

## **CRIANDO SEU PROPRIO NEGÓCIO**

O papel do empresário empreendedor é justamente o de propiciar a quebra de paradigmas nas economias de mercado, estabelecendo novos patamares econômicos e tecnológicos nas suas estruturas produtivas, sempre na busca do lucro e da realização profissional e individual.

Proporcionar a orientação qualificada para aqueles que estão planejando criar o seu próprio negocio.

Fundamentar a elaboração e a análise de planejamentos de negócios, despertar potencialidades empreendedoras, subsidiar consultorias a projetos de criação de empresas, enfim, estimular sonhos e faze-los reais.

Para fazer seus sonhos, visões e projetos se transformarem em realidade, estes empreendedores utilizam a própria capacidade de combinar recursos produtivos – capital, matéria-prima e trabalho – para realizar obras, fabricar produtos e prestar serviços destinados a satisfazer necessidades de pessoas.

As mudanças no ambiente internacional estimulam cada vez mais a integração econômica entre países. Formação de blocos econômicos amplia as fronteiras do comercio, criando zonas multipaíses de livre mercado, reguladas por tarifas de comercio exterior unificadas. A constituição.

Poder competir em um mercado supranacional. Será desenvolver a capacidade de criar uma empresa verdadeiramente competitiva.

É fácil encontrar alguém que já criou uma empresa, consolidou a marca de um produto ou serviço e estar disposto a transferir, todo o conceito e o modo operativo de negocio, para outro.

Para firmar as franquias estabelecem as porcentagens de royalties, uma espécie de aluguel que o franqueador cobra do franqueado, que variam entre 5% e 15% sobre o faturamento.

Terceirização é um sistema de parceria empresarial no qual uma empresa transfere a execução de produtos ou de serviço para uma outra empresa especializada em um ramo de atividade inerente ao seu negocio.

Franquia, do Inglês Franchise, é um sistema de parceria empresarial no qual o franqueador expande seu negocio vendendo o direito de uso da marca e do esquema de operacionalização de um produto ou serviço, já desenvolvido e testado, a um franqueado, que implementa um a negócio com os mesmos padrões da marca original.

Para implementar esta política empresarial, procederam a um enxugamento das atividades de gerência (enxugamento de estrutura, ou downsizing) e de fabricação, até então realizadas por elas próprias, passando a subcontratar outras empresas para realizá-las.

A globalização da economia, acirrando a competição, estimulam estas empresas a unirem esforços para superar obstáculos comuns. A cooperação interempresas concorrentes está permitindo que elas, organizadas em redes de produção conjunta, passam a fabricar linhas de produtos comuns, explorar marcas coletivas, organizar consórcio de exportação, fazer compras conjuntas, criar centros de informações compartilhados, shoppings, entre outros. "Pólo empresarial".

Ser competitivo significa ter qualidades de produtos e serviços e bons preços.

Normas internacionais, editadas pela International Standard Organization (ISO), estabelecem procedimentos a serem seguidos, no processo gerencial e operacional na empresa. Uma empresa só sobrevive se tiver um mercado.

Está se tornando cada vez mais exigente e consciente da sua importância como centro das decisões empresariais.

Acima dos interesses comerciais, o empreendedor deve respeitar a biodiversidade, ou seja, evitar que qualquer consequência resultante de sua atividade empresarial comprometa as condições de sobrevivência de todas as formas vivas presentes na natureza.

Série ISO-14000, relativas à qualidade ambiental: as empresas são verificadas quanto ao "desempenho sustentável" dos seus processos produtivos, comprovando que não agredem o meio ambiente.

O movimento ecológico estimula, também, a criação de várias oportunidades de negócios, para aqueles que queiram criar empresas para reciclagem de materiais usados, equipamentos de produção ambiental, serviços de turismo ecológicos, entre outras.

A responsabilidade social do empreendedor e da sua empresa na preservação do meio ambiente e os próprios efeitos do consumo de seus produtos na saúde dos seus clientes que terão, cada vez mais, peso na decisão do empreendedor.

O avanço veloz da pesquisa científica e tecnológica tem reduzido o ciclo de vida de vários produtos e serviços.

