



Campus São Mateus  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO



Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação  
Universidade Federal do Espírito Santo

## ANÁLISE DA IMPORTÂNCIA DO PLANO DE NEGÓCIO NA ABERTURA DE UMA EMPRESA DO SEGMENTO DE OFICINA MECÂNICA.

*ANALYSIS OF THE IMPORTANCE OF THE BUSINESS PLAN IN THE OPENING OF A COMPANY IN THE MECHANICAL WORKSHOP SEGMENT*

*ANÁLISIS DE LA IMPORTANCIA DEL PLAN DE NEGOCIOS EN LA APERTURA DE UNA EMPRESA DEL SEGMENTO DE TALLERES MECÁNICOS*

Louise Rigoni Rodrigues<sup>1</sup>, & Wilson Rodrigues de Sousa Junior<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Centro Universitário Salesiano - Unisaes  
<sup>1</sup>[louiserigoni@gmail.com](mailto:louiserigoni@gmail.com) <sup>2</sup>[wjunior@salesiano.br](mailto:wjunior@salesiano.br)

### ARTIGO INFO.

**Recebido:**

**Aprovado:**

**Disponibilizado:**

**PALAVRAS-CHAVE:** Plano de negócios; Empreendimento; Organização.

**KEYWORDS:** Business plan; Enterprise; Organization.

**PALABRAS CLAVE:** Plan de negocios; Empresa; Organización.

**\*Autor Correspondente: Rodrigues, L. R.**

### RESUMO

O presente artigo buscou medir a importância do Plano de Negócios e suas vantagens competitivas nas oficinas mecânicas, observando se o planejamento está ajudando na organização das empresas.

O objetivo é demonstrar a relevância do plano de negócio não importando o tamanho do empreendimento, demonstrando a necessidade de se utilizar o mesmo para que o sucesso seja a consequência. Foi realizada uma pesquisa com as oficinas mecânicas da Grande Vitória através de um questionário com perguntas abertas e fechadas para saber quem utiliza o método, e se havia ajudado na organização do empreendimento.

Com o resultado da pesquisa foi possível certificar que cerca de 61,5% conhece e utiliza o plano de negócios no seu empreendimento.

Podemos concluir que plano de negócios é sim importante e ajuda muito na empresa, além de favorecer na tomada de decisão e na organização do empreendimento.

### ABSTRACT

*This article sought to measure the importance of the Business Plan and its competitive advantages in auto repair shops, observing whether planning is helping in the organization of companies.*

*The objective is to demonstrate the relevance of the business plan regardless of the size of the enterprise, demonstrating the need to use it so that success is the consequence. A survey was carried out with the mechanics' workshops in Greater Vitória through a questionnaire with open and closed questions to find out who uses the method, and if they had helped in the organization of the enterprise.*

*With the result of the research, it was possible to certify that about 60% know and use the business plan in their enterprise.*

*We can conclude that the business plan is indeed important and helps a lot in the company, in addition to favoring decision-making and the organization of the enterprise.*

### RESUMEN

Este artículo buscó medir la importancia del Plan de Negocios y sus ventajas competitivas en los talleres mecánicos, observando si la planificación está ayudando en la organización de las empresas.

El objetivo es demostrar la pertinencia del plan de negocios independientemente del tamaño de la empresa, demostrando la necesidad de utilizarlo para que el éxito sea la consecuencia. Se realizó una encuesta con los talleres de mecánica de la Gran Vitória a través de un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas para conocer quiénes utilizan el método y si ayudaron en la organización de la empresa.

Con el resultado de la investigación se pudo certificar que cerca del 60% conocen y utilizan el plan de negocios en su empresa.

Podemos concluir que el plan de negocios sí es importante y ayuda mucho en la empresa, además de favorecer la toma de decisiones y la organización del emprendimiento.



## 1. INTRODUÇÃO

Todo empreendimento passa por vários ciclos de vida, onde encontram desafios e dificuldades, fazendo a necessidade de desenvolver um Plano de Negócio competente, com estratégias claras e bem definidas que venha a servir de roteiro para o empreendedor alcançar suas metas, como explica (Mattar 1999)

Devido ao mercado consumidor está cada vez mais exigente e competitivo, é necessário que as empresas planejem estrategicamente para reduzirem os seus riscos, tornando-se mais eficazes, podendo assim proporcionar um diferencial competitivo com maior abrangência de consumidores. Esse método de planejar o futuro da organização traz maior segurança no momento de tomar decisões mais arriscadas, pois é com base no que foi planejado para o empreendimento que o gestor poderá analisar e decidir o que for mais adequado para que não resulte em consequências não planejadas.

Plano de Negócios é um planejamento onde as empresas descrevem em detalhes suas ações com o intuito de atingir os seus próprios objetivos. No documento geralmente descrevem-se de três a cinco anos, onde o empreendedor precisa citar quais são seus objetivos como investimento inicial, quais serão suas estratégias, a função de cada pessoa, além de elaborar um cronograma de ação, com prazos e expectativas para cada mês. (Garcia, 2009).

Este trabalho se justifica visto que o plano de negócio é um documento que deve ser escrito nele quais são os objetivos de um negócio, e quais passos devem ser dados para que estes objetivos possam ser alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um Plano de Negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado como afirma (SEBRAE, 2013).

À vista disso, definiu-se o seguinte Problema de Pesquisa: Como a Ferramenta Plano de Negócios pode ser utilizada e quais benefícios pode trazer para as oficinas mecânicas?

Este trabalho tem como objetivo geral analisar a importância da utilização da ferramenta conhecida como Plano de Negócio e quais os benefícios que pode trazer, um estudo de caso das oficinas mecânicas da Grande Vitória.

Especificamente visa-se obter dados com informações de critérios indispensáveis na qualidade do serviço em questão, obtendo informações que serão importantes para tomada de decisões, saber se realmente o Plano de Negócio ajuda na organização da empresa.

Estado Unidos foi o primeiro país que implantou o Plano de Negócios e teve como objetivo melhorar a gestão e o controle das grandes empresas, porque poucas delas utilizavam esse método na década de 1960, as pequenas empresas tinham dificuldade de aplicar, pois achavam muito difícil devido a quantidade de detalhes para elaborar um bom Plano de Negócios.

