

Entre a idéia e a realidade

Viviane Faver

Que o plano de negócios é essencial para evitar o pior na hora de montar um empreendimento, muitos candidatos a empresários já perceberam. As dúvidas sobre como colocar no papel as idéias e opções que o empreendedor analisará para decidir sobre a viabilidade da empresa a ser criada, porém, são muitas. Para orientar futuros empresários nesse desafio, o Sebrae coloca muita informação disponível em seu site. A leitura de livros e a participação em cursos são também opções para quem não quer caminhar no escuro.

Segundo especialistas, a principal dificuldade na elaboração de um plano de negócios é consequência de sua natureza: eles tratam de idéias ainda não realizadas. Por isso, não podem se basear em históricos ou em estatísticas próprias para desenhar cenários futuros. O grande desafio é obter dados de organizações semelhantes ou fazer projeções a partir de outros dados, de maneira consistente, objetiva e, principalmente, convincente.

A forma do documento em si está disponível em inúmeros modelos na internet, conta André Averbug, da PV Inova, que fez um plano de negócios com seus sócios quando a empresa ainda estava no Instituto Gênesis, incubadora da Pontifícia Universidade Católica do Rio (PUC-Rio).

Curso

Para contribuir na solução das dúvidas, o Instituto Gênesis dará início, no próximo dia 27, à Oficina de Plano de Negócios (OPN). São 16 aulas teóricas, baseados no estudo de casos reais, utilizando a experiência dos alunos para ilustrar os principais conceitos. Para Priscila Perillier O'Reilly de Araújo Castro, gerente do Instituto Gênesis, o plano deve refletir a realidade, as perspectivas e as estratégias da futura empresa. "Ele deve examinar o cenário externo, analisar as competências da empresa para aproveitar oportunidades e planejar o seu crescimento. Com o plano de negócios, a empresa reduz riscos, prevendo as situações adversas", conta.

De acordo com o diretor do Instituto Gênesis, José Alberto Aranha, é fundamental o empresário ter uma idéia e agregar gente nela. "Estudar essa idéia para ver se é viável em termos de mercado é fundamental. Depois, é preciso verificar se tem alguém pensando em algo semelhante e pesquisar qual a probabilidade de aceitação. Saber quais serão os gastos para colocar essa idéia em prática no mercado é o passo final", conta.

Aprendizado

O diretor-superintendente do Sebrae/RJ, Sérgio Malta, conta que a partir de um plano de negócios, o empreendedor aprende muito mais a respeito do seu ramo, sua atividade e seu mercado. "Ele terá um controle muito maior de sua empresa, além de conseguir competitividade ao buscar informações sobre uma série de questões levantadas no roteiro da elaboração de seu plano", afirma.

Para ajudar quem está pensando em virar um empresário, o Sebrae tem um programa chamado Próprio Programa, de orientação para futuros empresários. Ele é dividido em cinco etapas: portas abertas, despertando o empresário, coletando informações, conhecendo seu negócio e elaborando o próprio curso. "Apesar das aulas serem teóricas, o aluno vai se organizando com seus próprios colegas de turma, e vai aprendendo algumas dicas sobre como conhecer a concorrência, o consumidor e formatar o preço mais adequado para seu produto", completa Malta.

O plano de negócios da PV Inova, de Averbug, viabilizou como produto para o mercado uma inovação tecnológica. A empresa desenvolveu um telefone público móvel, instalado em ônibus. A partir dessa idéia, a empresa nasceu.

"Para qualquer empresário que deseja fazer um plano de negócios, recomendo um estudo bem aprofundado antes. É importante recorrer sempre aos modelos dos planos de negócios, muitas

vezes disponíveis na internet. O principal desse processo é calcular os gastos e o prazo do retorno”, conta.

PARA FAZER UM PLANO DE NEGÓCIOS

DEFINA o futuro negócio em uma frase, respondendo às perguntas: quais produtos e serviços serão oferecidos?, quais as razões que levam a crer que será atingido o sucesso?, quais são as oportunidades (já existentes ou que serão criadas) que você percebe e pretende explorar?

ESCOLHA quem administrará o negócio, verificando sua qualificação e definindo uma estrutura organizacional e física.

IDENTIFIQUE quantos ou quem são os clientes potenciais e onde eles estão. Em seguida, responda à pergunta: por que os clientes escolherão a sua empresa e não a concorrente? Para isso, identifique quem serão seus parceiros e fornecedores, quem são os concorrentes, quais os fatores do sucesso atual destes concorrentes, qual o seu diferencial competitivo, qual o seu nicho, qual a sua delimitação geográfica, como você vai promover e divulgar seu negócio e como vai distribuir seu produto.

CALCULE uma projeção de faturamento, investimentos e despesas para os dois primeiros anos (com periodicidade trimestral). Os cálculos devem projetar um fluxo de caixa mensal para o primeiro ano, volume de negócios necessário para alcançar o ponto de equilíbrio ou o resultado operacional positivo e em quanto tempo será possível alcançá-lo. A partir dos cálculos, defina a fonte do capital a ser investido.

Fonte: Jornal do Commercio, Rio de Janeiro, 14 ago. 2008. Seudinheiro, p. B-20.