

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO
CAMPUS CAMPOS BELOS
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DE PROJETOS**

WESLA DE SOUZA MARECO

**GERENCIAMENTO DE PROJETOS E PLANO DE NEGÓCIOS: Uma proposta
para a criação de micro e pequenas empresas**

**CAMPOS BELOS / GO
2021**

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO
CAMPUS CAMPOS BELOS
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DE PROJETOS**

WESLA DE SOUZA MARECO

**GERENCIAMENTO DE PROJETOS E PLANO DE NEGÓCIOS: Uma proposta
para a criação de micro e pequenas empresas**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à banca examinadora do curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Gestão de Projetos como requisito parcial para a obtenção de título de Especialista.

Orientador(a): Prof. Msc. Leonardo Guimarães Medeiros.

**CAMPOS BELOS/GO
2021**

Sistema desenvolvido pelo ICMC/USP
Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema Integrado de Bibliotecas - Instituto Federal Goiano

MM323g Mareco, Wesla de Souza
GERENCIAMENTO DE PROJETOS E PLANO DE NEGÓCIOS: Uma proposta para a criação de micro e pequenas empresas / Wesla de Souza Mareco; orientador Leonardo Guimarães Medeiros. -- Campos Belos, 2021.
23 p.

TCC (Graduação em Especialização em Gestão de Projetos) -- Instituto Federal Goiano, Campus Campos Belos, 2021.

1. Micro e pequenas empresas. 2. Plano de Negócios. 3. Gerenciamento de Projetos. I. Medeiros, Leonardo Guimarães, orient. II. Título.

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR PRODUÇÕES TÉCNICO-CIENTÍFICAS NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DO IF GOIANO

Com base no disposto na Lei Federal nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, AUTORIZO o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano a disponibilizar gratuitamente o documento em formato digital no Repositório Institucional do IF Goiano (RIIF Goiano), sem ressarcimento de direitos autorais, conforme permissão assinada abaixo, para fins de leitura, download e impressão, a título de divulgação da produção técnico-científica no IF Goiano.

IDENTIFICAÇÃO DA PRODUÇÃO TÉCNICO-CIENTÍFICA

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Tese (doutorado) | <input checked="" type="checkbox"/> Artigo científico |
| <input type="checkbox"/> Dissertação (mestrado) | <input type="checkbox"/> Capítulo de livro |
| <input type="checkbox"/> Monografia (especialização) | <input type="checkbox"/> Livro |
| <input type="checkbox"/> TCC (graduação) | <input type="checkbox"/> Trabalho apresentado em evento |

Produto técnico e educacional - Tipo:

Nome completo do autor:

Wesla de Souza Mareco

Matrícula:

2019106302040220

Título do trabalho:

GERENCIAMENTO DE PROJETOS E PLANO DE NEGÓCIOS: Uma proposta para a criação de micro e pequenas empresas

RESTRIÇÕES DE ACESSO AO DOCUMENTO

Documento confidencial: Não Sim, justifique:

Informe a data que poderá ser disponibilizado no RIIF Goiano: 20 / 12 / 2021

O documento está sujeito a registro de patente? Sim Não

O documento pode vir a ser publicado como livro? Sim Não

DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NÃO-EXCLUSIVA

O(a) referido(a) autor(a) declara:

- Que o documento é seu trabalho original, detém os direitos autorais da produção técnico-científica e não infringe os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade;
- Que obteve autorização de quaisquer materiais inclusos no documento do qual não detém os direitos de autoria, para conceder ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano os direitos requeridos e que este material cujos direitos autorais são de terceiros, estão claramente identificados e reconhecidos no texto ou conteúdo do documento entregue;
- Que cumpriu quaisquer obrigações exigidas por contrato ou acordo, caso o documento entregue seja baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Goiano.

Campos Belos

Local

20 / 12 / 2021

Data

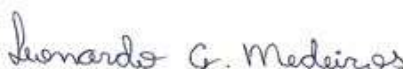
WESLA DE SOUZA

MARECO:69431388120

Assinado de forma digital por WESLA
DE SOUZA MARECO:69431388120
Dados: 2021.12.16 13:47:34 -03'00'

Assinatura do autor e/ou detentor dos direitos autorais

Ciente e de acordo:



Assinatura do(a) orientador(a)



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA GOIANO

Ata nº 73/2021 - CENS-IPA/CMPAIPA/IFGOIANO

ATA DO EXAME DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO

Wesla de Souza Mareco

Aos 3 dias do mês de novembro do ano de 2021, às 15h00min (quinze horas), reuniram-se os componentes da banca examinadora em sessão pública por videoconferência, para procederem a avaliação da defesa de Trabalho de Conclusão de Curso, intitulado como "**GERENCIAMENTO DE PROJETOS E PLANO DE NEGÓCIOS: Uma proposta para a criação de micro e pequenas empresas**" em nível de Pós-graduação Lato Sensu, de autoria de Wesla de Souza Mareco, discente do curso de Pós-graduação Lato Sensu em Gestão de Projetos do Instituto Federal Goiano – Campus Campos Belos. A sessão foi aberta pelo presidente da Banca Examinadora, Prof. Me. Leonardo Guimarães Medeiros, que fez a apresentação formal dos membros da Banca. A palavra, a seguir, foi concedida ao discente para, no tempo de 20 a 30 minutos, proceder à apresentação de seu trabalho. Terminada a apresentação, cada membro da banca arguiu a examinada. Terminada a fase de arguição, procedeu-se à avaliação da defesa. Tendo-se em vista as normas que regulamentam o curso de Pós-graduação *Lato Sensu* em Gestão de Projetos, e procedidas às correções recomendadas, o Trabalho de Conclusão de Curso foi **APROVADO COM RESSALVAS**, considerando-se integralmente cumprido este requisito para fins de obtenção do título de Especialista em Gestão de Projetos, pelo Instituto Federal Goiano – Campus Campos Belos. A conclusão do curso dar-se-á quando da entrega definitiva do TCC e cumprimento de todos os requisitos necessários, em acordo com a orientação normativa 01/2021 da Coordenação de Pesquisa, Pós-graduação e Inovação. Cumpridas as formalidades da pauta, a presidência da mesa encerrou esta sessão de defesa de Trabalho de Conclusão de Curso, e para constar, foi lavrada a presente Ata, que, após lida e achada conforme, será assinada pelos membros da Banca Examinadora.