No Brasil, em 1970, começou a se falar em plano de negócios, mas somente em 2000 as empresas interessaram-se e começaram a utilizá-lo. As estruturas para Plano de Negócios atualizaram-se ao passar dos anos e na década anterior já se tornaram da maneira que se conhece na atualidade mais flexível, afirma (Nakagawa, 2011).



Citação (APA): Autor1, Autor2, & Autor3. (2022). Título. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 8(1), 01-2.

Tem-se como hipótese que ao abrir seu próprio empreendimento e criadas várias expectativas, e por consequência essas expectativas podem ser bem distantes caso não haja um planejamento. Com um planejamento bem elaborado obtém-se os seguintes benefícios: entender como será sua empresa, aonde quer chegar, expectativa e metas, conhecer sobre mercado do ramo da empresa, viabilidade de ideia, vantagem competitiva e a definição de posição e atribuição. Assim a empresa não corre risco de falência, de acordo com um levantamento feito pelo IBGE uma a cada cinco empresas fecham no primeiro ano de atividade e quase 70% fecham antes de completar 10 anos de atividade, pois não aplicaram o Plano de Negócios, pode-se observar esses dados em (SEBRAE, 2013).

## 2. ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho foi dividido em cinco partes:

Parte introdutória que se trata do primeiro capítulo, envolvendo objetivos e justificativas.

Já no capítulo dois, tem-se o referencial teórico referente a: serviços, Plano de Negócios, planejamento, empreendedorismo e organização, esse capítulo necessita de caráter teórico para melhor entendimento da pesquisa realizada.

No terceiro capítulo é possível ver qual a metodologia usada.

No quarto capítulo está a parte de análise dos dados obtidos.

No quinto capítulo trata-se das considerações finais.

E no capítulo sexto consta as referências utilizadas para o desenvolvimento.

## 3. REFERENCIAL TEÓRICO

### 3.1. Empreendedorismo

Segundo (Chiavenato, 2004) para ser um bom empreendedor tem que ser aquela pessoa que identifica oportunidade e sem enxergar os possíveis problemas faz as coisas acontecer sem medo de arriscar.

Para (Dornelas, 2008) o empreendedor deve ser considerado alguém capaz de criar um negócio a partir da identificação de oportunidades, somado ao fato de assumir os riscos ora calculados. Faz-se saber que alguns aspectos são fundamentais para este papel, como ter iniciativa na formação do negócio e ideia, criatividade na execução dos recursos e submissão aos riscos existentes em todo negócio.

Já para (Quadros, 2004), na criação de um novo empreendimento, o Plano de Negócio é uma técnica de planejamento que apresenta variáveis de forma organizada.

Os empreendedores são pessoas que não se contentam com pouco, eles sempre querem inovar o inovador conforme citado por (Dornelas, 2008).

Com isso, segundo (Quadros, 2004), para a maioria dos empreendedores, o possível desenvolvimento de um Plano de Negócio torna-se uma apresentação do empreendimento para demais parceiros comerciais, mas não somente isso, ele também pode proporcionar ao



empreendedor durante o desenvolvimento, se feito de forma correta, o conhecimento de seu próprio negócio.

Para (Dornelas, 2008) a palavra empreendedor é utilizada para designar principalmente a pessoa que se dedica à geração de riqueza, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização etc.

Nesse sentido, empreender significa ter as ideias emergidas a partir de fontes ou da solução criativa de problemas, elas precisam de um desenvolvimento e aperfeiçoamento posteriores até o oferecimento do produto ou serviço final, explica (Hisrich & Peter, 2004).

Segundo (Dolabela, 2008), o empreendedorismo não é um tema novo ou modismo, ele existe desde a primeira ação humana inovadora, e tem objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza.

Para empreender, é necessário um comportamento proativo desejando aprender a pensar e agir por conta própria, com criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato também em prazer e emoção, afirma (Dolabela, 2008).

Segundo (Hisrich e Peter, 2004) o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita, envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade.

Afirma (Chiavenato, 2004) em uma pesquisa feita em 2001, envolvendo cerca de 29 países, sobre a população entre 18 e 64 anos que se dedicam ao empreendedorismo, o Brasil aparece em 5º lugar com o percentual de 14,2% da população. O Brasil ocupa a 15ª posição do Ranking do Empreendedorismo por Oportunidades e a 4ª posição no Ranking do Empreendedorismo por Necessidades, segundo pesquisa da GEM – Global Entrepreneurship Monitor realizada em 2005 em 36 países.

(Hisrich & Peter, 2004) apresenta informações sobre o desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e do termo empreendedor a partir da Idade Média até 1985, quando ele define o empreendedorismo como processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

De acordo com (Dornelas, 2008) o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: primeiro, tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz, segundo utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; e por último aceita assumir os riscos calculados e com a possibilidade de fracassar.

Para (Chiavenato, 2004) o espírito empreendedor é a energia da economia, alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias. Mais ainda, ele é quem fareja as



Citação (APA): Autor1, Autor2, & Autor3. (2022). Título. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 8(1), 01-2.

oportunidades e precisa ser muito rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros o façam o empreendedor é a pessoa que inicia e opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente.

### 3.2. Plano de Negócios

Pode-se perceber que para obter êxito não é só necessário ter várias ideias boas, tem que se preocupar com o planejamento dessas ideias.

De acordo com o (SEBRAE, 2013), o Plano de Negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos são necessários, para que os objetivos possam ser alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um Plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

O Plano de Negócios é o documento mais importante para o empreendedor no estágio inicial, é provável que potenciais investidores não pensem em investir em um novo empreendimento enquanto o Plano de Negócios não estiver completo, (Hisrici & Peters, 2004).

Entretanto (Chiavenato, 2004) expressa que a ferramenta importante para abertura ou expansão de um empreendimento é Plano de Negócios, por muitas das vezes o empreendedor tem um plano em mente, pois para esse plano se prosperar são necessárias transformações dessas ideias para um documento formal.

Segundo (SEBRAE, 2013), o Plano de Negócios, irá ajudar a concluir se sua ideia é viável e também buscar informações mais detalhadas sobre o ramo, os produtos e serviços que se pretende oferecer, seus clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, sobre os pontos fortes e fracos do seu negócio.

Um Plano de Negócios completo pode variar de quinze a quarenta páginas mais anexas dos materiais, pode ser utilizado quando se pleiteia uma grande quantidade de dinheiro ou quando se necessário apresentar uma visão completa do seu negócio, afirma (Garcia, 2009).