## **IMPACTOS DAS NOVAS TECNOLOGIAS NAS EMPRESAS**

A responsabilidade ética e social pela qualidade dos produtos, pela melhoria de vida dos empregados, pela preservação do meio ambiente em que a empresa se insere, são componentes e criações presentes.

A ação empreendedora antes de ser iniciada, requer um exercício de planejamento minucioso. A decisão de tornar-se um empresário precisa ser considerada como um projeto de vida profissional. Sendo uma decisão sobre vida futura, há duas alternativas e tem-se, mais cedo ou mais tarde, de optar por uma delas: empregado ou empregador.

As pessoas são fortemente influenciadas pela idéia de conquistar um emprego seguro.

Pouca ou nenhuma ênfase – ou estímulo – foi destinada para orientar os estudantes a considerarem a opção de criar um negócio próprio.

O acirramento da competição entre empresas faz com que elas estejam continuamente revendo sua dimensão, seus produtos e processos operacionais, criando instabilidade na sua força de trabalho. A oferta de novos postos de emprego passou a ser mais escassa e o emprego existente já não é mais tão seguro para o seu ocupante.

O contexto social, representado pela família, parentes e grupos de referência, acaba sendo fato restritivo que inibe ou dificulta a decisão de tornar-se empreendedor pela criação de uma empresa própria.

O empreendedor está sozinho para assumir a responsabilidade de enfrentar a desconfiança de um investidor, que seja um sócio capitalista ou gerente de banco. Tem de enfrentar sozinho o desafio de mapear e realizar o primeiro contato com o cliente potencial; tem de convencer o primeiro fornecedor a dar-lhe crédito, e assim por diante. O futuro empreendedor precisa acreditar firmemente no planejamento do negócio para poder superar por si mesmo estes primeiros obstáculos.

O empreendedor, na fase de planejamento do futuro negócio, terá de preparar o espírito de sua família. Será comum diminuir o tempo em que permanece em sua companhia nesta fase inicial. O empreendedor deve-se esforçar para fazê-los compartilhar do seu sonho porque, a razão do sacrifício temporário fica mais compreensível e aceitável para seus antes queridos.

Pesquisa realizada por Santos (1983), com pessoas, revelam que elas costumam trabalhar nestas fases iniciais em media 12 horas por dia, 7 dias por semana.

## **INFORMAÇÕES E FONTES BASICAS PARA O PLANEJAMENTO DA CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA.**

As sociedades de negócios precisam ser estabelecidas com base em uma ampla discussão pelas partes interessadas. Expectativas de resultados, estilos gerenciais, formas de trabalhos conjuntas e benefícios mútuos da sociedade precisam ser explicitados antes da elaboração do contrato social de constituição jurídica que dará origem á nova empresa.

Entidades como a Fundação de Institutos de Administração – FIA, em São Paulo, há alguns anos oferece curso de Formação de Empreendedores, com o apoio do SEBRAE, por meios de suas entidades estaduais, oferecem treinamentos que objetivam introduzir os futuros empreendedores no ambiente de negócios.

A capacitação para a vida de um empresário é importante porque permite previamente refletir sobre os vários aspectos da criação de uma empresa e simular possíveis soluções para situações a serem vivenciadas no futuro, á frente da gestão do próprio negocio.

Se uma empresa for organizada segundo recomendações técnicas, certamente ela terá mais chance de ser bem sucedidas do que outras criadas sem qualquer planejamento prévio. Estudos sobre criação de empresas, realizadas por Santos (1983) revelam que as empresas nascidas por projetos previamente elaborados tendem a ter mais sucesso que as demais, porque os seus empreendedores conseguem antever e minimizar os riscos inerentes ao negocio. Além disso, as chances de êxito tendem a se ampliar em mercados abertos e integrados.

Algumas megatendências revelem que as pequenas empresas, pela agilidade e capacidade de adaptação, aumentarão, no século XXI, sua presença quantitativa no mercado, já predominante na atualidade. Esta afirmativa é, ainda, mais correta para as empresas criadas para explorar ramos de prestação de serviços. Segundo previsões, os negócios do setor de serviços tenderão a crescer em volume e em participação na economia no próximo século.

As estratégias gerenciais adotadas pelas grandes empresas no sentido da terceirização de atividades aumentam as perspectivas e as oportunidades para as pequenas empresas.

Crescimento das praticas de concessão de franquias de marcas e de negócios consagrados.