(Assinatura Eletronicamente)

Me. Leonardo Guimarães Medeiros (Presidente/Orientador)

(Assinatura Eletronicamente)

Me. Rogério Santos Brant (examinador 1)

(Assinatura Eletronicamente)

Me. Keila Mara de Oliveira Faria (examinador 2)

Justificativas e comentários sobre o trabalho.

O trabalho tem mérito científico e atende aos requisitos de qualidade científica do programa.

A partir das considerações realizadas pelos membros da banca, onde foi verificado a necessidade da correção dos itens abaixo:

1. Ajustar o objetivo geral que está no resumo adequando o verbo, sugestão: mudar verbo para propor.
2. Adequar a palavra metodologia quando se fala de PMBOK, o ideal é GUIA.
3. Rever a abordagem qualitativa na metodologia do trabalho. Sugestão: acrescentar que é uma pesquisa descritiva e colocar que a abordagem é qualitativa.
4. No item 4.1.2 é necessário citar autores que colocar esses elementos dentro de um produto para embasar sua proposta e explicar melhor o que seria a delimitação que o item começa.
5. Corrigir verbos, para adequar o futuro para o passado, pois não se trata de projeto de pesquisa e sim, pesquisa já realizada.
6. Passar por uma correção ortográfica.

Necessidade de realizar comparações nos tópicos de plano de negócio proposto para justificar.

Sugestões de alterações do trabalho.

As sugestões de alteração do trabalho estão registradas no trabalho enviado para a banca a ser disponibilizado para o aluno.

Documento assinado eletronicamente por:

- Keila Mara de Oliveira Farias, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 03/11/2021 16:01:20.
- Rogerio Santos Brant, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 03/11/2021 16:00:46.
- Leonardo Guimaraes Medeiros, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 03/11/2021 15:59:07.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 03/11/2021. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifgoiano.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 325669
Código de Autenticação: 184d922433



INSTITUTO FEDERAL GOIANO
Campus Avançado Ipameri
Av. Vereador José Benevenuto (GO - 307), Zona Rural, None, IPAMERI / GO, CEP 75780-000
(64) 3491-8400

WESLA DE SOUZA MARECO

**GERENCIAMENTO DE PROJETOS E PLANO DE NEGÓCIOS: Uma proposta
para a criação de micro e pequenas empresas**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à banca examinadora do curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Gestão de Projetos como requisito parcial para a obtenção de título de Especialista.

Aprovado em _____ de _____ de _____.

Me. Leonardo Guimarães Medeiros
Instituto Federal Goiano – Campus Avançado Ipameri
Presidente / Orientador

Me. Rogério Santos Brant
Instituto Federal Goiano – Campus Campos Belos
Membro interno

Ma. Keila Mara de Oliveira Faria
Instituto Federal Goiano – Campus Campos Belos
Membro interno

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. REVISÃO DA LITERATURA	5
2.1. As micro e pequenas empresas no Brasil	5
2.2. Projetos e Gerenciamento de projetos.....	6
2.3. O Plano de negócios.....	7
3. METODOLOGIA	8
4. PROPOSTA E DISCUSSÃO.....	9
4.1. Apresentação do modelo do plano de negócios.....	9
4.1.1.Plano Básico de Projeto.....	9
4.1.2.Descrição dos capítulos do plano de negócios	10
4.2. Discussão sobre o modelo	18
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	19
REFERÊNCIAS.....	20

**GERENCIAMENTO DE PROJETOS E PLANO DE NEGÓCIOS: Uma proposta
para a criação de micro e pequenas empresas**

**TITLE: PROJECT MANAGEMENT AND BUSINESS PLAN: a proposal for the
creation of micro and small companies**

Wesla de Souza Mareco
Leonardo Guimarães Medeiros

Data de submissão: XX/XX/XXXX

Data de aprovação: XX/XX/XXXX

RESUMO:

O presente artigo teve como objetivo propor um plano de negócio para criação de MPE's, baseado no guia de gerenciamento de projetos PMBOK, com uma introdução referencial sobre a temática. A apresentação da importância deste estudo é embasada em projetos e pesquisas do SEBRAE, assim, como traz em seu cunho citações de autores que se dedicaram em mostrar com excelência a produção de um plano de negócios útil e de extrema necessidade para uma micro ou pequena empresa. Com a apresentação deste plano de negócios a leitura também irá acrescentar um modelo que poderá ser considerado como padrão e de forma prática orientar os micros e pequenos empreendedores para a manutenção administrativa de seu negócio.

Palavras-chave: MPE's. Plano de Negócios. Gerenciamento de projetos.

,

ABSTRACT:

This article aims to propose a business plan for the creation of MPE's, based on the PMBOK project management guide, with a referential introduction on the subject. The presentation of the importance of this study is based on SEBRAE's projects and research, as well as bringing in its stamp quotes from authors who dedicated themselves to showing with excellence the production of a useful and extremely necessary business plan for a micro or small company. With the presentation of this business plan, reading will also add a model that can be considered as a standard and in a practical way guide micro and small entrepreneurs for the administrative maintenance of their business.

Keywords: MEPS. Business plan. Project management.

