



PLANO DE NEGÓCIOS EM UM AMBIENTE INOVADOR¹

Eduardo Candido Nogara², Kéli Zardin Paschoal³, Raniery Godoy Mendonça⁴, Gustavo Ramos Pavão⁵

¹ Trabalho desenvolvido na disciplina de Gestão de projetos do curso de ciências contábeis e administração da UNIJUÍ.

² Acadêmico do curso de administração da UNIJUÍ

³ Acadêmica do curso de ciências contábeis da UNIJUÍ

⁴ Acadêmico do curso de administração da UNIJUÍ

⁵ Professor da Unijuí do curso de Administração e Ciências Contábeis da UNIJUÍ

Introdução/Objetivos: A partir da definição e da estrutura de um plano de negócios, pode-se ter um novo olhar sobre as funções e razões de existir de uma empresa. O plano de negócios traz um panorama do público alvo, das ferramentas aplicadas da empresa, da força de trabalho e dos objetivos a curto, médio e longo prazo (BIAGIO, 2013). O plano de negócios dimensiona de onde a empresa saiu, onde ela está e onde ela quer chegar. Ele descreve os objetivos do negócio, o que é necessário para alcançar esses objetivos, diminuindo assim os riscos e o insucesso, conseguindo identificar os erros antes de sair do papel (NAKAGAWA, 2011). No entanto, em um modelo de negócio inovador, o excesso de controle oriundo de um planejamento rigoroso pode trazer impactos negativos. Sendo assim, o presente trabalho busca investigar as características gerais de um plano de negócios em um negócio inovador.

Metodologia: A metodologia nesta pesquisa classifica-se quanto aos fins em bibliográfica e qualitativa. A pesquisa qualitativa é uma abordagem voltada para a exploração e para o entendimento do significado que indivíduos ou grupos atribuem a um problema social ou humano (CRESWELL, 2020). **Resultados e Discussão:** O plano de negócios é um documento no qual apresenta-se um planejamento, de todas as suas atividades e os recursos necessários que o empreendimento requer (DORNELAS, 2012), com ele é possível identificar os riscos e propor planos para evitá-los e/ou minimizá-los, consegue-se identificar os pontos fortes e fracos em relação à concorrência, conhecer o mercado, definir estratégias de marketing, analisar o desempenho financeiro, avaliar investimentos, retorno do capital investido (BIAGIO, 2013). Sua estrutura é composta por diversas seções, destaca-se o plano de marketing e vendas e um plano financeiro. Com o plano de marketing é possível superar os concorrentes planejando produtos/serviços mais adequados às necessidades e desejos dos clientes, reduzindo futuros problemas (DORNELAS, 2023). No plano financeiro a empresa descreve o levantamento dos investimentos necessários, mapeamento dos custos e despesas do negócio, detalhamento da receita, análises da margem de contribuição e ponto de equilíbrio, projeção da apuração de resultado (DRE) e fluxo de caixa, análise de viabilidade do negócio e retorno de investimentos (DORNELAS, 2012). Tais seções recebem destaque, pois em um modelo de negócios inovador, combinar a análise da efetividade inovativa dos produtos/serviços oferecidos com o planejamento financeiro é capaz de munir os empreendedores de informações fundamentais para tomada de decisão e sucesso do negócio.

Conclusão: Diante disso, evidencia-se que o plano de negócios é de extrema importância para analisar e conhecer o mercado de trabalho onde a empresa deseja se inserir, o qual sofre mudanças constantemente, os consumidores se tornam cada vez mais exigentes, o que influencia cada vez mais a concorrência.

Palavras-chave: Plano de negócios. Empresa. Inovação. Mercado