Para (Silva, 2008), o Plano de Negócios tem papel estratégico, pois é tido como uma ferramenta que orienta o gestor na implantação do negócio, assim como pode assinalar potenciais parcerias, esclarecer objetivos, definir metas e acompanhar o crescimento da organização de forma geral do empreendimento.

O resultado do Plano de Negócios poderá ser satisfatório quando realizadas pesquisas sobre o ramo em que se deseja atuar, para isso, é necessário entender o que o mercado almeja. Ademais, conhecer os concorrentes e calcular os investimentos é de extrema importância para o sucesso do modelo de negócio que deixa investir, afirma (Dornelas, 2008)

Ainda segundo (Dornelas, 2008), o conceito básico do Plano de Negócio é o planejamento, é uma ferramenta dinâmica, que precisa ser utilizada constantemente, pois o ato de planejar é dinâmico e corresponde a um processo cíclico"

Seguindo (Nakagawa, 2011) explica que o Plano de Negócios tem como função o mapeamento de riscos, podendo também calcular o retorno do investimento feito de forma clara e objetiva.



De acordo com (SEBRAE, 2013) um plano de negócio trata-se de um documento no qual os objetivos do negócio são descritos. Além disso, o passo a passo precisa ser tomado para que eles sejam atingidos, reduzindo então os riscos. O Plano de Negócios permite a clara identificação de potenciais erros ainda na fase de maturação da ideia.

Embora o Plano de Negócios não seja uma garantia do sucesso empresarial, permite a tomada de decisões mais acertadas. Por ser uma descrição do negócio, possibilita melhores negociações e respostas aos questionamentos dos fornecedores, distribuidores, bancos, sócios e do próprio empreendedor e sua equipe, explica (Dornelas, 2008).

Para (Oliveira, 2012), o Plano de Negócio é uma descrição detalhada da empresa, de seu funcionamento e do que é necessário para sua instalação, ou seja, o Plano de Negócio é a definição da empresa, antes mesmo da sua existência.

De acordo com (SEBRAE, 2013), o Plano de Negócio ajuda o empreendedor a concluir se sua ideia é viável, podendo fazer uma análise criteriosa do ambiente de negócios, através de informações detalhadas sobre o seu ramo, produtos, serviços, clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, sobre os pontos fortes e fracos do seu negócio.

O Plano de Negócio em si não garante o sucesso da empresa ou sua lucratividade; no entanto, quando desenvolvido com boa qualidade, aumenta as chances do empreendimento, pois, através da reflexão e da compreensão das necessidades, cria bases sólidas para o monitoramento do modelo e da estratégia de negócios, afirmando (Hisrich & Peter, 2004)

### 3.3. Planejamento

Planejamento significa estabelecer um conjunto de providências para a realização dos objetivos organizacionais de modo mais eficaz e eficiente.

O propósito real do planejamento pode ser definido como os desenvolvimentos de processos, técnicas e atitudes administrativas, as quais proporcionam uma situação viável de avaliar as implicações futuras de decisões presentes em função de objetivos empresariais que facilitarão com que a tomada de decisão no futuro possa ser de modo mais rápido, coerente, eficiente e eficaz (Oliveira, 2012).

Afirma (Chiavenato, 2004) que planejamento estratégico é considerado o conjunto de tomada deliberada e sistemática de decisões acerca de empreendimentos que afetam ou deveriam afetar toda a empresa por longos períodos.

O planejamento nas empresas começa pelo dono, depois é uma função básica do gerente, para ajudar na tomada de decisões e demais funções, como organizar, influenciar e controlar, segundo (Hisrich & Peter, 2004).

De acordo com (Oliveira, 2012), quando se faz um planejamento é importante colocar os ativos totais como, os ativos não líquidos, estoque, instalações e equipamentos que são os maiores passivos da empresa para que não tenha a falta de liquidez gerando a falência da empresa.

Ainda segundo (Oliveira, 2012) o planejamento financeiro é considerado um processo onde são colocados todos os tipos de renda e despesa da pessoa, sendo também importante colocar o



patrimônio e os objetivos a ser alcançado, sendo possível planejar cada passo para se tomar uma decisão.

O planejamento financeiro serve para estabelecer as metas ajudando no crescimento da empresa onde ela possa alcançar resultados satisfatórios na parte financeira da empresa, desde os custos fixos, variáveis, investimentos até financiamentos, afirma (Silva, 2008).

Se o administrador não tem plano e objetivos da empresa não é possível organizar setores e recursos, sendo assim não possível ter uma ideia do que é feito para melhor organização da empresa, quando a empresa não tem um plano de planejamento não é possível liderar com confiança ou se exemplo para outras pessoas, explica (Hisrich & Peter, 2004).

Para (Garcia, 2009) as empresas utilizam-se de planos financeiros para direcionar suas ações com vistas a atingir seus objetivos imediatos e a longo prazo onde um grande montante de recursos está envolvido.

De acordo (SEBRAE, 2013) o planejamento financeiro formaliza a maneira pelo qual os objetivos financeiros podem ser alcançados em visão mais sintetizada, um plano financeiro significa uma declaração do que a empresa deve realizar no futuro.

Durante o processo de planejamento, os orçamentos são combinados e, em consequência, os fluxos de caixa da empresa são consolidados no orçamento de caixa. Se houver um aumento nas vendas e levar a uma escassez na projeção de caixa, a administração pode antecipar quais as medidas que irá adotar para obter os recursos necessários com maior economia, expressa (Quadros, 2004).

(Garcia, 2009) menciona que o planejamento financeiro é um dos aspectos importantes para o funcionamento e sustentação da empresa, pois fornece roteiros para dirigir, coordenar e controlar suas ações na consecução de seus objetivos. Dois aspectos-chave do planejamento financeiro são o planejamento de caixa e de lucros. O primeiro envolve o planejamento do orçamento de caixa da empresa; por sua vez, o planejamento de lucros é normalmente realizado por meio de demonstrativos financeiros projetados, os quais são úteis para fins de planejamento financeiro interno, como também comumente exigidos pelos credores atuais e futuros.

Para (Hisrich & Peter, 2004) O planejamento financeiro direciona a empresa e estabelece o modo pelo qual os objetivos financeiros podem ser alcançados, um plano financeiro é portanto, uma declaração do que precisa ser realizado no futuro em sua maioria, as decisões em uma empresa demoram bastante para serem implantadas numa situação de incerteza, isso exige que as decisões sejam analisadas com grande antecedência.