1. INTRODUÇÃO

As MPE's (Micro e Pequenas Empresas) apresentam uma parcela relevante para a geração da economia, empregos e novas tendências de negócios. Pessoas com perfil empreendedor e com ideias inovadoras, em busca de abrir a própria empresa sempre estão surgindo, porém quando se empreende a finalidade do negócio é não perder tempo e nem dinheiro.

Desta forma alocar esforços sem ter um planejamento pode resultar em perdas e desmotivação pois, vários fatores podem levar o sucesso ou a queda, como por exemplo pode-se citar as falhas gerenciais, fatores econômicos, despesas excessivas, falta de conhecimento de mercado, entre outras. Devido a tais fatores deve-se atentar para possíveis métodos que reduzam a mortalidade precoce das MPE's (PEREIRA e SOUSA, 2019).

Com isso, formular um projeto de negócio é fundamental para a criação de qualquer empresa, principalmente das micro e pequenas empresas, em que os recursos são escassos ou limitados. Em uma pesquisa para identificar a sobrevivência de empresas no ano de 2020, realizada com base em dados da Receita Federal e com levantamento de campo, foi identificado que a taxa de mortalidade dessa área de negócios é de 29%. Já as microempresas têm taxa, após cinco anos, de 21,6% e as de pequeno porte, de 17% (BRASIL, 2021)

Para que essas circunstâncias não se propaguem, é mais que necessário que as instituições se planejem sendo estas indispensáveis para o desenvolvimento da empresa. Os projetos e seu gerenciamento são atividades que necessitam de conhecimento e não podem ser delegadas. Existem hoje várias metodologias que ajudam e fazem parte desse processo, não se prendendo ao status de ferramenta e podendo até ser considerado um tipo de metodologia de administração.

Os Projetos para as Microempresas podem ser considerados portadores de implementação de mudanças e estratégias apresentando vantagens com a concretização da abertura de um negócio mais sólido e planejado, sendo assim, como o gerenciamento de projetos e plano de negócios, podem orientar no planejamento de abertura de pequenas e médias empresas.

Com base na análise sobre esse cenário elaborou-se a seguinte pergunta-problema que delineou os esforços neste trabalho: Como o Gerenciamento de Projetos pode contribuir para elaboração de um plano de negócios para as MPE's?

Existem fatores importantes e essenciais para o sucesso de uma empresa frente ao cenário da região e aos concorrentes, desta forma o presente trabalho, teve como objetivo propor um plano de negócio para criação de MPE's, baseado na metodologia de gerenciamento de projetos PMBOK. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em diversas obras para identificar elementos importantes do gerenciamento de projetos que podem ser aplicados a um plano de negócio voltados a criação e MPE's.

Com base nos dados citados, ter um projeto bem elaborado, com a finalidade da empresa, custos, prazos, análise dos stakeholders, identificação dos riscos serão de suma importância para que as empresas abram suas portas e evitem entrar nas estatísticas dos dois anos.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. As micro e pequenas empresas no Brasil

Para este estudo utiliza-se a classificação de MPE's proposta pelo Sebrae, o qual utiliza o critério de classificação de porte segundo o número de empregados da empresa, sendo: 1) microempresas: na indústria e na construção civil – até 19 empregados; e no comércio e serviços – até 9 empregados; 2) pequena empresa: na indústria e na construção civil – de 20 a 99 empregados; e no comércio e serviços – de 10 a 49 empregados (SEBRAE, 2007).

O cenário nacional não é um dos mais receptivos para as micro e pequenas empresas, já que há diversos desafios na área econômica, no desenvolvimento social e no estabelecimento de renda. Para melhor entendimento de como se dá esse processo de inserção no mundo das micro e pequenas empresas (MPEs), quais são as suas políticas e tudo mais, preciso adentrar no universo empresarial.

Segundo o Sebrae (2006), esta narrativa só poderá ser mudada se os governantes passarem a dar a devida atenção às pequenas empresas, pois, são estas responsáveis pelo maior número de empresas e postos de trabalho no mundo. No Brasil onde há 5,1 milhões de empresas formalizadas, 98% são micro e pequenas empresas.

Esse segmento é pouco valorizado, apesar de ser de extrema importância para economia e ser maioria no setor, as micro e pequenas empresas ainda foi pouco estudada por órgãos oficiais, o que acaba deixando lacunas no conhecimento da realidade e

dificuldades vivenciadas. Esse descaso em relação às pesquisas e buscas de conhecimento mais aprofundado das MPE's dificulta que os recursos disponíveis para promoção destas seja direcionado corretamente.

Em nosso país, de acordo com dados do Sebrae (2014) o número de MPEs chega a 98% de 5.110.285, ou seja, havia cerca de 5.028.318 de MPEs, enquanto estabelecimentos de médias e grandes empresas somavam apenas 81.967 das empresas. Ainda segundo esses dados, a maioria das micro e pequenas empresas atuam no comércio com os constituintes dessa parcela chegando a 56%, 30% em serviços e 14% nas indústrias.

2.2. Projetos e Gerenciamento de projetos

Tendo em vista que “projetos” é um termo que pode ser usado pelas empresas nos mais variados contextos, pode se imaginar que os especialistas nas áreas, podem ter que lidar com as mais variadas situações.

Segundo o PMI (2017), em sua publicação intitulada PMBOK® (*Project Management Body of Knowledge*), projeto é um esforço temporário empreendido para criar um produto, serviço ou resultado exclusivo. Assim, tem início e fim definido, utiliza recursos, é dirigido por pessoas e obedece a parâmetros como custo, tempo e qualidade.

Segundo o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) para o controle e gerenciamento dos Projetos empresariais, geralmente são utilizadas o que são consideradas as melhores práticas baseadas no material do PMI – Project Management Institute. Seguindo o Guia PMBOK, “boa prática “quer dizer que existe um consenso de que uma boa aplicação do conhecimento, habilidades, e o bom uso das ferramentas e técnicas pode sim, aumentar as chances de que muitos projetos obtenham êxito.