Apesar dos riscos, as chances de sucesso de um novo empreendimento são grandes. Alguns aspectos relevantes para a ação como empreendedor.

- O mundo dos negócios esta se modificando aceleradamente. O surgimento dos blocos econômicos dá origem a uma economia globalizada, o que provoca uma abertura dos Mercados, tornando-os cada vez mais competitivos. Para se ter sucesso neste mercado, é preciso criar uma empresa capaz de ofertar produtos ou serviços em padrões de qualidades e preços compatíveis com aqueles vigentes no mercado mundial. Quais os fatores a serem considerados para que uma futura empresa possa atingir este patamar de competitividade?
- A competitividade típica de uma economia globalizada exige que as empresas instaladas e nascentes procurem estabelecer parcerias para serem capazes de enfrentar os concorrentes. Estas parcerias – chamadas de Franquias, Terceirização e Pólos – relações entre empresas com objetivos e interesses comuns. Como se pode utilizar e beneficiar desta era de parcerias para viabilizar a criação de uma empresa, ou mesmo, expandi-la no futuro?
- Os clientes são cada vez mais exigentes. Fazem ver seus direitos, que são protegidos por legislação especifica. Como recebem muitas informações e existem muitas opções de ofertas de produtos e serviços dos concorrentes, disputando o mesmo mercado, podem realizar uma melhor escolha. A qualidade e os preços são fatores decisivos de escolha no ato da realização da compra. Como se pode planejar a futura empresa para que ela, desde o inicio, possa focalizar melhor as necessidades dos potenciais clientes? Como oferecer produtos ou serviços com qualidade e preços que eles estejam dispostos a pagar?
- Exigi-se muito a pratica da Ética nas atividades empresariais pelos vários segmentos relevantes que interagem com a empresa. A responsabilidade social do empresário é cobrada em termos de oferecer produtos com qualidade, de contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos seus

funcionários, de preservar o meio ambiente, de praticar o preço justo, de buscar novas formas de relacionamento com o governo, de arrecadar os impostos devidos, entre outras. Como realizar a ação empreendedora sem macular princípios éticos, sem deixar de assumir as responsabilidades sociais do empreendedor?

- O crescimento da consciência ecológica na sociedade e, conseqüentemente, nos clientes, diz que é necessário preservar o ambiente que nos cerca. No seu projeto de empresa, pensou-se os produtos, serviços, embalagens ou resíduos do processo produtivo geram impactos nocivos ao meio ambiente? Buscou-se formas de eliminar este impacto ou de, ao menos, ameniza-lo? Consultaram-se órgãos de proteção ambiental? Fez-se uma análise dos impactos.

Resta refletir sobre os seus conhecimentos a atitudes e identificar em quais áreas precisam buscar maior capacitação para desempenhar melhor sua ação de empresário.

## **DEFINIÇÃO E OBJETIVOS**

O plano de negocio – estudo prévio do negocio.

O plano de Negocio é um documento escrito que tem o objetivo de estruturar as principais idéias e opções que o empreendedor deverá avaliar para decidir quanto á viabilidade da empresa a ser criada.

Assim, o principal objetivo do Plano de Negócios é orientar o empreendedor com relação às decisões estratégicas do negocio antes de iniciar o seu empreendimento. Também permitirá avaliar a viabilidade da implantação da sua idéia de empresa.

Outro aspecto do Plano de Negocio é que ele possa a ser um instrumento de analise permanente da situação de negocio, não só na fase de criação do empreendimento, como também nas fases de “decolagem” e de consolidação da empresa.

Nesta visão ampliada, o Plano de negocio passa a ter três funções principais:

- Avaliar o novo empreendimento do ponto de vista mercadológico, técnico, financeiro, jurídico e organizacional.

