



PLANO DE NEGÓCIOS: ELABORAÇÃO E EXECUÇÃO DO PLANEJAMENTO DE EMPREENHIMENTOS CRIATIVOS ASSESSORADOS PELA INCUBADORA AMAZONAS INDÍGENA CRIATIVA

Rodrigo Batista de Oliveira
Elder Campos da Silva
Francisco Alcicley Vasconcelos Andrade

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Rodrigo Batista de Oliveira, Elder Campos da Silva y Francisco Alcicley Vasconcelos Andrade (2016): "Plano de Negócios: elaboração e execução do planejamento de empreendimentos criativos assessorados pela Incubadora Amazonas Indígena Criativa", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Brasil, (agosto 2016). En línea: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/16/incubadora.html>

Resumo:

O processo de elaboração e implementação do plano de negócios, em empreendimentos de pequeno porte, configura-se como um diferencial em um meio competitivo de empresas em fase de iniciação ou consolidação no mercado. O planejamento de empreendimentos criativos possibilita o conhecimento e a compreensão do ambiente empreendedor com ênfase na economia criativa. Neste sentido, buscou-se neste artigo ressaltar as categorias empreendedorismo e economia criativa como elementos fundamentais para a sustentação da economia local e global, no contexto contemporâneo de necessidade de superação da crise e geração de oportunidades. Para tanto o objetivo é demonstrar a importância do plano de negócio em qualquer empreendimento independentemente do tamanho organizacional; entendendo que por meio dessa ferramenta, bem trabalhada, pode-se alcançar o sucesso no empreendimento assessorado. A metodologia utilizada foi de caráter qualitativo e descritivo, com base na pesquisa de campo, coleta de dados realizada pela aplicação de formulários e análise dos dados. Os resultados indicam que os empreendedores assessorados veem no plano de negócios um instrumento importante para alavancar os resultados positivos em suas empresas, indicam ainda a relevância da parceria com a incubadora e aponta como desafios à adaptabilidade a cultura empreendedora.

Palavras-chave: Plano de Negócios, Empreendimentos Criativos, Incubadora.

Abstract

The process of preparing and implementing the business plan, in small enterprises, is configured as a differential in a competitive environment for companies in the initiation phase or consolidation in the market. The planning creative ventures provides knowledge and understanding of the entrepreneurial environment with emphasis on creative economy. In this sense, we tried to emphasize in this article categories entrepreneurship and creative economy as key elements in support of global and local economy, in the contemporary

context of the need to overcome the crisis and generating opportunities. Therefore the objective is to demonstrate the importance of the business plan in any enterprise regardless of organizational size; understanding that through this tool, well crafted, can achieve success in the assisted enterprise. The methodology was qualitative and descriptive, based on field research, data collection performed by the application forms and data analysis. The results indicate that the assisted entrepreneurs see the business plan an important tool to leverage the positive results in their companies, also indicate the importance of partnership with the incubator and points as challenges to the adaptability entrepreneurial culture.

Keywords: Business Plan, Creative Enterprises, Incubator.

1. Introdução

Empreender no Brasil tornou-se uma prática muito comum nos últimos anos pela dificuldade econômica que afeta gravemente a população em geral, que busca incessantemente por uma renda ou até mesmo complementar a já existente. Em consequência disso, muitas pessoas buscam empreender por necessidade e na maioria das vezes não obtém êxito ao abrir sua própria empresa por falta de conhecimento técnico e de gestão. Também, o comportamento do mercado vem oscilando cada vez mais, devido as constantes crises que surgem no mundo todo e para contornar essas crises em um mercado tão amplo é necessário possuir um bom diferencial competitivo.

Para isso, julgasse necessário o uso de ferramentas de planejamento, organização, execução, controle e análise capazes de minimizar os erros na gestão e identificar oportunidades de investimento para alavancar os negócios do empreendimento. Hoje em dia a utilização destas ferramentas é essencial para a sustentabilidade da empresa, que deve se atualizar constantemente e observar como o mercado se comporta para buscar alternativas de driblar qualquer empecilho.

O plano de negócios é uma ferramenta de planejamento que toda empresa que está iniciando deve construir, que possibilita ao empreendedor ter uma visão teórica da sua empresa e com isso analisar a viabilidade de implementação do seu projeto mesmo em um ambiente de mercado frágil e sem perspectiva de melhora. Este é o primeiro passo para ter uma empresa de grande potencial.