Ainda de acordo com esse documento, os projetos são subdivididos entre suas fases de desenvolvimento. A identificação dessas fases, irá facilitar e auxiliar na determinação de recursos, metas e ações que devem ser tomadas neste período. Essa sucessão de ações e datas são chamados de ciclo de vida do projeto. Esse sistema culmina em oferecer uma estrutura básica que facilita a análise de progressão dos projetos.

Para Ricardo Vargas (2003), um projeto é composto da combinação de recursos organizacionais, colocados juntos para criarem ou desenvolverem algo que não existia previamente, de modo que essa análise possa prover um aperfeiçoamento do desempenho dos planos de ação e na realização de estratégias.

Já para Meredith apud. Ricardo Vargas (2003), o projeto é uma atividade única e exclusiva que tem como objetivo alcançar em sua realização um conjunto de resultados desejáveis. Essa atividade é complexa e necessita recorrentemente de organização, controle de prazos, custos e desempenho.

Sendo assim, pode-se concluir que o projeto é um grande aglomerado de ações e estratégias a fim de que a empresa possa alcançar um grande objetivo que a favorece em todos os âmbitos. Nesse sentido a PNUD afirma em seu manual:

Um projeto é desenvolvido a partir de uma ideia, progredindo para um plano, que por sua vez é executado e concluído. Cada fase do projeto é caracterizada pela entrega, ou finalização, de um determinado trabalho. Com o andamento do projeto, as fases são realizadas quase que simultaneamente, em um ciclo dinâmico de ações. Ao longo do ciclo de vida diversas considerações podem ser feitas, sobretudo se as características do projeto tendem a mudar com a conclusão de cada fase do projeto, e se a incerteza relativa aos prazos e custos tende a diminuir com o término de cada fase. (PNUD, p.18)

É necessário frisar que a ideia para se iniciar o projeto deve ser sempre realista, pautados em objetivos reais e metas alcançáveis, tudo de acordo com a estrutura que a empresa pode oferecer para o cumprimento destas. Consequentemente, a partir daí, será criado o plano de ação que vai coordenar todas as atividades que serão feitas e o tempo que cada uma pode e deve levar para alcançar essas metas.

A mensuração do sucesso do projeto, vai depender dos objetivos e necessidades da instituição por exemplo: se o projeto for voltado para a Criação de credibilidade com o apoio do uso das redes sociais para conseguir mais clientes e efetuar vendas, a mensuração vai ser feita a partir do mecanismo de alcance da plataforma comparado ao número de vendas confirmadas por lá.

Já se objetivo for dobrar o número de vendas de um certo produto, o sucesso deste pode ser mensurado com a comparação do número de vendas em relação aos meses anteriores. Mas tudo dependerá sempre de qual área será gerenciada.

2.3. O Plano de negócios

O plano de negócios é a parte responsável por planejar todo o processo e plano de vida da empresa. De acordo com a plataforma do SEBRAE esse processo é o mais importante e crucial para a definição do tempo de vida da empresa, sendo o melhor instrumento para traçar um retrato do mercado a qual a instituição será inserida, do produto que será ofertado e do papel e atitudes do empreendedor.

Conforme Dornelas (2015), o empreendedorismo está intimamente ligado ao plano de negócio, pois, é fundamental saber planejar e traçar suas ações e estratégias para inserir-se e manter-se no mercado, visto que, “[...] A principal utilização do plano de negócios é prover uma ferramenta de gestão para o planejamento e desenvolvimento inicial de uma empresa [...]” (DORNELAS, 2015, p. 90). O autor salienta também, a importância que o planejamento tem para a sobrevivência das empresas, pois, o índice de mortalidade das MPE’s.

Ainda de acordo com a organização é por meio dele que o empreendedor se guiará e saberá de forma detalhada da sua área, fornecedores e da faixa de valores que são ofertadas pelos produtos e serviços, concorrentes, clientes, pontos fracos e fortes da sua empresa.

Para Ricardo Garay (2015), isso é mais que um instrumento para obter lucros e investidores, é o manual e essência de seu negócio. E deve ser elaborado com cuidado e atenção para que não fiquem lacunas em aberto e o empreendedor não consiga prever alguns problemas ou erros de percursos.

3. METODOLOGIA

A metodologia aplicada neste trabalho foi à pesquisa descritiva com abordagem qualitativa, utilizando referências bibliográficas sucintas e de cunho conciso sobre cada temática abordada, com uma pesquisa minuciosa sobre cada tópico.

A pesquisa bibliográfica é elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e atualmente com material disponibilizado na internet. (MINAYO, 2007; LAKATOS ET AL, 1986).

Durante o trabalho teve a busca para investigar o melhor método para uma empresa ter sucesso, com isso, nas bibliografias lidas, a intenção foi transcrever o melhor modo para que uma empresa possa planejar sua criação empresarial.

4. PROPOSTA E DISCUSSÃO

4.1. Apresentação do modelo do plano de negócios

Sobre a ideia de projeto, Maximiano (2009) fala:

Uma proposta simples, também chamada ideia de projeto ou proposta básica ou preliminar, consiste em uma definição súcia do produto e de uma estimativa preliminar de atividade, tempo e recursos. A finalidade das propostas mais simples, frequentemente, é fornecer informações básicas sobre o projeto e testar a aceitação da ideia, antes de se investir muito tempo em planejamento. A finalidade não é produzir de imediato decisões sobre a realização do projeto, mas apenas considerar suas possibilidades. (Maximiano, 2009, p.114)

Ainda em concordância com o autor é válido reforçar que em sua ideia de projeto, este deve ser dividido em elementos fundamentais que vão desde a descrição do produto e as suas funcionalidades até a origem da ideia e como sua estrutura analítica atende as necessidades do cliente. Seguindo tal concordância foi desenvolvido um plano novo. A aplicabilidade do novo modelo será voltado a abertura de micro e pequenas empresas de modo que através do modelo desenvolvido, tenham êxito mais assertivo na abertura e manutenção do negócio

Para começar um plano, a pessoa responsável tem que justificar a ideia, informar para que serve, quais problemas irá resolver, quais as necessidades do cliente ou da empresa, que público e faixa etária alcançará, prazo e custos estimados. Não será necessário muito detalhe, tem que saber se sua ideia é aceita e viável.