Assim, o empreendedor terá uma noção previa do funcionamento de sua empresa em cada um daqueles aspectos:

- ❖ Do ponto de vista do mercadológico: Qual o potencial do mercado no qual a empresa atuará?
  - ❖ Do ponto de vista financeiro: Quanto vai-se investir para entrar no negocio?
  - ❖ Do ponto de vista jurídico: Qual o regime jurídico que a empresa vai adotar?
  - ❖ Do ponto de vista organizacional: Quais as principais funções que deverão ser executadas e quem se responsabilizará por elas?
- 
- Avaliar, retrospectivamente, a evolução do empreendimento ao longo da sua implantação: para cada um dos aspectos definidos do Plano de Negocio, o empreendedor poderá comparar o “previsto” com o “realizado”.
  - No estudo do mercado identificou-se um Mercado potencial de 1.000 unidades de um certo produto por mês. Este é de fato, o tamanho do Mercado após alguns meses de operação do negocio?
  - No planejamento financeiro, estimou-se um investimento inicial de Us\$10,000. o valor correspondeu ao investimento real (em instalações e equipamentos)?
  - Na área técnica, definiu-se a microlocalização na Rua X, n.º Y. após as primeiras semanas de funcionamento, o local apresenta as características previstas, em termos de atração de clientes?

Para cada um dos aspectos avaliados e comparados, o empreendedor verifica se e quando o empreendimento desviou-se ou foi prejudicado e como deve rever suas metas para o futuro em função do ajuste necessário.

- Facilitar, ao empreendedor, a obtenção do capital de terceiros quando o seu capital próprio não é para cobrir os investimentos iniciais.

Para ilustrar este aspecto, conta-se uma historia ocorrida em uma agencia de um banco americano. Ao procurar o gerente para obter um empréstimo a fim de iniciar seu negocio, um empreendedor ouviu dele: “Não ouço muito bem, mas leio muito bem. Traga-me seu Plano de Negócio primeiro; depois, nos podemos conversar.”

O empreendedor ainda pode utilizar o Plano de Negócios visando atrair clientes e fornecedores, que, com certeza, se sentirão mais seguros em estabelecer relações de negócios (compra ou venda) após terem a possibilidade de avaliar o planejamento feito.

## **UTILIDADE**

O plano de negocio constitui um instrumento de grande utilidade pois:

- Auxiliar e eliminar ou reduzir, ao Maximo a possibilidade de fracasso do empreendimento, risco natural inerente a todo negocio inovador;
- Facilita o acesso a outras pessoas ou entidade que poderão apoiar-lo na implantação e/ou desenvolvimento de negocio: investidores ou potenciais sócios, contadores e advogados tributaristas; Bancos e entidades financeiras e empresariais, de forma geral;
- Permite maior acesso as fontes de informações para buscar dados necessários à elaboração dos estudos de Mercado, estatísticas setoriais do ramo em que irá atuar;
- Estimula-o a ver sua idéia evoluindo, à medida que o Plano de Negócios vai avançando etapas: isto permite que reveja suas idéias iniciais sobre o negocio e que até, se for o caso, mude de idéias quando verificar, por meio do Plano, que o negocio apresenta características fora do seu alcance, como falta de conhecimento técnico sobre a atividade desejada; investimento inicial bastante superior ao disponível; mercado

potencial do produto ou serviço mais restrito do que se supunha, entre outras situações.

- Para potenciais sócios que manifestarem entusiasmo com a idéia do empreendimento. O Plano de Negócio pode ratificar tal entusiasmo, trazendo os futuros sócios para o empreendimento; também pode afastá-lo, o que obrigará o empreendedor a desenvolver visão mais crítica das suas idéias;
- Para os possíveis investidores de riscos ou agências de financiamento que podem alocar parte do capital para o investimento inicial. Neste caso, o empreendedor tem de provar “no papel” que sua “boa” idéia não é apenas uma intenção bem inspirada e sim uma proposta fundamental;
- Para o contador ou o advogado especializado em direito comercial que assessorará o empreendedor na abertura da empresa. O Plano de Negócio facilita a elaboração do contrato social, como cláusulas específicas para a empresa, sobretudo relativamente as responsabilidades dos sócios, direitos e obrigações e outros aspectos como regime jurídico mais apropriado a natureza do empreendimento. Neste último caso o plano de negócio poderá classificar as vantagens e as desvantagens de se enquadrar o novo empreendimento, como microempresa, por exemplo:
- Para os principais componentes da equipe inicial da empresa, para os quais o Plano Negócio pode não só deixar claro a filosofia do empreendedor quanto ao negócio, mas também colaborar para que esta pessoa se sinta segura e motivada quanto ao novo desafio profissional que terão, junto com o empreendedor, pela frente;
- Para os consultores e órgãos de apoio, cujo os serviços podem ser solicitados pelo empreendedor, os quais a partir do Plano Negócio estarão em melhores condições de orientá-los, mostrando-lhes os caminhos a seguir ao compará-lo com o Plano Negócio apresentando com outras idéias ao Plano. Assim o empreendedor poderá estimar a oportunidade de sua idéia, ou

seja, quanto “estou deixando de ganhar em outras alternativas de investimento”.

