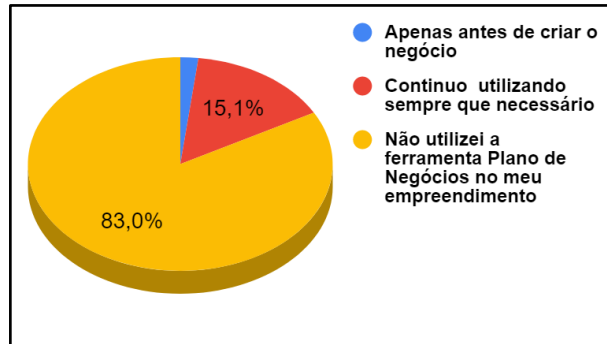
Por meio dos dados já apresentados até aqui, nota-se que a maioria dos respondentes não utilizam o plano de negócios e os motivos que levaram a falta de planejamento foi o fato de que muitos não conhecem a ferramenta ou seja 37,7% dos empreendedores dessa amostra não tiveram contato com nenhum tipo de informação que os levassem a conhecer o plano de negócios.

Entretanto, esse percentual demonstra uma sutil diferença quanto ao gráfico 12, no qual quando questionados sobre o conhecimento a respeito do plano de negócios 41% dos respondentes afirmaram conhecer a ferramenta.

Outro fator que mais incentivou as pessoas a não utilizar a ferramenta foi por não saber fazer o plano de negócios pois 26,4% dos respondentes necessitavam de ajuda para realizar o planejamento, já 5,7% informaram que na região onde vivem não há órgãos de apoio a empreendedores que os auxiliem no processo de planejamento e implementação dos negócios e por fim 30,2% não sinalizaram nenhum tipo de problema pois utilizaram o plano de negócios.

Os dados aqui apresentados mostraram uma incompatibilidade de respostas quanto ao percentual de 30,2% sendo assim alguns respondentes nessa etapa da pesquisa mudaram suas respostas afirmando ter usado o plano de negócios.

Gráfico 15 - Caso tenha utilizado o Plano de negócios, cite em quais momentos ele foi usado

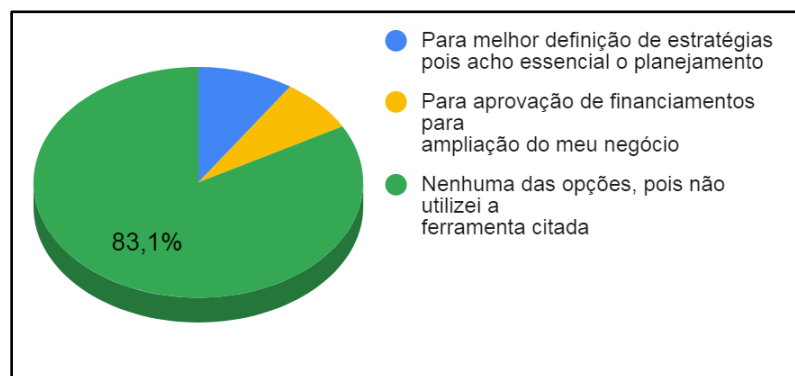


FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

Quando questionados sobre em quais momentos foram usados os planos de negócios grande parte dos pesquisados ou seja 83% responderam que não fizeram uso desse planejamento em momento algum no negócio, 15,1% ainda utilizam seu planejamento sempre que necessário e a minoria 1,9% usaram o plano de negócios apenas na fase de iniciação do empreendimento.

O que pode-se destacar nessa análise é que a maioria dos entrevistados não fizeram nenhum tipo de planejamento para os seus negócios o que pode ser preocupante pois ao passar por adversidades no mercado esses empreendedores serão pegos despreparados, pois não terão como base o planejamento inicial e contínuo adequado do seu próprio negócio.