4.1.1. Plano Básico de Projeto

Segundo o SEBRAE (2005) um plano básico de projetos precisa ser feito com cautela e organização, mantendo os seguintes elementos:

Descrição das linhas gerais do empreendimento

- Estrutura da organização
- Análise do ambiente externo
- Definição de estratégias de trabalho
- Plano de marketing

- Organização e gerência da organização
- Planejamento financeiro
- Impactos esperados e metodologia para mensuração
- [...] • Objetivo do Plano de Negócios;
- A oportunidade de trabalho percebida e como será desenvolvida;
- O público que se pretende atender e suas características principais;
- A missão da organização;
- A formação do Conselho Diretor;
- Quais produtos/serviços serão fabricados, vendidos, prestados, fornecidos pela organização;
- Como será abordado o público-alvo;
- Como serão vendidos os produtos/serviços;
- Como a organização será estruturada para cumprir seus objetivos;
- As características (perfil) do pessoal da empresa e dos voluntários;
- O volume total de investimentos necessários para a organização realizar o trabalho que se propõe;
- O volume de recursos mensais para manter a organização em funcionamento;
- O fluxo de caixa previsto para a organização: como evoluirão suas receitas e despesas;
- A previsão da organização de tornar-se autossustentável;
- Que impactos a organização espera obter e como estes serão mensurados.

Tais elementos são indicados seguindo a importância de visar, ampliar e estruturar as ações da empresa para melhorar os impactos obtidos.

O escopo de um plano de projeto é demonstrar com maior detalhe as informações do produto ou serviço a ser realizado. Com isso, os responsáveis pelo projeto podem tomar decisões para a realização, execução e avaliação do plano.

4.1.2. Descrição dos capítulos do plano de negócios

Os capítulos do Plano de Negócios serão delimitados de acordo com os tópicos de sua importância, a introdução apresentará os objetivos e metas da empresa para com a área a se envolver para seu sucesso.

Logo em seguida a apresentação da empresa e seus dados irão nortear o contexto na qual está inserida e quais as metas podem ser alcançadas, seguidos dos planos de projeto e como estes serão apresentados e adaptados para a empresa.

Cada tópico atenderá possíveis dúvidas e apresentará argumentações sobre estas, a modo de reafirmar a importância do seu desenvolvimento, trazendo o embasamento teórico necessário para que seja coerente com a realidade econômica atual.

O modelo de projeto propõe uma abordagem para a viabilidade da criação ou abertura da empresa, inserindo o plano no campo das micro e pequenas empresas e tornando-o instrumento de ligação entre projeto e criação da empresa.

Trata-se de um documento pelo qual o empreendedor formalizará os estudos a respeito de suas ideias, transformando-as num NEGÓCIO e irá propor um plano para sua criação e abertura.

No Plano de Projeto registrará o conceito do negócio, os riscos, o cronograma, o perfil da clientela, as estratégias de *marketing*, bem como todo o plano financeiro que viabilizará o novo negócio. Além de ser um ótimo instrumento de apresentação do negócio para o empreendedor que procura sócio ou um investidor. Abaixo, segue a proposta de um plano de negócios voltado para as MPE's, baseado na metodologia de gerenciamento de projetos, será apresentado a descrição de cada componente, bem como, um exemplo demonstrativo de como seria a realização do mesmo.

A. TÓPICO DESCRITIVO

Descreva os produtos ou serviços que serão oferecidos pela empresa e suas características. Deixe bem claro as vantagens e benefícios do produto ou serviço. Cite as vantagens de adquirir seu produto em vez ao do concorrente. Coloque as diferenças benéficas do seu produto ou serviço e exponha a tecnologia que irá usar e o diferencial.

EXEMPLO:

A FRIENDS oferecerá mais de 70 sabores de pizzas, atendimento com garçons, espaço cultural, entregas em domicílio e participações em festas e buffet.

B. MERCADO POTÊNCIA

Descreva o mercado que pretende trabalhar, identifique seu público-alvo – para quem você quer vender, prestar serviço ou produzir. (por sexo, região, costume, renda, cultura, estilo de vida etc.)

Sempre que possível faça pesquisa mercadológica ou consulte fontes confiáveis.

EXEMPLO:

O segmento de mercado no qual a GMA pretende atuar é composto basicamente por crianças e jovens estudantes, na faixa etária de 4 a 23 anos. Este é um mercado consumidor numeroso e com hábitos constantes de compra desse tipo de produto, porém sem nenhuma fidelidade com relação às marcas, sendo este um desafio para GMA, o de consolidar sua marca e tornar fiel o seu público-alvo.

A grande oportunidade de mercado identificado pela GMA é representada pela necessidade de uma alimentação saudável para a grande massa de estudantes na região de Belo Horizonte e Contagem, de alta densidade demográfica. As pesquisas de mercado demonstraram que os produtos oferecidos não satisfazem integralmente às necessidades de alimentação desse público, principalmente quando ele se encontra nas escolas. Além disso, existe uma grande demanda reprimida, já que parte dessa clientela não é atingida pela oferta de produtos nesta linha. Assim, as análises demonstraram que o público alvo é composto por cerca de 600 mil consumidores, que representam um potencial de compra aproximada de R\$: 1.700 mil mensais (para todo tipo de doces), o que representa uma grande margem de atuação para a GMA, cujo faturamento mensal previsto de R\$: 24.000,00 representa 1,4% desse valor potencial. Por outro lado, pesquisas junto a fornecedores indicam que o mercado específico de goiabada atinge o valor de R\$: 200 mil mensais.