## **ESTRUTURA**

O Plano Negocio abrange os diversos aspectos do empreendimento analisa as oportunidades que originaram a idéia do negocio; examina o mercado, os aspectos técnico e financeiros; analisa os aspectos jurídicos e organizacionais da abertura do empreendimento e, finalmente, avalia a viabilidade da implantação da idéia.

O Plano de Negocio deve ter uma estrutura seqüenciada e lógica, que permite ao empreendedor planejar os seus próprios esforços pessoal para elaboração dos estudos necessários: levantamento de dados, análise das informações, consultas a terceiros, decisões a serem tomadas entre outras ações.

A estrutura do Plano Negócio é composta de três partes, antecedidas por um sumario executivo e pela qualificação dos Empreendedores e finalizada por uma conclusão. Se preciso, poderá ser incluído um anexo contendo documentos de natureza técnico e jurídica.

## **ESTRUTURA DO PLANO DE NEGÓCIO**

O Sumario e Executivo é uma versão condensada do Plano de Negócios, devendo comportar um texto com máximo, com duas laudas incluindo.

- A definição do negócio, em 5 ou 6 linhas;
- A clientela-alvo;
- Alguns tópicos da parte técnica (localização, área em m<sup>2</sup>, a ser ocupada), descrição sucinta do processo operacional, em 4 linhas, no máximo;
- Aspecto financeiro: investimento inicial, comentários sobre indicadores financeiros;
- A conclusão do projeto.

Ao ser lido por interessados no empreendimento, o Sumario Executivo deverá deixar clara a idéia e a viabilidade de sua implantação; o detalhamento da idéia virar das três partes do Plano Negócio.

É conveniente, logo após o Sumario Executivo, apresentar a qualificação resumida do(s) empreendedor(es), destacando sua experiência empresarial e formação escolar; entretanto, não se trata de um currículo vitae tradicional e, sim, um resumo, pós o empreendedor não esta a procura de emprego.

Na primeira parte do Plano de Negócio, os Aspectos Mercadológicos envolvem ter estudos principais:

### **A BUSCA E A SELEÇÃO DAS OPORTUNIDADES**

Neste tópico, o empreendedor destacará e justificará a origem da idéia do Negócio.

### **A DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO**

Este é um item estratégico do Plano de Negócio, pois dele dependerá todo o detalhamento dos outros tópicos do Plano. O empreendedor definirá as necessidades clientela-alvo; os possíveis grupos de clientes e as formas de atendimentos daquela necessidade dos clientes visados.

### **O ESTUDO DO MERCADO**

Após a definição do negócio, o empreendedor iniciará o exame do mercado, realizado:

- O estudo da clientela: caracterização dos clientes nos aspectos quantitativos (potencial do mercado, participação da empresas no mercado, entre outros) e qualitativos (estilo de vida dos clientes, características, comportamentais, hábitos de compra, entre outros);

- O estudo da concorrência: a dois tipos de concorrente: os diretos e os indiretos ambos afetados o desempenho do novo empreendimento no mercado. Deve-se analisar os pontos fracos e fortes em ambos os casos;
- O estudo dos fornecedores: análises das empresas que fornecem produtos e serviços – entre outros, sistema de vendas e distribuição; políticas de preços e de cobrança; qualidade dos produtos e serviços. O objetivo é possibilitar ao empreendedor avaliação comparativa de seus potenciais fornecedores e, a partir de certos critérios, definir uma classificação dos mesmos para orientar o processo de compras ou, se for o caso, de terceirização de atividades.

Na segunda parte do Plano de Negocio, analisasse os aspectos operacionais, administrativos e jurídicos. Os aspectos operacionais envolvem os seguintes estudos.