Gráfico 16 - Se você utilizou o Plano de negócios. Cite o motivo conforme opções abaixo



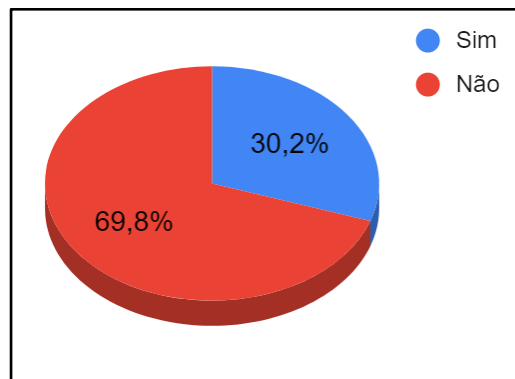
FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

Conforme visto no gráfico 16, quanto à finalidade de utilização da ferramenta plano de negócios 83,1% não utilizaram em momento algum do planejamento, 9,4% fizeram uso do plano de negócios para melhor definir suas estratégias pois acham essencial o planejamento, 7,5% informaram ter utilizado a ferramenta de

planejamento para viabilizar a aprovação de financiamentos a fim de ampliar o empreendimento.

Nessa etapa da análise, pode-se observar que houve uma variação nos dados referente a essa informação, no qual anteriormente no gráfico 13, 18,9% afirmaram ter utilizado o plano de negócios, entretanto ao especificar para que foi utilizado, foi identificado uma pequena divergência, isso pode ter sido motivado pelo fato de que alguns dos respondentes podem ter realizado o plano de negócios, porém não ter destinado o seu planejamento a nenhuma das alternativas aqui citadas.

Gráfico 17 - No seu ponto de vista como empreendedor (a), você acha que o plano de negócios lhe auxiliou ou não, no êxito do seu empreendimento

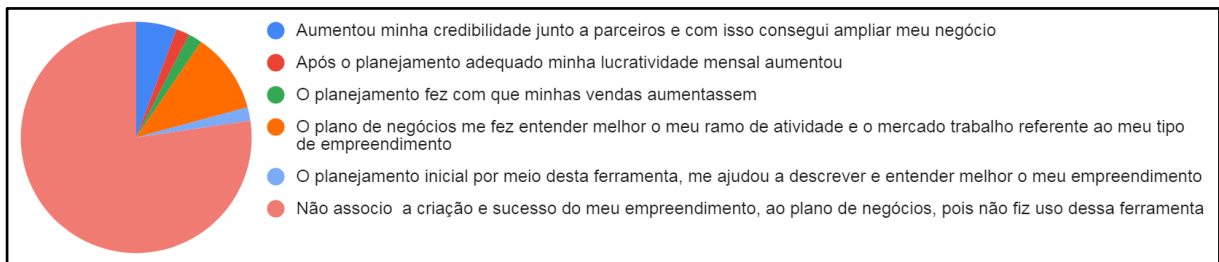


FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

No ponto de vista dos empreendedores da pesquisa, 69,8% acreditam que o a ferramenta proposta, não os auxiliaram quanto ao êxito do negócios sendo assim sugere-se que quanto aos empreendedores que não associam o êxito ao plano aqui proposto, esse resultado pode ter sido motivado pelo fato de que a maioria dos empreendimentos que compõem essa pesquisa são recentes e sendo assim ainda não estão estabelecidos no mercado e portanto ainda não atingiram suas metas quanto ao negócio que implantaram recentemente. De acordo com Bernardi (2003), novos empreendimentos são vulneráveis e sujeitos a muitas restrições e com isso a prudência e cautela devem ser redobradas desde o início do processo. Por este motivo, o uso do plano de negócios deveria ser enaltecido entre os empreendedores iniciais. Desse percentual, 30,2% entendem os benefícios da ferramenta para o seu negócio e atribuem ao plano de negócios o impulsionamento que podem os conduzir ao êxito desejado, diante dessa resposta pode-se perceber que o planejamento por

meio do plano de negócios ainda é escasso entre os respondentes da presente pesquisa é que os mesmos não associam o alcance do êxito ao planejamento adequado tendo em vista que a maioria dos respondentes entendem que o uso da ferramenta aqui proposta não os auxiliam na chegada do sonhado sucesso nos negócios.