Projeção de vendas

Demonstre a demanda que a empresa pode ter. Baseie-se, entre outros fatores, no

segmento de mercado pretendido, nas tendências mercadológicas a curto, médio e longo prazo, na capacidade do público-alvo em aceitar e absorver o novo produto e/ou serviço.

EXEMPLO:

- I. *Conquistar entre 5 a 9 clientes mês.*
- II. *Dos clientes conquistados, a nossa meta é entre 4 a 7, firme parceria com nossa empresa por tempo indeterminado.*
- III. *No prazo de seis meses queremos ter conquistado de 30 a 42 clientes.*
- IV. *No prazo de um ano entre 70 a 95 clientes.*
- V. *Sendo de 38 a 50 clientes por tempo indeterminado.*

C. SOBRE A EMPRESA

Missão

A missão da organização (ou empresa) liga-se diretamente aos seus objetivos institucionais, e aos motivos pelos quais foi criada, à medida que representa a sua razão de ser.

Visão

É o objetivo da organização. É aquilo que se espera ser em um determinado (provável curto) tempo e espaço.

Valores

Representam os princípios éticos que norteiam todas as suas ações. Normalmente, os valores são compostos de regras morais que simbolizam os atos de seus administradores, fundadores, e colaboradores em geral.

Promoção e Publicidade

Fala das estratégias de comunicação e *marketing* que será usada para divulgação da sua empresa, produto ou serviço. (rádio, internet, TV, faixas, carro de som, mala direta, jornal, *telemarketing*).

EXEMPLO:

A FRIENDS adotará como estratégia de promoção panfletos que serão distribuídos nas residências, nos semáforos próximos ao estabelecimento e nas ruas. Além disso, será encaminhada mala direta de clientes cadastrados previamente e um carro de som fará propaganda nas ruas próximas ao comércio e placas promocionais.

D. DESCRIÇÃO DO PROJETO

Enunciado do Projeto (Escopo)

Indica o objetivo do projeto, explicitando os produtos/serviços a ser entregue para o proprietário / diretor da empresa em desenvolvimento.

EXEMPLO:

Este projeto tem como objetivo a criação de uma loja de revenda de peças para bicicletas, serviços autorizados e revenda de bicicletas em geral, denominada como BIKE'S e CIA., que tem como foco prestar serviços e revender as melhores peças com os melhores preços.

A estrutura da empresa será simples, em uma loja, localizada em Taguatinga Sul QS... lote... casa... no Distrito Federal, dentro dos padrões modernos de racionalização, utilizando sempre que possível parcerias.

A BIKE'S e CIA. receberá capital e mão-de-obra dos seus sócios do RAFAEL e RODRIGO que entrarão cada um com 50% do capital investido, a estrutura terá; uma loja com 50 m, um computador, internet, telefone, prateleiras, espaço para manutenção das bicicletas e etc. , a tecnologia e o material será de responsabilidade a empresa, conduzindo suas atividades dentro do contexto social e econômico do Distrito Federal e Nacional

E. ETAPAS DO PROJETO

Estrutura Analítica de Projeto (EAP), é o detalhamento dos processos do projeto, assim, facilita enxergar as etapas a serem realizadas do projeto.

EXEMPLO:

1 – Criar uma loja de revenda de peças

1.1 Definição de Local

1.1.1 Pesquisa de local;

1.1.2 Estudo do público-alvo;

1.1.3 Análise de valores;

1.1.4 Aluguel/compra do local;

1.2 Aquisição de equipamentos

1.2.1 Pesquisa de fornecedores;

1.2.2 Pesquisa de preço;

1.2.3 Pesquisa de marcas equivalentes;

1.2.4 Compra de equipamentos;

1.2.5 Acompanhamento da entrega;

1.3 Aquisição de Mercadorias

1.3.1 Pesquisa de fornecedores;

1.3.2 Pesquisa de preço;

1.3.3 Pesquisa de marcas equivalentes;

1.3.4 Compra dos de mercadorias;

1.3.5 Acompanhamento da entrega;

1.4 Aquisição de maquinários

1.4.1 Pesquisa de fornecedores;

1.4.2 Pesquisa de preço;

1.4.3 Pesquisa de marcas equivalentes;

1.4.4 Compra dos equipamentos;

1.4.5 Acompanhamento da entrega;

1.5 Reforma da loja

1.5.1 Pesquisa de preço de mão de obra;

1.5.2 Contratação da mão de obra;

1.5.3 Pesquisa de material;

1.5.4 Comprar de material;

1.5.5 Entrega do material;

1.5.6 Entrega da loja reformada;

1.6 Montagem da loja

1.6.1 Montagem dos equipamentos;

- 1.6.2 *Montagem dos maquinários;*
- 1.6.3 *Layout da loja;*
- 1.6.4 *Limpeza da loja;*
- 1.7 *Abertura da empresa formalmente*
- 1.7.1 *Contratação do contador;*
- 1.7.2 *Entrega da formalização da empresa;*
- 1.8 *Plotagem no estabelecimento*
- 1.8.1 *Pesquisa de preço;*
- 1.8.2 *Contratação da empresa;*
- 1.8.3 *Colocação das plotagens;*
- 1.9 *Contratação dos serviços Gráficos*
- 1.8.1 *Pesquisa de preço;*
- 1.8.2 *Contratação da empresa;*
- 1.8.3 *Entrega do material;*