- Localização do novo empreendimento – em nível de micro e macrolocalização;
- Processo operacional do negocio – do funcionamento da empresa, desde a entrada da matéria-prima ou dos insumos (inputs) até a obtenção dos produtos dos serviços finais (OUTPUS); engloba ainda, as questões de tecnologia, layout das instalações e outros aspectos do processo produtivo.

Devem também, ser feita análise técnica dos equipamentos, maquinas, material de consumo e serviços técnicos necessário ao processo operacional.

Os aspectos administrativos envolvem a análise do quadro técnico-administrativo de recursos humanos para funcionamento da empresa – quantificação e qualificação dos cargos e funções,

a estrutura organizacional, a descrição das funções principais e as atividades de controle da empresa.

Uma vez constituída legalmente, a empresa torna-se uma pessoa jurídica com direito e obrigações estabelecidas, caracterizando-se como um contribuinte em potencial para com os cofres públicos. Surgem, então, as obrigações pecuniárias relacionadas aos encargos sociais, ao impostos e tributos de maneira geral. Um empreendedor “vive de risco”.

O empresário reuni os recursos – imóveis, mão-obra, tecnologia, dinheiro etc, e constitui uma empresa;

Para que empresa passe a ser reconhecida oficialmente por estes ambientes, é necessário o seu “registro de nascimento”. Além de pagar seus próprios tributos (como impostos de rendas INSS, FGTS, PIS, COFINS, ISS, ICMS, IPI, etc), a empresa cobra de seus clientes ou desconta de seus funcionários alguns impostos e repassa-os aos cofres públicos; é como se existisse uma “conta corrente” entre a empresa e governo.

Observa que o peso dos tributos tem sido um fato relevante e conduz ao fechamento de muitos pequenos negócios. Centro de incubações empresarial.

O importante é a dedicação do empresário ao empreendimento, agindo de forma planejada, aproveitando aos benefícios e incentivos em vigor e administrando os negócios de maneira a obter sucesso e retorno de seus investimentos. Para acompanhar o desempenho empresarial deve-se ,manter os controles administrativos necessários, medir, sistematicamente, o alcance dos objetivos e metas estabelecidos e monitora a execução orçamentária, comparado o previsto e realizado e testado os níveis de eficiência e eficácia empresarial.

## **ASPECTOS LEGAIS E JURIDICOS NA ABERTURA DE EMPRESAS**

A tarefa do empreendedor é definir qual a “roupagem jurídica” que sua empresa adotará. A classificação jurídica é determinada por uma serie de questões praticas dentre outra;

- Existência ou não;
- Responsabilidade dos sócios;
- Contribuição do capital;
- Formação do nome.

### **REGISTRO DA EMPRESA**

A empresa “nasce” juridicamente a partir do momento em que ocorre o registro de sua constituição na Junta Comercial no caso de Firma individual e Sociedade Comercial, ou cartório de registro de Pessoas Jurídicas no caso de Sociedade Civil. Deverá também se solicitar as inscrições no Cadastro e Contribuinte mobiliários, ou inscrições municipais, para fins dos seguintes tributos;

- Impostos sobre Ofícios de Qualquer Natureza (ISS);
- Impostos sobre Vendas a Varejos e Combustíveis Líquidos e Gasosos (IVV);
- Taxa de Fiscalização de Localização Instalação e Funcionamento (TLIF); e
- Taxa de Fiscalização de Anúncios (TFA).
- Alvará de Funcionamento e Alvará de Vigilância Sanitária, quando se trata de industria e/ou comercio de produtos alimentícios: obtidos na Prefeitura Municipal;
- Solicitação de Vistoria de Condições de Segurança e proteções Contra Incêndios feita ao Corpo de Bombeiro;
- Registro dos Sindicatos Patronal: para atividades comerciais, feito no Setor de Enquadramento

Sindical da Diferença do Comércio, no estado; para atividades industriais, no setor de pagamento Enquadramento Sindical da Federação das Indústrias do Estado; no caso de prestação de serviço, no conselho ou associação correspondente;