Gráfico 18 - Das opções listadas, indique como o uso do plano de negócios lhe ajudou quanto a criação e o êxito do seu negócio



FONTE: Dados da Pesquisa (2021)

Esta etapa da análise trouxe informações importantes que foram apontadas pelos respondentes dessa amostra em questão, pois nesse momento os respondentes indicaram como o plano de negócios os ajudaram quanto a fase inicial da criação do negócio até o êxito obtido por cada um.

Dos entrevistados que utilizaram o plano de negócios, esse auxiliou no êxito dos seus negócios, contribuindo para entre outros aspectos o melhor entendimento do seu ramo de atividade e do mercado. Desta forma 5,7% perceberam que o uso do plano de negócios aumentou a credibilidade junto a parceiros e com isso conseguiram ampliar o negócio, já 1,9% indicaram que após o planejamento adequado tiveram aumento na sua lucratividade, do mesmo modo 1,9% percebeu que o planejamento fez com que as vendas aumentassem, 11,2% afirmam que o plano de negócios os fez entender melhor o seu ramo de atividade e o mercado trabalho referente ao seu tipo de empreendimento, 1,9% entende que o planejamento inicial por meio desta ferramenta, os ajudou a descrever e entender melhor o seu empreendimento, porém 77,4% não associou a criação e sucesso do empreendimento, ao plano de negócios, pois não fizeram uso da ferramenta.

Desse percentual positivo quanto a utilização do plano pode-se destacar que 11,2% passaram a entender melhor o seu ramo de atividade e o mercado de trabalho no qual está inserido, o que é de grande importância pois compreendendo melhor o seu ramo de atividade e seu mercado o empreendedor pode tomar

decisões mais acertadas e com isso melhor entender o mercado no qual está inserido e direcionar assertivamente o seu negócio identificando o público correto ao ramo de atividade que lhe é cabível.

Os dados aqui apresentados, mostram que alguns dos respondentes conseguem entender os benefícios trazidos por meio da ferramenta proposta, plano de negócios. Entretanto as informações descritas nessa etapa do questionário, permite uma análise mais minuciosa quanto às respostas anteriores e percebe-se que ao se tratar de forma mais específica sobre os benefícios que a ferramenta possibilita como foi o caso dessa sessão, que pesquisou sobre o nível de utilização e conhecimento sobre o Plano de Negócios, alguns dos respondentes entram em contradição, indicando uma possível incompreensão da ferramenta em si ou por dificuldade em interpretar o que a questão estava solicitando de cada respondente. trazendo com isso uma leve diferença nos resultados obtidos.

Contudo, referente às respostas até aqui analisadas pode-se perceber que uma considerável parte dos empreendedores que participaram dessa pesquisa estão utilizando de forma adequada o seu plano de negócios.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou responder por meio de estudos anteriores e através da pesquisa de campo a importância do plano de negócios na implementação e êxito de negócios, verificando o nível de conhecimento e importância dada ao planejamento e ao plano de negócios na visão de empreendedores da cidade de João Pessoa e cidades vizinhas.

Os resultados da pesquisa indicaram que na percepção da maioria dos empreendedores entrevistados, acreditam não ter ligação com o planejamento e o sucesso do empreendimento e não associam a criação e sucesso de um empreendimento ao plano de negócios. Isto pode ocorrer porque não possuem conhecimento referente ao Plano de Negócios.