O objetivo geral do presente estudo é compreender como o plano de negócio atua como ferramenta de suporte na criação, organização e sucesso de empreendimentos criativos vinculados à incubadora Amazonas Indígena Criativa –

AmlC. Tendo como suporte, a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo. A problemática deste estudo é como o plano de negócio contribui para o estágio inicial de um empreendimento criativo, visto que é uma Incubadora de Economia Criativa e seus empreendedores incubados se enquadram nesse quesito.

A metodologia pautou-se na abordagem qualitativa com enfoque descritivo. O universo da pesquisa corresponde aos empreendedores criativos em Parintins e a amostra é realitativa aos 04 empreendedores criativos assessorados pela Incubadora AmlC, que atuam no setor criativo do artesanato. Os instrumentos de coleta de dados foram a aplicação de formulários, análise de Swot, análise documental dos planos de negócios elaborados e realizados com os assessorados pela incubadora AmlC, estudo bibliográfico em todas as etapas do trabalho desenvolvido. Para a realização da aplicação de formulários foi informado os sujeitos participantes da pesquisa os objetivos e finalidades da coleta de dados.

2. Plano de Negócios

Com o propósito de atingir o objetivo deste estudo, assim como os resultados apresentados pelos mesmos, se faz necessário à criação de uma base teórica, servindo como base de alicerce para formulação de estudos, e consequentemente, dos resultados obtidos.

De acordo com Degen (2009), plano de negócios é um documento que descreve o negócio que o candidato a empreendedor pretende desenvolver. É fundamental que os objetivos do negócio estejam claramente definidos, assim como quais as pessoas envolvidas devem ser dadas para que estes sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas.

Para o SEBRAE (2014, p. 10), um plano de negócio é um documento que descreve por escrito quais os objetivos de um negócio. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-lo no mercado.

Dessa forma, o plano é uma ferramenta que auxiliará na tomada de decisão da viabilidade da implantação do negócio, ou caso contrário da rejeição quando não é plausível a inserção no mercado.

Na visão de Chiavenato (2007), o plano deve trazer a descrição do setor, a natureza jurídica do negócio, a estrutura organizacional da empresa, os relatórios financeiros, um plano estratégico e um plano operacional.

O Plano de Negócios pode ser considerado um passo importante para a abertura ou expansão de um empreendimento. O empreendedor, muitas vezes, tem um plano em mente, mas para que esse empreendimento prospere, faz-se necessária a transformação dessas ideias em um documento formal. (CHIAVENATO, 2004).

Neste sentido, ao refletir sobre o Plano de Negócios aplicado a realidade brasileira surgem os questionamentos: que empresas utilizam o plano de negócios? Quais as vantagens e desvantagens desta ferramenta? Como os empreendimentos criativos em processo de iniciação podem utilizar essa ferramenta? Como desenvolver a cultura empreendedora no setor criativo?

As possíveis respostas em parte vêm da teoria desenvolvida em âmbito global por estudiosos do tema a nível internacional e nacional. Em parte das observações da dinâmica empreendedora atual que está se realizando em diferentes contextos regionais. No Brasil Dornelas (2008), é um dos teóricos que se dedicam a este estudo, em âmbito local, no Amazonas os estudos sobre o tema aplicado a empreendimentos criativos ainda se encontram embrionados e precisam vir à tona para contribuir com o desenvolvimento local.

2.1 O empreendedorismo

Empreendedorismo de maneira geral significa empreender, resolver um problema ou questão complicada. É um termo muito utilizado no âmbito organizacional e muitas vezes está relacionado com a criação de uma empresa, produto ou até mesmo um serviço. Empreender é também tornar seu negócio lucrativo, agregar valor ao seu produto, além de saber identificar oportunidades e transformá-las em vantagens competitivas, ou seja, conseguir enxergar uma válvula de escape para o sucesso de seu empreendimento onde ninguém consegue visualizar.