Já (Oliveira, 2012) afirma que o processo de planejamento financeiro começa com a especificação dos objetivos da empresa, após o que a administração divulga uma série de previsões e orçamentos para cada área significativa da empresa.

Com relação ao planejamento financeiro (Chiavenato, 2004) discorre, que processo de planejamento financeiro inicia-se pela projeção dos planos financeiros a longo prazo, ou estratégicos, que por sua vez direcionam a formulação de planos e orçamentos operacionais a curto prazo.



### 3.4. Organização

(Quadros, 2004) afirma que Organização significa o ordenamento de recursos e funções para facilitar o trabalho e criar uma visão na empresa, podendo ordenar o espaço, o tempo de trabalho, as pessoas e os recursos financeiros.

Para (Chiavenato, 2004) a função da organização na administração através da empresa é reunir e integrar seu recurso, definindo as estruturas dos órgãos que pode ser administrado estabelecendo a divisão de trabalho, proporcionando os meios de autoridade e responsabilidade em cada setor.

A consultoria de uma empresa serve para organização de um serviço que auxilia os administradores em analisar e resolver problemas de ordem prática e a difundir técnicas gerenciais bem-sucedidas de uma empresa para a outra, afirma (Quadros, 2004).

(Quadros, 2004) continua afirmando que, todo consultor para a pequena empresa exerce à organização-cliente com três contribuições básicas, como detentor de conhecimento e competência técnica especializada, como observador externo imparcial suprindo a pequena empresa de auxílio profissional intensivo de base temporária, como patrocinador de argumentação que justifique a adoção de medidas predeterminadas.

Para (Hisrich & Peter, 2004), mesmo sendo demandado constantemente pelas organizações, os profissionais que atuam na consultoria organizacional são criticados por não ter qualidade nos projetos, quanto às promessas não cumpridas junto aos clientes e, ainda, a relação de dependência criada entre consultores e a organização cliente.

### 3.5. Fluxo de Caixa

Muitas vezes a empresa pode ter lucros sem fazer uso de métodos técnicos e sem realizar um planejamento, mas, segundo (Garcia, 2009) esta pode obter melhores resultados se for mais bem administrada, e se programar a gestão dos seus recursos. Uma administração sem planejamento faz com que o tomador de decisões seja subjetivo ao proferir suas escolhas, podendo desperdiçar melhores oportunidades.

A ferramenta de caixa permite que a gestão financeira seja mais eficaz, (Quadros, 2004) afirma que o instrumento possibilita ao tomador de decisão realizar um planejamento, organizar, coordenar, dirigir e controlar os recursos financeiros durante um período. Por menor que seja a informação gerada pelo instrumento, é preferível ter alguma base no momento de se tomar uma decisão, pois seus riscos tornam-se menores.

O fluxo de caixa é processo pelo qual uma empresa gera e aplica seus recursos de caixa determinado pelas várias atividades desenvolvidas, o fluxo de caixa focaliza a empresa toda, tratando das mais diversas entradas e saídas de caixa refletidas por seus negócios. Segundo (Hisrich & Peter, 2004).

De acordo com (Garcia, 2009) o uso da expressão fluxo de caixa refere-se a toda movimentação de recursos da empresa, independente da forma como este acontece, caixa, banco ou outras, mas que fluxo de caixa, como o próprio nome diz, refere-se apenas a movimentação referente ao dinheiro em espécie ou representado como tal.



Citação (APA): Autor1, Autor2, & Autor3. (2022). Título. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 8(1), 01-2.

(Silva, 2008) acrescenta que com a globalização, deve-se ter uma amplitude maior quanto à expressão fluxo de caixa, pois muitas operações são realizadas via internet, transferência bancária, cheques ou depósitos diretamente nos bancos, o que possibilita dizer que o fluxo de caixa vai além, envolvendo todos os pagamentos e recebimentos em geral.

De acordo com (Quadros, 2004) o regime de caixa considera como receitas e despesas do exercício aquelas efetivamente recebidas ou pagas dentro de um período, geralmente o ano comercial, e que apesar de não ser efetivamente legal, tem grande aderência por parte das empresas e a contabilidade pode auxiliar.

No caso das empresas sem fins lucrativos, microempresa e pequenas empresas este regime é mais utilizado, uma vez que não se faz obrigatório o uso do Regime de Competência, que contabiliza as receitas e despesas do exercício social no ato do fato gerador, sendo independente a entrada ou saída de recursos financeiros, explica (Hisrich & Peter, 2004).

Segundo (Silva, 2008) a análise do fluxo de caixa pode ser feita em três etapas: operacional, estratégica e tática. A parte operacional permite formular conclusões a respeito de recebimento de clientes e do pagamento em geral. Na parte estratégica é possível obter informações acerca do comprometimento e liberação de recursos, aquisição de novas participações acionárias, volume de recursos por terceiros para longo prazo, montante de capital aportado pelos acionistas e quantia a ser paga aos dividendos.

#### 4. METODOLOGIA

Segundo (Gil,1999), as pesquisas podem ser classificadas como: Natureza; Forma de abordagem do problema; Objetivos; Procedimento técnicos.

A Natureza desta pesquisa foi exploratória e Descritiva, a Forma de abordagem do problema foi Quantitativa através de Aplicação de um questionário via Googleforms contendo 10 questões fechadas e 01 questão aberta. O universo de pesquisa foram as Oficinas Mecânicas da Grande Vitória, através do SINDIREPA (2020) pode-se verificar que na Grande Vitória tem um total de 273 oficinas. Os questionários foram enviados por e-mail. Obteve-se resposta de 91 oficinas. O acesso às oficinas foi possível devido a ajuda de um gerente da filial de Campo Grande-Cariacica de uma grande rede de autopeças da Grande Vitória. Onde se conseguiu uma lista de E-mails.

Quanto ao tamanho da amostra, baseou-se na fórmula apresentada por Milone (2004, p.228), para cálculo de aleatórias simples:

$$N_0 = \frac{1}{E_0^2}$$

$$n = \frac{N \times N_0}{N + N_0}$$

Sendo:

$N_0$  = primeira aproximação do tamanho da amostra



Citação (APA): Autor1, Autor2, & Autor3. (2022). Título. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 8(1), 01-2.