Diante desses resultados pode-se concluir que os motivos que levaram os empreendedores dessa pesquisa a não utilizar o plano de negócios foi a falta de conhecimento quanto a ele. Com isso entende-se que é necessário um maior impulsionamento na região esse estudo em relação ao apoio ao empreendedor. É necessário ainda, políticas públicas que incentivem a formalização e crescimento da atividade empreendedora. Os empreendimentos que foram analisados nesse estudo tratam-se de negócios que na sua maioria são recentes no mercado e surgiram motivados pela necessidade e esse fator pode ter sido incentivado pela pandemia vivenciada em todo o país no momento da pesquisa. Conforme o GEM a taxa de abertura de novos negócios é crescente no Brasil, entretanto se não for associado ao planejamento prévio e contínuo, esses índices de crescimento de abertura podem dar lugar às estatísticas de fechamento desses negócios devido a falência precoce relacionado a falta de planejamento.

Quanto às limitações da pesquisa pode-se destacar algumas dificuldades encontradas, devido a falta de estudos recentes referente ao plano de negócios e sua utilização entre os empreendedores. Sendo assim recomenda-se que no futuro novas pesquisas busquem verificar o uso do plano de negócios por novos empreendedores se essa situação mudar com o tempo e considerando um novo contexto.

Aconselha-se também que os órgãos de apoio ao empreendedor passem a divulgar mais e incentivar de maneira acessível a todos à atividade empreendedora, buscando levar aos pequenos negócios o incentivo à regularização dos mesmos e

ajudando na realização do plano de negócios para os empreendedores de João Pessoa e cidades vizinhas.

O estudo realizado contribui para área acadêmica tendo como foco a área de Administração, pois é um tema pouco abordado, com isso sugere-se que haja mais estudos voltados para a área do empreendedorismo principalmente em João Pessoa, a fim de incentivar ainda mais o planejamento por meio do plano de negócios para que os empreendedores se permitam sair da informalidade e buscar novos patamares no mercado, por meio de um planejamento adequado em busca do tão sonhado êxito. A pesquisa, portanto, responde à questão problema “Qual a importância da utilização do plano de negócios para a implementação e êxito de novos negócios?” Na perspectiva teórica destaca-se que o plano de negócios é importante para a implementação e êxito dos negócios. Por meio da presente pesquisa percebe-se a necessidade do planejamento por meio do Plano de Negócios pois esse auxílio trará para o empreendedor maior clareza quanto ao seu negócio, metas e objetivos a serem alcançados, o plano de negócios também poderá ser ajustado com o passar do tempo e otimizado para melhor atender aos novos rumos que o negócio poderá tomar em busca do sucesso e permanência no mercado. Quanto a perspectiva da pesquisa de campo observou-se que para os empreendedores pesquisados o plano de negócios não foi utilizado pela maioria tendo como principal motivo o desconhecimento desta ferramenta, mas para aqueles que informaram usá-lo observou-se que o plano foi importante nos resultados dos negócios e no conhecimento destes relacionados ao ramo e ao mercado, portanto podendo sim ter contribuído para o seu êxito.

REFERÊNCIAS

ANDREASSI *et al.* **Práticas de empreendedorismo: casos e planos de negócios.** Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2012.

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **O Brasil deve atingir marca histórica de empreendedorismo em 2020.** Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/brasil-deve-atingir-marca-historica-de-empreendedorismo-em-2020,d9c76d10f3e92710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 15. jan. 2021.

AMARANTE, Juliana Marangoni ; GORAIEB, Marcelo Ribeiro ; MACHADO, Hilka Pelizza Vier. Concepções de sucesso e de fracasso empreendedor. **Revista Pretexto**, Vol. 15, Nº. 2 abril/junho, 2014, págs. 28-40. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5003163>> Acesso em: 22. mar. 2021.

BERNARDI, L. A. **Manual de Empreendedorismo e Gestão.** São Paulo: Editora Atlas, 2003

BERNADES, Juliana Reis; SILVA, Bárbara Letícia de Sousa; LIMA, Thais Cristina Ferreira. Os impactos financeiros da Covid-19 nos negócios. **Revista da FAESF**: vol. 4. n. especial COVID 19. p. 43-47 . Jun. 2020 Disponível em: <<http://faesfpi.com.br/revista/index.php/faesf/article/view/115/101>> Acesso em: 05. jan. 2021.