F. MODELO DE TABELAS DE INVESTIMENTOS E GASTOS

EXEMPLO:

INVESTIMENTO DA MONTAGEM DA LOJA			
MATERIAIS / EQUIPAMENTOS	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
<i>Prateleiras</i>	6	R\$ 250,00	R\$ 1.500,00
<i>Massa corrida</i>	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
<i>Tinta</i>	2	R\$ 120,00	R\$ 240,00
<i>Plotagem</i>	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
<i>Gráfica</i>	1	R\$ 280,00	R\$ 280,00
<i>Contador</i>	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
<i>Estoque</i>	1	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00
<i>Aluguel</i>	3	R\$ 1.000,00	R\$ 3.000,00
<i>Compressor de ar</i>	1	R\$ 1.190,00	R\$ 1.190,00
<i>Bomba d'água</i>	1	R\$ 220,00	R\$ 220,00
<i>Computador</i>	1	R\$ 1.100,00	R\$ 1.100,00

<i>Monitor de 17 polegadas</i>	1	R\$	390,00	R\$ 390,00
<i>Impressora</i>	1	R\$	420,00	R\$ 420,00
TOTAL				R\$ 18.620,00

G. CRONOGRAMA

Cronograma de projeto são as fases, etapas e atividades a serem realizadas. Demonstra o tempo necessário para realização das atividades. Logo, indica o tempo que cada fase, começa e quando termina.

EXEMPLO:

CRONOGRAMA			
IMPLANTAÇÃO DE UMA NOVA EMPRESA	TOTAL DE DIAS	DATA DE INÍCIO	DATA FINAL
GERENCIAMENTO DO PROJETO	85	01/08/2021	25/10/2021
1.1 Definição de Local	10	04/08/2021	13/04/2021
1.1.1 Pesquisa de local;	5	04/08/2021	08/08/2021
1.1.2 Análise de valores;	5	04/08/2021	08/08/2021
1.1.3 Estudo do público-alvo;	3	09/08/2021	11/08/2021
1.1.4 Aluguel/compra do local;	2	12/08/2021	13/08/2021
1.2 Aquisição de equipamentos	11	14/08/2021	23/08/2021
1.2.1 Pesquisa de fornecedores;	3	14/08/2021	16/08/2021
1.2.2 Pesquisa de preço;	3	14/08/2021	16/08/2021
1.2.3 Pesquisa de marcas equivalentes;	3	14/08/2021	16/08/2021
1.2.4 Tempo de entrega;	6	18/08/2021	23/08/2021
1.3 Aquisição de Mercadorias	11	14/08/2021	23/08/2021
1.3.1 Pesquisa de fornecedores;	3	14/08/2021	16/08/2021
1.3.2 Pesquisa de preço;	3	14/08/2021	16/08/2021
1.3.4 Compra dos equipamentos;	1	18/08/2021	18/08/2021
1.3.5 Tempo de entrega;	6	18/08/2021	23/08/2021
1.4 Aquisição de maquinários	11	14/08/2021	23/08/2021

1.4.1	<i>Pesquisa de fornecedor</i>	3	14/08/2021	16/08/2021
1.4.2	<i>Pesquisa de preço;</i>	3	14/08/2021	16/08/2021
1.5 Reforma da loja		24	14/08/2021	07/09/2021
1.5.1	<i>Pesquisa de preço de mão de obra;</i>	2	14/08/2021	15/08/2021
1.5.2	<i>Contratação da mão de obra;</i>	1	15/08/2021	15/08/2021
1.5.3	<i>Pesquisa de material;</i>	3	18/08/2021	20/08/2021
1.5.4	<i>Comprar de material;</i>	1	20/08/2021	20/08/2021
1.6 Montagem da loja		6	09/09/2021	14/09/2021
1.6.1	<i>Montagem dos equipamentos;</i>	2	09/09/2021	10/09/2021
1.6.2	<i>Montagem dos maquinários;</i>	2	10/09/2021	11/09/2021
1.7 Abertura da empresa formalmente		65	14/08/2021	17/10/2021
1.7.1	<i>Contratação do contador;</i>	2	14/08/2021	15/08/2021
1.7.2	<i>Entrega da formalização da empresa;</i>	63	16/08/2021	17/10/2021
1.8 Plotagem no estabelecimento		5	09/09/2021	13/09/2021
1.8.1	<i>Pesquisa de preço;</i>	2	09/09/2021	10/09/2021
1.9 Contratação dos serviços Gráficos		6	20/10/2021	25/10/2021
1.8.1	<i>Pesquisa de preço;</i>	2	20/10/2021	21/10/2021

H. RISCOS E POSSIVEIS SOLUÇÕES

Riscos são elementos ou condições com probabilidade de comprometer a realização do projeto e ou entrega do produto ou serviço.

4.2. Discussão sobre o modelo

Para a elaboração de um Plano de Negócios, os entregáveis que compõem o escopo devem ser gerados utilizando-se os conceitos, técnicas e ferramentas de gerenciamento de projetos, englobando as dez fases contidas no Guia PMBOK® (2013): gerenciamento da integração, do escopo, do tempo, de custos, da qualidade, dos recursos humanos, da comunicação, dos riscos, das aquisições e das partes interessadas.

Apesar de Dornelas et al. (2008) afirmarem que a elaboração do esboço preliminar de um Plano de Negócios leve 200 horas, qualquer estimativa dependerá de um conjunto de variáveis, como: complexidade do empreendimento, conhecimento do empreendedor no negócio em estudo, habilidade e experiência do profissional na elaboração de Planos de Negócios e em administração de empresas etc. Entretanto, conforme Filho (2014), para que se tenha um bom nível de precisão quanto a esforço e prazo, deverá ser elaborado o cronograma detalhado contendo as atividades necessárias para gerar cada um dos entregáveis; ou seja, a partir de cada elemento da EAP que não tenha mais ramificação.