$E_0$ = erro amostral tolerável

$n$ = tamanho da amostra

$N$ = tamanho da população

Então, considerando que o erro amostral é de 10% e que a população é de 273 alunos, calcule-se  $n$  como segue:

$$N_0 = \frac{1}{(0,1)^2} = \frac{1}{0,01} = 100$$

$$n = \frac{273 \times 100}{273 + 100} = \frac{27.300}{373} = 73,2. \text{ Sendo considerados 73 Oficinas.}$$

A abordagem quantitativa teve como objetivo coletar informações que geraram os gráficos apresentados nos resultados e discussões.

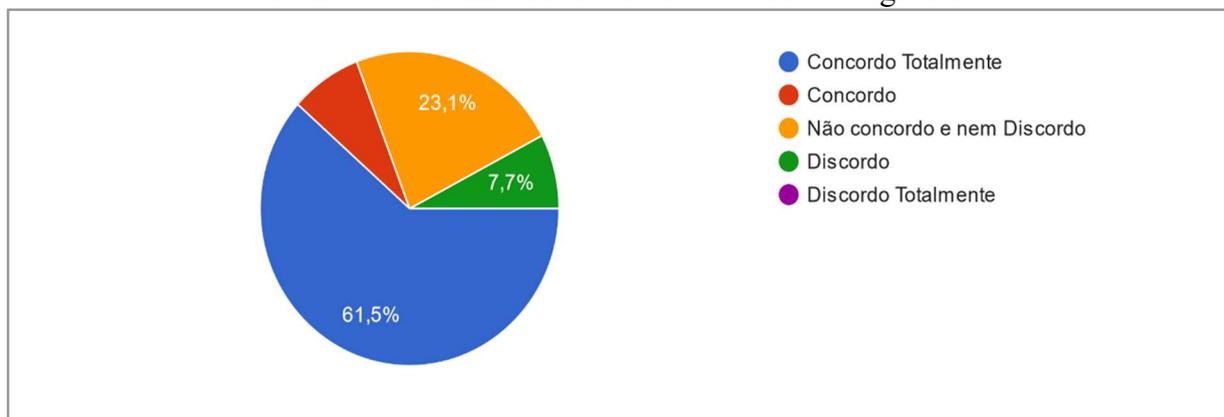
## 5. RESULTADO e DISCUSSÃO

Com a amostra definida foi aplicado um questionário de 13 perguntas avaliando o que as pessoas entendem e conhecem sobre o Plano de Negócios.

De acordo com Silva (2008), a coleta de dados é a etapa em que é feito contato com as pessoas que responderão à pesquisa, na qual os instrumentos são aplicados, registrados os dados e realizado a primeira verificação do preenchimento das respostas. Com os dados obtidos, o pesquisador tem a responsabilidade de fazer a análise dos dados e assim determinar suas conclusões (Silva, 2008).

Levando em consideração os dados que foram adquiridos com as respostas do questionário, foi possível obter médias da relação dos empresários com a ferramenta. Para melhor visualização e entendimento foram constituído vários gráficos referentes ao conhecimento sobre o Plano de Negócios.

Gráfico – 1: Conhecimento sobre o Plano de Negócios



Fonte: Próprio autor

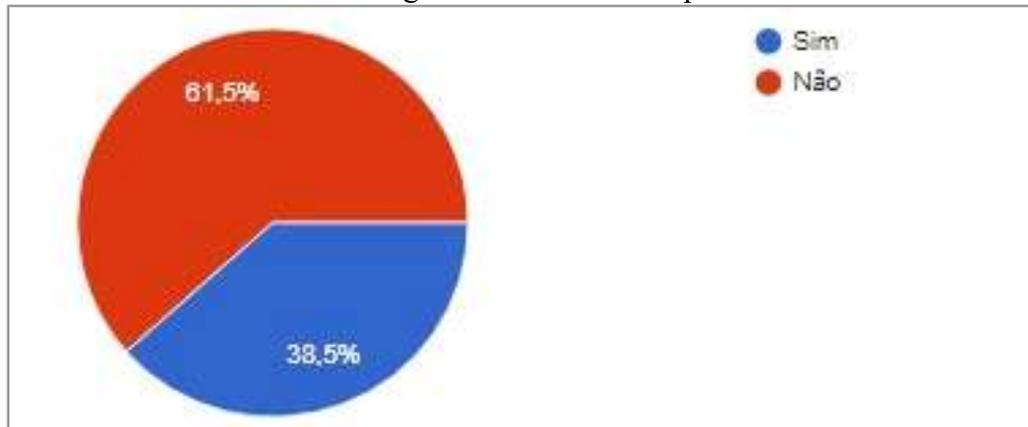


Citação (APA): Autor1, Autor2, & Autor3. (2022). Título. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 8(1), 01-2.

No Gráfico acima é possível perceber que 69,2% dos pesquisados conhecem a ferramenta Plano de Negócios que de acordo com Chiavenato (2004) expressa que a ferramenta importante para abertura ou expansão de um empreendimento é Plano de Negócios, porque o empreendedor muitas das vezes tem um plano em mente, pois para esse plano prosperar são necessárias transformações dessas ideias para um documento formal.

Apesar de Hisrici & Peters (2004) ressaltarem que o Plano de Negócios é o documento mais importante para o empreendedor no estágio inicial, é provável que potenciais investidores não pensem em investir em um novo empreendimento enquanto o Plano de Negócios não estiver completo. Foi possível obter esse resultado através desta pesquisa em que a maioria dos pesquisados não realizou um Plano de Negócios ao iniciar o seu empreendimento, ou seja 61,5% não realizaram um Plano de Negócio para ter certa segurança. Apenas 38,5 % dos pesquisados apoiaram-se nesta ferramenta.

Gráfico – 2: Realizou o Plano de Negocio no inicio do empreendimento e continua usando?