- Impressões de Notas Fiscais: solicitar ao Posto Fiscal da Jurisdição para empresas de comércio ou indústria ou na Prefeitura para Prestadora de Serviço autorização para emissão de Notas Fiscais; todas as empresas- mesmo uma microempresa, que esta isenta no pagamento de ICMS e ISS, devem emitir Notas Fiscais;
- Registro de produto juntos Secretaria de Estado da Saúde: no caso de produtos alimentícios, cosméticos, farmacêuticos e embalagens;
- Licença de Instalação de Funcionamento com base da legislação ambiental: são solicitadas ao órgão estadual de gestão ambiental; as microempresas estão isentas destas licenças, devendo, no entanto, consulta e obedece a determinações da legislação local com respeito às normas ambientais, bem como as da Prefeitura Municipal em atendimento a Lei de Zoneamento. A divisão da cidade em regiões, de acordo com o uso e a densidade demográfica (quantidade de pessoas por m<sup>2</sup>) ou zonas, foi determinada Constituição de 1967.

### **OBRIGAÇÕES LEGAIS DA EMPRESA APÓS A SUA CRIAÇÃO**

A partir do momento em que estiver formalmente constituída, a presença adquire determinadas obrigações burocráticas entre as quais estão incluídas:

- Apresenta anualmente a Declaração de Imposto de Renda da Pessoa Jurídica e Receita Federal,

mesmo quando isenta ou não houver impostos a recolher;

- Apresenta, anualmente, no caso de microempresas comercial ou industrial, Declaração de Microempresa para a Secretaria da Fazenda do Estado;
- Apresenta, anualmente no caso de microempresas prestadora de serviços, a Declaração de Microempresas para a Prefeitura Municipal;
- Fazem escrituração e manutenção de livros fiscais e contábeis;
- Preencher entregar qualquer banco as Guias de recolhimento do INSS (Empregados, Empregador e Empresa), Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) e Documento de Arrecadação da Receita Federal (DARF) (Imposto de Renda);
- Enviar a Caixa Econômica Federal as seguintes informações obrigatórias:
  - Relações Anual e Informação Sociais (RAIS): documento em que empresa relaciona seus empregados para efeitos de Propagandas de Integração Social (PIS) e Programa de Atendimento ao Serviço Público (PASEP);
  - Declaração de Contribuições e Tributos Federais (DCTF) entrega mensalmente pela empresa, com os Tributos Federais por ela devido nesse período. Por este documento, o Governo faz o lançamento do crédito devido;
  - Documento de Informações de Impostos de Renda Retidos na Fonte (DIRF). Apresentado anualmente pela empresa, informando os valores dos Impostos de Renda, retido na Fonte, de seus empregados. Com base neste documento, o FISCO procede a conferência

com as Declarações de Imposto de Renda das Pessoas Físicas estabelecem o valor que tem a restituir ou a pagar;

- Relações de Empregados e Desempregados: é a comunicação obrigatória feita ao Ministério do Trabalho, e formulário padronizado, sobre as administrações, transferências e demissões de empregados feita pela empresa;
- Manutenção de Documento dos atos praticados pela sociedade (recebidos em Notas Fiscais, Guias de Recolhimentos, etc).

Ao concluir que o negocio estudado apresenta viabilidade de implantação, o empreendedor deve tomar algumas decisões que marcarão profundamente decolagens) e a consolidação da empresa. Algumas das principais decisões estratégicas são:

- O investimento inicial será efetuado apenas com recursos próprios ou parte será financiada com recursos de terceiro? A que custos e em que condições?
- Qual será o nível inicial da capacidade operacional?
- Quando o mercado, e empresa estará sempre presente em apenas um segmento ou em todos os Nichos identificados plano de negócios?
- A empresa desenvolverá parcerias com outras empresas (fornecedores, concorrentes e até clientes) ou verticalizará todas as etapas e processos operacional?
- As empresas investirão fortemente em promoção e propaganda na frase inicial de lançamento de seus serviços ou aguardará reação do mercado para investir marketing?

- A política de preços seguira o comportamento do mercado ou seja baseada na formação de preço a partir dos custos operacionais?
- A gestão dos negócios das atividades operacionais será desenvolvida de forma participativa, envolvendo os empregados ou adotará postura inicial de centralização das decisões, para melhor dominar as características do negocio?

Estas e outras decisões estratégicas devem ser tomadas pelos empreendedores que, para tanto, podem aconselhar-se com terceiros, pois ainda não formará a equipe inicial de trabalho. A medida que esta vai sendo formada, é importante.