BERNARDES, Cyro Reynaldo Cavaleiro. **Criando empresas para o sucesso.** 3 ed rev. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2004.

BIBLIOTECAS SEBRAE. **Abertura de MEI em 2020.** Disponível em: <(sebrae.com.br)[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/eac8a92677aaaac4688bf022856ea533/\\$File/30585.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/eac8a92677aaaac4688bf022856ea533/$File/30585.pdf)> Acesso em: 19. fev. 2021.

BRASIL, Ângela *et al.* Plano de Negócio: Uma ferramenta com múltiplas aplicações. Faculdades Integradas de Três Lagoas -AEMS **Três Lagoas**, Mato Grosso do Sul Disponível em: <<http://www.aems.edu.br/conexao/edicaoanterior/Sumario/2013/downloads/2013/3/87.pdf>> Acesso em: 15. jan. 2021.

CAVALCANTE, Elmano Pontes. **Inteligência empresarial e o sucesso nos negócios.** FACEF Pesquisa Desenvolvimento e Gestão. v.7, n.2 p. 65-73 2004. Disponível em: <<http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/facefpesquisa/article/view/29/95>> Acesso em: 18. jan. 2021.

COELHO, João Pedro Ribeiro de Miranda. **O Plano de Negócio como**

elemento estratégico da empresa. 2018 97 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Gestão com especialização em Controlo de Gestão) Universidade Católica Portuguesa Porto, Lisboa, Porto. Disponível em: <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/27621/1/CPBS_interior_trabalho_final%20fim.pdf> Acesso em: 9. jan. 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos.** 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor – empreendedorismo e viabilização de novas empresas. Um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio.** 2 ed. rev. e atual. São Paulo: Editora Saraiva, 2007

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo; dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e a viabilização de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio.** 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

CHIAVENATO Idalberto. **Dando asas ao espírito empreendedor.** 4 ed. Barueri, SP: Manole, 2012.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócio.** Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** Rio de Janeiro: ed. 5. – Reimpr. Empreende/LTC, 2015.

DORNELAS, José; SPINELLI, Stephen; ADAMS, Robert. **Criação de novos negócios: empreendedorismo para o século 21.** adaptação da 9^o ed americana. São Paulo: Elsevier, 2014.

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

FERRAZ, Alexandre Foizer. **Qual a importância do Plano de Negócios para o sucesso de uma empresa?** 2011. Monografia - Curso de Administração. Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/9204/1/20782154.pdf>> Acesso em: 02. fev. 2021

FUZETTI, Diana L. Kochmanski. Conceitos e práticas empreendedoras na visão econômica e administrativa. **Bioenergia em Revista: Diálogos**, ano 5, n. 2, p. 50-66, jul./dez. 2015. Disponível em: <<http://www.fatecpiracicaba.edu.br/revista/index.php/bioenergiaemrevista/issue/view/11>> Acesso em: 10. jan. 2021.

GOMES Paula Mendes; FONTES Selma Velozo; SILVA Caroliny Sales dos Santos; Empreendedorismo como estratégia de negócio em pequenas e microempresas. *In:* SIMPÓSIO, DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA de Excelência em

Gestão e Tecnologia, 17. 2020, Rio de Janeiro. **Anais[...]**. Rio de Janeiro: Associação Educacional Dom Bosco, 2020. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos20/22530296.pdf>> Acesso em: 12. de fev. 2021.

GOMES, Almiraiva Ferraz. O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. **Revista Eletrônica de Administração** 2005 v. 4, n. 2. Disponível em: <<http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/rea/article/view/192/44>> Acesso em: 3. mar. 2021.