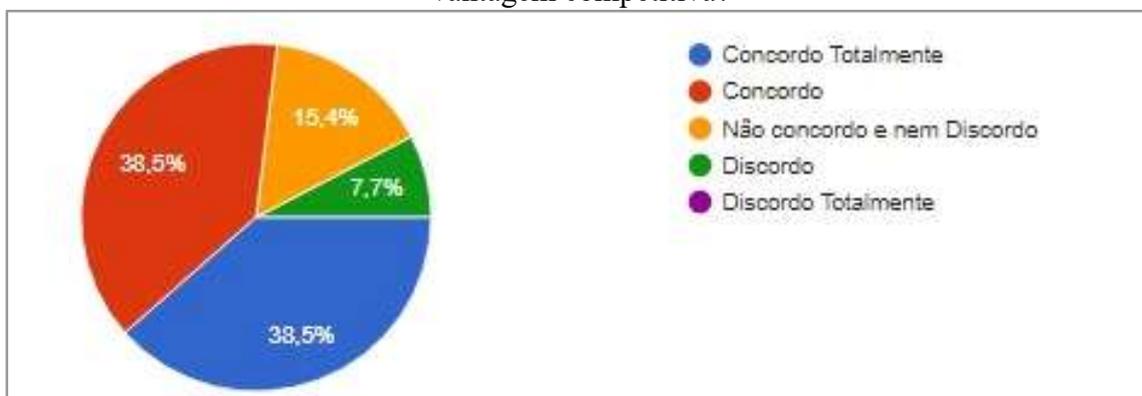


Fonte: Próprio autor

E destes pesquisados das pessoas que responderam sim que utilizaram a ferramenta 83,4% concordam que o Plano de Negócios trouxe vantagem competitiva para seu empreendimento.

Já 54,6% pesquisados apontam que não utilizaram a ferramenta no início do empreendimento afirmaram que a mesma trouxe uma certa desvantagem competitiva e não podendo auxiliar no planejamento de ações futuras ajudando na tomada de decisão.

Gráfico – 3: Utilizar o Plano de Negócios pode ajudar no crescimento da empresa trazendo vantagem competitiva?



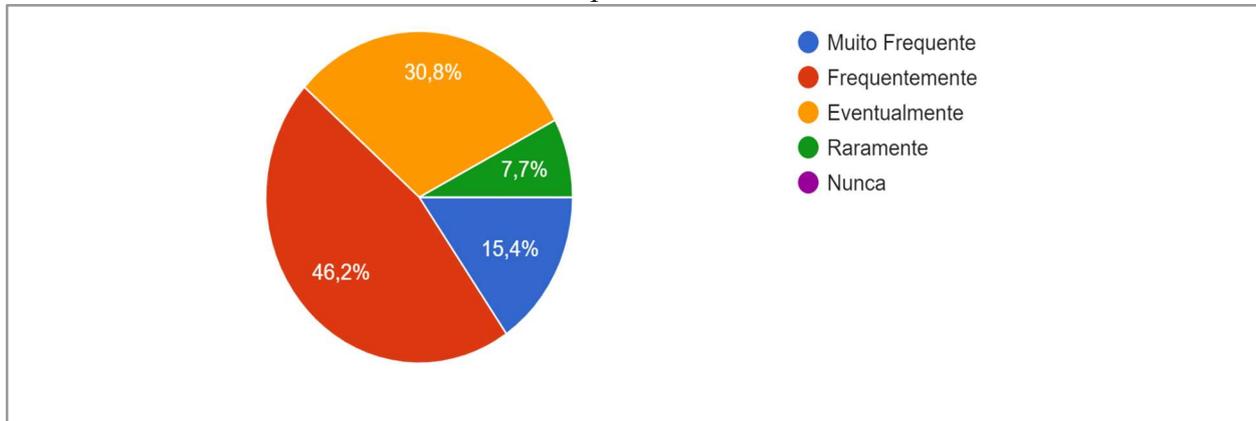
Fonte: Próprio autor



Citação (APA): Autor1, Autor2, & Autor3. (2022). Título. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 8(1), 01-2.

Dos 84,7% pesquisados que se apoiaram na ferramenta afirmaram que a mesma trouxe vantagem competitiva e que auxiliou no planejamento de novas ações.

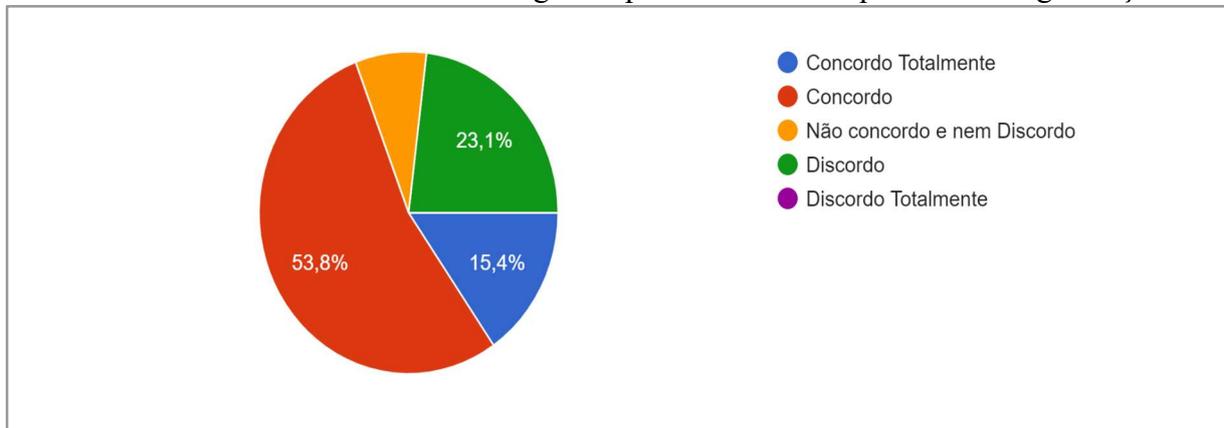
Gráfico –4: Atualmente utiliza a técnica para seguir o planejamento da organização da empresa?



Fonte:Próprio autor

Afirma Quadros (2004), que a consultoria de uma empresa serve para organização de um serviço que auxilia os administradores a analisar e resolver problemas de ordem prática e a difundir técnicas gerenciais bem-sucedidas de uma empresa para a outra, podendo notar no gráfico acima que 46,2 % utiliza frequentemente o Plano de Negócio para planejar a organização da empresa.

Gráfico –5: Não utilizar o Plano de Negócios pode trazer consequências na organização ?