Por fim, vale ressaltar outro fator importante não contemplado nas obras pesquisadas é quanto à sequência de confecção dos componentes do plano. Evidentemente que não se trata de algo linear, pois há interdependência entre as atividades.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível concluir que a importância de um plano de negócios bem formulado e com a preocupação em áreas específicas é o que uma pequena empresa precisa para se situar no mercado financeiro, por vezes em nosso país existem ideias geniais e criativas e que mesmo com toda a atenção, esta não se desenvolve ou mantém financeiramente.

A partir do momento que esta proposta surge a preocupação em trazer uma maneira mais simplista de agregar essa organização para micro e pequenas empresas, destruindo a ideia de que apenas grandes empresas podem e precisam ter tempo para as questões de planejamento e organização.

Conforme Santos e Rabechini Jr. (2013), as estratégias de gerenciamento do escopo facilitam a visualização e o desenvolvimento do plano do produto a ser gerado (no caso, o Plano de Negócios), sendo, assim, possível planejar ações, minimizar erros, gerenciar tempo e custos. Por isso, afirmam que a avaliação dos requisitos, das premissas, das expectativas dos envolvidos (partes interessadas), entre outros fatores devem fazer parte do planejamento do projeto.

Todavia com a aprovação deste, alguns tópicos se mostrarão importantes e até mesmo rotineiros para os administradores destas empresas, tornando-se assim uma ideia para ser indicada e realizada entre os colaboradores e amigos.

Apesar dos esforços empreendidos na construção e reconhecimento do modelo ora proposto neste estudo, há de se notar suas limitações e que ele carece de melhorias e ajustes. Este trabalho apresenta, como limitação, a ausência de uma pesquisa de campo para evidenciar o que foi detectado na bibliografia analisada; por isso, sugere-se que trabalhos futuros conduzam a realização de pesquisas, por exemplo, com jovens empresas que obtiveram sucesso, a fim de se detectar a correlação entre Plano de Negócios, os componentes desenvolvidos para o plano e o sucesso da empresa. Seguindo as recomendações, sugere-se outras pesquisas no sentido da busca de aperfeiçoamento das medidas estabelecidas no processo, inclusive o teste das variáveis e suas dimensões de maneira integrada, ou seja, como um “todo”, inclusive com ferramentas estatísticas.

REFERÊNCIAS

BRASIL, Agência. **Sebrae: pequenos negócios têm maior taxa de mortalidade.** 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-06/sebrae-pequenos-negocios-tem-maior-taxa-de-mortalidade>. Acesso em: 10 de agosto de 2021.

ENAP- Escola Nacional de Administração Pública. **Introdução à Gestão de Projetos.** Brasília – 2014. Disponível em: https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/1902/1/GestaoDeProjetos_modulo_1_final_.pdf Acesso em: 20/09/2021.

FILHO. Armando Terribili. Escopo de projeto para criação de um plano de negócios. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, Florianópolis, v.7, n.1, jan./abr.2014. Disponível em: < <https://impriamo.com.br/wp-content/uploads/2019/04/Artigo-REEN-Terribili-Filho.pdf>>. Acesso em: 07 de setembro de 2021.

DORNELAS, J. C. A.; Timmons, J. A.; Zacharakis, A.; Spinelli, S. **Plano de Negócios que dão certo:** um guia para pequenas empresas. Rio de Janeiro: Elviesier, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/ LTC, 2015.

GARAY, Ricardo. **Guia como produzir um plano de negócios.** Editora: 36Linhas, 2015.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios.** São Paulo, 2011.

PEREIRA, Rodrigo Marques; SOUSA, Priscila Aparecida. Fatores de mortalidade de micro e pequenas empresas: um estudo sobre o setor de serviços. SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. 2019. Disponível em: https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/5943/Pereira_rodriigo.pdf. Acesso em: 15 de maio de 2021.

PMI – Project Management Institute. **PMBOK** - Um Guia do Conjunto de Conhecimentos em Gerenciamento de Projetos. 6. ed., ANSI, PMI, 2017.

PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. **Manual de elaboração e gerenciamento de projetos**. Governo de Goiás. Disponível em: < manual-de-elaboracao-e-gerenciamento-de-projetos.pdf (goias.gov.br)> Acesso em: 20 de setembro de 2021.

SANTOS, C. D.; Rabechini Jr., R. **Gerenciamento de escopo**: um estudo de caso em projetos de eventos esportivos. Trabalho apresentado no 10th International Conference on Information Systems and Technology Management – CONTECSI. Disponível em: <http://www.infoteca.inf.br/contecsi/smarty/templates/arquivos_template/upload_arquivos/acervo/docs/PDFs/159.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2021.

SEBRAE- SP. BEDÊ. Marco Aurélio. **Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo**. 1ª ed. – São Paulo: SEBRAE, 2006. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/onde_mpes_brasil.pdf.

_____. 2007. **Fatores Condicionantes e taxa de sobrevivência e mortalidades das micro e pequenas empresas no Brasil: 2003-2005**. Disponível em <[http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/\\$File/NT00037936.pdf](http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/$File/NT00037936.pdf)>. Acesso em : 25 março 2021.

SEBRAE – DF. SIMÕES. Roberto. **Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**. Brasília – DF: SEBRAE, 2014. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf> Acesso em: 21/09/2021

SEBRAE- GOIAS. **Tudo o que você precisa saber para criar seu plano de negócio**. Site oficial SEBRAE GOIÁS. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 22/09/2021

VARGAS, Ricardo: **Gerenciamento de projetos: Estabelecendo Diferenciais Competitivos**. Rio de Janeiro – Brasport, Rio de Janeiro, 2003.