IBQP. Empreendedorismo no Brasil: **Relatório Executivo 2019**. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%c3%b3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>> Acesso em: 16. jan. 2021.

LIMA, LNGC; SOUZA, MS; LIMA, KVB. **As descobertas genômicas do SARS-CoV-2 e suas implicações na pandemia de COVID-19**. **J Health Biol Sci.** 2020 J; 8(1):1-9 Disponível em <As descobertas genômicas do SARS-CoV-2 e suas implicações na pandemia de COVID-19 | Lima | Journal of Health & Biological Sciences (unichristus.edu.br)> Acesso em 16 jan. 2021.

MOREIRA, Heber Lavor. **Elaborando um plano de negócios sem mistérios**. Belém: 2017. E-book 138 f.: Il. ISBN: 978-85-82454-42-8. Disponível em: <[Elaborando um plano de negócios sem mistérios: biblioteca eletrônica gratuita Z-Library \(br1lib.org\)](#)> Acesso em 29 mai. 2021.

ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: Sebrae 2013. E-book. Disponível em: <[Como elaborar um plano de negócios | Cláudio Afrânio Rosa | download \(br1lib.org\)](#)> Acesso em: 29 mai. 2021.

SEBRAE. Causa Mortis: **O sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros 5 anos** de vida. São Paulo: SEBRAE-SP, 2014. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/333000e30d218194165cd787496e57f9/\\$File/5712.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/333000e30d218194165cd787496e57f9/$File/5712.pdf)> Acesso em: 12. jan.2021.

SEBRAE. **Como ser um empreendedor de sucesso?** In Blog do Sebrae/ SC - Sebrae SC. Santa Catarina, 17 fev. 2020. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/empreendedor-de-sucesso/>> Acesso em: 01 mar. 2021.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao empreendedorismo: construindo uma atitude empreendedora**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. — 2a reimpressão. il. E-book ISBN 978-85-52-3466-4. Disponível em: <[Introdução ao empreendedorismo: biblioteca eletrônica gratuita Z-Library \(br1lib.org\)](#)> Acesso em: 30 mai. 2021.

SEBRAE. **Relatório Executivo 2017**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%c3%b3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf> Acesso em: 16. jan. 2021.

APÊNDICE A Questionário

A importância da utilização do Plano de Negócios para implementação e sucesso de novos negócios.

Sr. (a) esse questionário trata-se de um trabalho de conclusão de curso da aluna Débora Carla Virgínio da Silva, orientada pela Prof.^a Dr.^a Maria de Fátima Silva Oliveira, no curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB). Esta pesquisa tem como objetivo verificar o nível de conhecimento e importância dada a ferramenta Plano de Negócios, entre os empreendedores de João Pessoa e cidades circunvizinhas.

Ao responder esse questionário sua identidade será preservada, garantindo o seu anonimato. Sua colaboração será de suma importância para o desenvolvimento dessa pesquisa de conclusão de curso.

Em caso de dúvidas, entrar em contato pelo e-mail:
debora.virginio@academico.ifpb.edu.br

Desde já agradeço sua participação.

1. Gênero

- () Feminino
- () Masculino
- () Outro

2. Estado civil

- () Solteiro (a)
- () Casado (a)
- () Divorciado (a)
- () Viúvo (a)

3. Faixa etária

- () 18-25
- () 26-30
- () 30-35

- 36-40
- Acima de 40

4. Nível de escolaridade

- Ensino Fundamental
- Ensino Médio
- Ensino Superior
- Pós Graduação

5. Ramo de atividade

- Comércio
- Serviço
- Indústria
- Outros

6. O seu empreendimento está regularizado?

- Sim
- Não

7. Se a resposta anterior foi sim, em qual forma jurídica o seu empreendimento está regularizado?

- Microempreendedor Individual (MEI)
- Microempreendedor (ME)
- Outros

8. Em qual região o seu empreendimento está localizado?

- João Pessoa
- Santa Rita
- Bayeux
- Outros

9. Seu negócio atua no ambiente físico ou virtual?

- Físico

- Virtual
- Nos dois

10. Qual a média de faturamento mensal?

- Mais de R\$ 5.000,00
- De 4.000,00 a R\$ 4.500,00
- De R\$ 3.000,00 a R\$ 3.500,00
- De R\$ 2.000,00 a R\$ 2.500,00
- Menos de R\$ 1.000,00