Fonte:Próprio autor

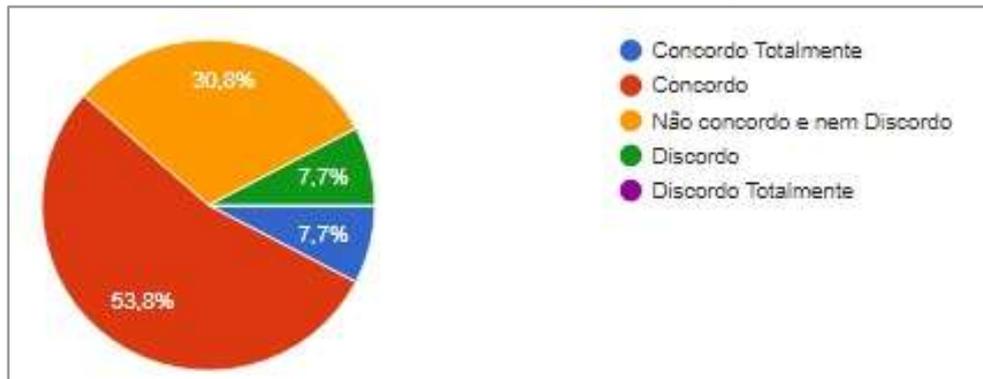
Pode-se observar que no gráfico acima 69,2% dos entrevistado acreditam que não utilizar o Plano de Negócio pode trazer consequência na organização da empresa, como Sebrae (2013), explica que Plano de Negócio ajuda o empreendedor a concluir se sua ideia é viável, podendo fazer uma análise criteriosa do ambiente de negócios, através de informações detalhadas sobre o seu ramo, produtos, serviços, clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, sobre os pontos fortes e fracos do seu negócio.

E destes pesquisados 61,5 % consideram-se um empreendedor organizado, utilizando o Plano de Negócios e fazendo um ótimo planejamento, como podemos observar no gráfico abaixo.



Citação (APA): Autor1, Autor2, & Autor3. (2022). Título. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 8(1), 01-2.

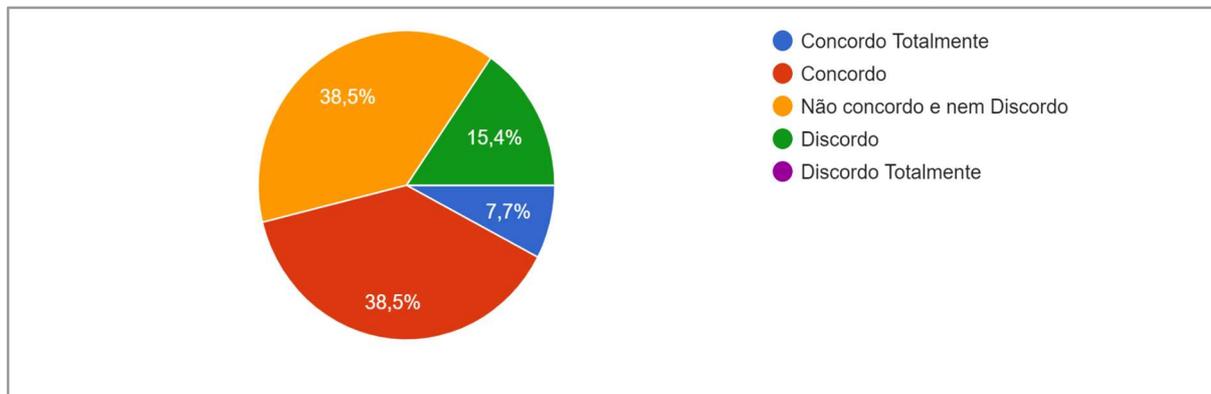
Gráfico – 6: Se considera um empreendedor organizado?



Fonte:Próprio autor

Foi muito importante observar nessa pesquisa que 69,2% dos entrevistados têm dificuldade para seguir o planejamento que está pronto.

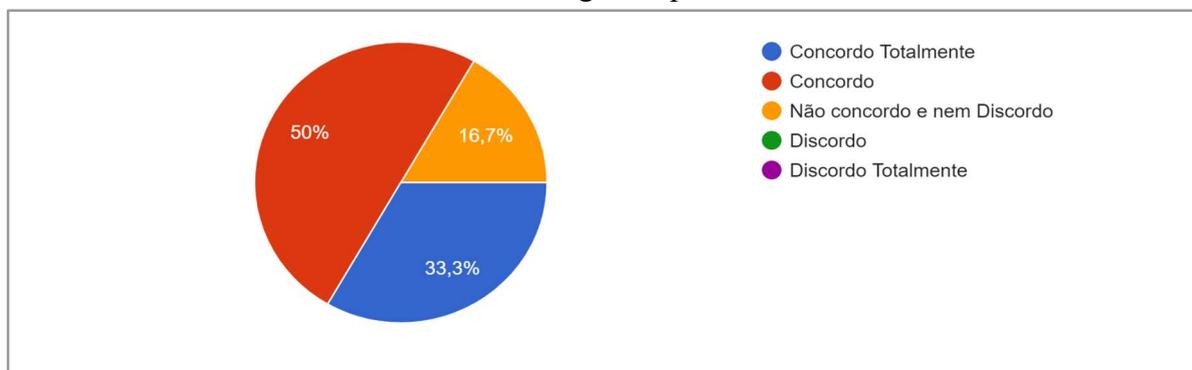
Gráfico – 7: Sei o momento certo de fazer um novo planejamento?



Fonte:Próprio autor

Como pode-se comprovar no gráfico acima, algumas pessoas ainda têm dúvida, de quando fazer um novo planejamento é o momento certo para fazê-lo. Oliveira (2012) explica que o propósito do planejamento pode ser definido como os desenvolvimentos de processos, técnicas e atitudes administrativas, às quais proporcionam uma situação viável de avaliar as implicações futuras de decisões presentes em função de objetivos empresariais que facilitarão com que a tomada de decisão no futuro possa ser de modo mais rápido, coerente, eficiente e eficaz.

Gráfico – 8: Acredito com Plano de Negócios pode obter melhor retorno financeiro?



Fonte:Próprio autor



Citação (APA): Autor1, Autor2, & Autor3. (2022). Título. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 8(1), 01-2.

No gráfico 8 mostra que 83,3% acreditam que com o auxílio do Plano de Negócios podem adquirir melhor retorno financeiro, podendo obter fatores críticos de sucesso. O Plano de Negócio em si não garante o sucesso da empresa ou sua lucratividade; no entanto, quando desenvolvido com boa qualidade, aumenta as chances do empreendimento, pois, através da reflexão e da compreensão das necessidades, cria bases sólidas para o monitoramento do modelo e da estratégia de negócios, explica Hisrich & Peter (2004).