## **PONTO CRÍTICO COMUNS NA IMPLANTAÇÃO NO PLANO DE NEGÓCIO**

### **ASPECTO MERCADOLÓGICO**

Os pontos críticos mais comuns são:

- Pouco conhecimento do perfil da clientela e do potencial de mercado, em função da dificuldade de acesso as fontes de informações secundarias e a coleta de dados primários;
- Perda de vendas ou de clientes potenciais por atendimentos inadequados: A maioria dos clientes não reclamam: eles simplesmente não voltam custa cinco vezes mais recuperar um cliente do que simplesmente mante-lo:
- Processo de negociação com os fornecedores:

### **ASPECTO OPERACIONAL**

Considera-se como ponto críticos mais comuns:

- Aquisição ou locação do imóvel tecnicamente escolhido para microlocalização de empreendimento:

- Acesso tecnológico;
- Qualificação técnica dos recursos humanos

### **ASPECTOS FINANCEIROS**

- Capital insuficiente para iniciar o negocio;
- Taxas de juros e elevados;
- Falta de capital de giro próprio;

### **ASPECTO JURÍDICO**

- Enquadramento ou desenquadramento como microempresa;
- Divergências entre sócios;
- Descumprimentos de contratos;

### **ASPECTO ORGANIZACIONAL**

- Falta de clareza quanto aos objetivos organizacionais;
- Conflito na competência para a execução de tarefas;

As principais qualidades que constituem as bases do sucesso empresarial são;

#### **Na área mercadológica;**

- Estratégia e marketing bem definida;
- Conquista da fidelidade da clientela;
- Comunicação eficaz com o mercado, melhorando a imagem da empresa;
- Mix de marketing estabelecido com clareza- produtos/serviços; preço; propaganda e promoção; e distribuição.

#### **Na área técnica operacional;**

- Tecnologia atual;
- Localização adequada;
- Relação de parceria estabelecida com fornecedores;

- Propaganda de qualidade total;
- Produtividade e desenvolvimento;

**Na área financeira;**

- Operação com capital ou com alavancagem positiva – uso eficiente do capital de terceiros;
- Reinvestimentos do lucro;
- Baixas imobilizações de capital;
- Endividamentos sobre controle;
- **Capitalização** de empresa;

**Na área jurídica-organizacional;**

- Estrutura societária não-conflitiva – entre os sócios;
- Empreendedor/sócios/familiares dedicados;
- Gestão inovadora dos negócios;
- Estilo gerencial participativo – equipe envolvida;
- Missão e objetivos de indefinidos e disseminados por toda a equipe;
- Estratégia competitiva para os clientes, fornecedores e a própria equipe.

Quais, são então, os motivos que levam um empreendedor ao fracasso.

“a culpa é do Governo”

“a inflação acabou com o seu negocio “

“O mercado esta muito ruim”

“Os concorrentes não têm ética”

“Os fornecedores só olham para os seus próprios interesses”

“os juros dos bancos são agiotagem.”

“os clientes não tem fidelidade à marca e só querem preço.”

Competência gerencial.

Motivos que efetivamente têm levado muitos em -quanto aos aspectos técnicos:

- Falta de experiência empresarial anterior;
- Falta de competência gerencial;

**Na área mercadológica:**

- Desconhecimento do mercado;
- Desconhecimento do produto ou do serviço;

**A área técnico-operacional:**

- Falta de qualidade nos produtos/serviços;
- Localização errada;
- Problemas na relação com os fornecedores;
- Tecnologia de produção obsoleta

**Área financeira:**

- Imobilização excessiva do capital em ativos fixos;
- Política equivocada de crédito aos clientes;
- Falta de controle e de custo e de gestão financeira;

**Área Jurídica/organizacional**

- Estrutura organizacional concentrada;
- Falta de sistema de planejamento e de formação gerencial;
- Ausência de inovações gerenciais.

“Sucesso” ou “fracasso” não encontra-se em cada uma das pessoas isto vale para o empreendedor. Daí a importância do seu preparo anterior ou inicial do seu empreendimento, por exemplo ou por meio de auto-avaliação da sua característica pessoal (identificando qualidades que o levarão ao sucesso do empreendedor) da elaboração de seus Planos de Negócio, que possibilita a identificação das diretrizes a serem seguidas rumo ao sucesso do empreendimento.