11. Tempo de atuação no mercado

- Menos de 1 ano
- 1 – 2 anos
- 2 – 3 anos
- 3 – 4 anos
- Acima de 5 anos

12. Seu negócio atende a que região?

- João Pessoa
- João Pessoa e cidades vizinhas
- Cidades do interior e de outros estados
- Outros

Perfil empreendedor e suas características

Nesta sessão o Sr. (a) identificará como surgiu o seu desejo em empreender e quais são suas características empreendedoras

13. Como surgiu o desejo de empreender?

- Devido a oportunidades que surgiram
- Por necessidade, quando precisei de mais recursos financeiros

14. Ao abrir o seu empreendimento, foi feito um planejamento prévio?

- Sim, antes de decidir empreender busquei planejar meu futuro negócio.

Não, quando decidi empreender busquei agir rapidamente para não perder mais tempo.

15. Quando decidiu empreender, buscou ajuda de algum órgão de apoio a microempreendedores de sua cidade?

Sim

Não

Nível de utilização e conhecimento sobre o Plano de Negócios

Nessa última etapa o Sr.(a) identificará qual o nível de utilização e conhecimento sobre o Plano de Negócios

16. Você tem conhecimento referente a uma ferramenta de auxílio a empreendedores chamada Plano de negócios?

Sim

Não

17. Você utilizou a ferramenta (Plano de Negócios) para lhe auxiliar no momento de planejamento?

Sim

Não

18. Se você utilizou o Plano de negócios. Cite o motivo conforme opções abaixo:

Para melhor definição de estratégias pois acho essencial o planejamento

Para aumentar a credibilidade do meu negócio junto a parceiros, sócios ou investidores

Para aprovação de financiamentos para ampliação do meu negócio

Nenhuma das opções, pois não utilizei a ferramenta citada

19. Se você não utilizou o plano de negócios. Cite o motivo conforme opções abaixo:

Por nunca ter ouvido falar na ferramenta Plano de Negócios

Por não saber fazer meu plano de negócios sozinho(a)

Por não existir em minha cidade, um órgão que auxiliem os empreendedores no planejamento

Nenhuma das opções, pois utilizei a ferramenta Plano de Negócios

20. Caso tenha utilizado o Plano de negócios, cite em quais momentos ele foi usado?

Apenas antes de criar o negócio

Contínuo utilizando sempre que necessário

Não utilizei a ferramenta Plano de Negócios no meu empreendimento

21. No seu ponto de vista como empreendedor (a), você acha que o plano de negócios lhe auxiliou ou não, no êxito do seu empreendimento?

Sim

Não

22. Das opções listadas, indique como o uso do plano de negócios lhe ajudou quanto a criação e o êxito do seu negócio?

Aumentou minha credibilidade junto a parceiros e com isso consegui ampliar meu negócio

Após o planejamento adequado minha lucratividade mensal aumentou

Com o plano de negócios consegui prospectar mais clientes em potencial

O planejamento fez com que minhas vendas aumentassem

O plano de negócios me fez entender melhor o meu ramo de atividade e o mercado trabalho referente ao meu tipo de empreendimento

O plano de negócios foi essencial na criação do meu negócio

O planejamento inicial por meio desta ferramenta, me ajudou a descrever e entender melhor o meu empreendimento

Não associo a criação e sucesso do meu empreendimento, ao plano de negócios, pois não fiz uso dessa ferramenta