A última pergunta foi a discursiva tivemos 3 resposta muita interessante que mostra que algumas pessoas estão sempre procurando saber mais e para auxiliar no planejamento do seu empreendimento. A pergunta foi: Caso use o Plano de Negócios como conheceu a técnica, e como ela trouxe vantagem competitiva?

Obter a seguinte respostas:

“Conheci a Ferramenta através do curso de MBA, pude tirar as ideias da cabeça, planejar e analisar em qual região tinha clientes em potencial e que não tinha tanta competitividade no mercado. Vimos que para isso era necessário montar uma equipe de vendas para buscar esses novos clientes.” (Pesquisado 5)

“Através de cursos e treinamentos e aplicando e organizando a empresa.” (Pesquisado 56)

O (pesquisado 78) afirma que o plano de negócios “Me ajuda a observar o mercado, o que posso melhorar, na minha empresa, para melhorar meus rendimentos”.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito deste trabalho é diminuir o risco através de um planejamento extenso e completo, pesquisando quem conhece e utiliza o Plano de Negócios. O Empreendedorismo das micro e pequenas empresas é muito importante para a economia do país, porém para os empreendedores que pretendem abrir seu próprio negócio é de crucial importância a elaboração de um Plano de Negócio, para tentar minimizar o risco intrínseco que os novos negócios apresentam nos primeiros anos das atividades.

Através da elaboração deste trabalho foi possível perceber também a importância de analisar e conhecer o ambiente mercadológico em que a empresa está inserida. No mercado atual as mudanças ocorrem a todo momento, o consumidor está cada vez mais exigente o que instiga ainda mais a concorrência.

Grande parte dos empreendedores existentes não usam ou não possuem conhecimento suficiente para evitar ou atravessar um momento de crise, pois não sabem como agir diante de situações que fogem do seu controle, e por fim acabam fechando o empreendimento ou impossibilitando o seu crescimento.

O Plano de Negócios, deve ser usado regularmente, pois não se trata de algo difícil, ao contrário, se usado frequentemente torna-se fácil e vira um hábito.

Através da elaboração deste estudo é possível compreender que o trabalho do empreendedor não é apenas idealizar o negócio, com ajuda de planejamento é possível ter um retorno e uma empresa bem planejada, exigindo competências, dedicação e conhecimento de todo o ambiente interno e externo da organização.



Citação (APA): Autor1, Autor2, & Autor3. (2022). Título. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 8(1), 01-2.

A implantação do Plano de Negócios é importante, pois é possível analisar ambiente externo e interno, quais os custos necessários para poder montar e manter a empresa, auxiliando nas possíveis tomadas de decisão e definir estratégias, e o mais importante mapear a demanda do público alvo.

O empreendedor que ainda não tem muitas experiências não sabe que é possível aprender o Plano de Negócios através de curso ou até mesmo consultoria para auxiliar.

Em geral, foi possível analisar através dessa pesquisa que grande maioria dos empreendedores sabe o que é Plano de Negócios e quais suas vantagens, porém não são todos que utilizam essa ferramenta.

Vimos atras da pesquisa que 61,5% dos empresários não realizou o Plano de Negócio no início do empreendimento e não continua usando, talvez seja por que muitas oficinas é passado para pai pra filho, além disse a maioria desse público não obteve muito acesso ao estudo.

Outro dado importante que obteve nessa pesquisa que 69,2% do empresários acreditam que não utilizar o Plano de Negócio pode trazer consequência na organização da empresa, tendo dificuldade para deixar seu negócio organizado.

A empresa sendo um investimento financeiramente saudável, algumas empresas acabam enfrentando dificuldades no primeiro momento, mas logo na sequência acabam permeando novos cenários e, conseqüentemente, impactando em resultados positivos e alcançando seus objetivos.

## 7. REFERÊNCIAS

Chiavenato, I. (2004). *Introdução a teoria geral da administração*. (7ª ed.) São Paulo: Akron Books

Dornelas, J. C. A. (2008). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. (3a ed.). Rio de Janeiro: Elsevier.

Garcia, R. P. (2009). *Plano de negócios para a panificadora e confeitaria bom gosto*. Recuperado em 20 de Agosto, 2022 de [https://silo.tips/queue/renata-garcia-proena-plano-de-negocios-para-a-panificadora-e-confeitaria-bom-gos?&queue\\_id=-1&v=1661865024&u=MjgwNDpkNDU6ZTBhNjoyODAwOmMwZGU6ZDAyOTo5ZjE2OjMxMDI=](https://silo.tips/queue/renata-garcia-proena-plano-de-negocios-para-a-panificadora-e-confeitaria-bom-gos?&queue_id=-1&v=1661865024&u=MjgwNDpkNDU6ZTBhNjoyODAwOmMwZGU6ZDAyOTo5ZjE2OjMxMDI=)

Hisrich, R. D.; Peters, M. P. (2004). *Empreendedorismo*. (5ª ed.) Porto Alegre: Bookman.

Nakagawa, M. (2011). *Plano de Negócios: Teoria Geral*. São Paula: Manole

Oliveira, D. C. (2012). A importância do planejamento financeiro. *Revista Intellectus*, <http://www.revistaintellectus.com.br/artigos/20.210.pdf>.

Quadro, F. Z. (2004). *Plano de negócios e a pequena empresa de base tecnológica: um estudo de caso na incubadora de empresas do midi Florianópolis* (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Santa Catarina.

SEBRAE (2013). *Como Elaborar Um Plano de Negócios*. Brasília –DF.



Citação (APA): Autor1, Autor2, & Autor3. (2022). Título. *Brazilian Journal of Production Engineering*, 8(1), 01-2.

Silva, José Pereira Da.(2008) *Análise Financeira das empresas*. (9a ed.). São Paulo: Atlas.

Sindirepa. (2020). *Empresas do Espírito Santo*. Recuperado em 20 de Agosto, 2022 de [http://sindirepa.org.br/wp-content/uploads/2020/10/09\\_SINDI\\_anuario2020\\_miolo\\_digital-spread\\_fz.p](http://sindirepa.org.br/wp-content/uploads/2020/10/09_SINDI_anuario2020_miolo_digital-spread_fz.p)