Mas, afinal, qual é a melhor definição de empreendedorismo? Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto,

levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso. Para o termo “empreendedor” existem muitas definições, mas uma das mais antigas e que talvez melhor reflita o espírito empreendedor seja a de Dornelas apud Shumpeter (20): “ *O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos produtos mentais*”

O empreendedorismo no mundo atual vem cada vez mais sendo essencial na sociedade, pois é por meio dele que as empresas buscam a inovação, preocupam-se em investir em pesquisas adquirindo novos conhecimentos e transformando em produtos, além de contribuir com desenvolvimento econômico do país gerando emprego e renda para milhares de pessoas. Segundo pesquisa (ALVES 2015), realizada o empreendedorismo é responsável por cerca de 90% do PIB mundial, e o Brasil é país que está liderando o ranking. Os dados são da nova pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), feita no Brasil pelo SEBRAE e pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP). (SEBRAE, et all, 2014)

O resultado da pesquisa foi surpreendente, pois o Brasil ficou à frente de potências econômicas, como por exemplo, Estados Unidos, Japão, China entre outros. Mas, no entanto, essa mesma pesquisa constatou que apesar de ter uma parcela significativa de empreendimentos, ainda falta inovação nos mesmos, nesse aspecto o Brasil perde muito em relação aos outros países. Essa realidade está presente em todas as regiões do país, no município de Parintins/AM, por exemplo, existem centenas de indivíduos que exercem o empreendedorismo, ou seja, são donos do seu próprio negócio, porém trabalham informalmente sem muitas perspectivas de sucesso, que em muitos dos casos acabam falindo por falta de conhecimento, planejamento e ineficiência na gestão. (SEBRAE, et all, 2014)

No Brasil o processo para se organizar um empreendimento de médio ou pequeno porte podem encontrar parcerias que disponibilizam de serviço com profissionais qualificados para facilitar a tomada de decisão no momento da formação das empresas, cito algumas, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Ministério da Cultura por intermédio da Secretaria de Economia Criativa, Incubadoras de Empresas, Centro de Incubação e

Desenvolvimento Empresarial (CIDE), Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC).

2.2. Economia Criativa

A economia criativa é um segmento novo, mas que vem crescendo bastante nos últimos anos e tem como matéria-prima a criatividade e o capital intelectual. Abrangem diversos campos de atividades como: arquitetura, artesanato, tecnologia, turismo, biojóias, dança, cinema entre outros. Esse segmento tem a missão de uma forma criativa impulsionar o crescimento econômico, gerando emprego, renda e acima de tudo proporcionando desenvolvimento para as regiões. Para o chefe do Departamento de Economia Criativa da UNCTAD (Organização das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento), Edna Santos, o conceito “pode ser definido como o ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos.” E, ainda de acordo com ela, abrangeria “desde os produtos artesanais até as artes cênicas, artes visuais, os serviços audiovisuais, multimídia, indústrias de software etc.” (Dayse Maria Oslegher Lemos, 2016)

No Brasil, a economia criativa está presente em grande parte do país, e em alguns locais estão representadas por incubadoras criativas que atuam em segmentos específicos que tem o objetivo de desenvolver aquele setor, como é o caso da Incubadora Amazonas Indígena Criativa-AmlC, da Universidade Federal do Amazonas localizada em Parintins/AM, incubadora que trabalha diretamente com empreendedores artesãos do ramo das biojóias e artesanato.

Esse trabalho que vem sendo desempenhado pela incubadora AmlC e toda sua equipe tem promovido um novo olhar sobre os empreendimentos criativos locais, em especial do segmento do artesanato e turismo. Atuar na perspectiva da economia criativa tendo a ser uma estratégia para driblar a crise econômica, a qual afeta a toda sociedade.

3. Resultados e Análise dos dados

3.1. Por que planejar?

Com base na literatura os dados coletados e analisados indicam a importância em planejar para ter a dimensão dos erros e acertos na administração do empreendimento em processo de iniciação ou em desenvolvimento. Os empreendedores artesãos indicaram que antes dos processos de formação pela incubadora AmIC e outros parceiros como o SEBRAE nem sempre pensaram na finalidade do planejamento de gastos, entradas e saídas. Pensar de maneira mais organizada levou os empreendedores a reflexão sobre o seu empreendimento, as condições de trabalho, a força de trabalho empregada, suas horas na atividade, pontos fundamentais para a definição dos custos, despesas e valores a ser inseridos nos preços dos produtos.

A partir da participação efetiva na incubadora AmIC na vida do empreendedor e de seu empreendimento os incubados passaram a ter noção e domínio na gestão de sua organização, bem como na formação de preço de seus produtos. Os gastos passaram a ser calculados e alguns processos reorganizados minimizando o tempo de produção e consequentemente aumentando a quantidade produzida, com isso elevando seu lucro líquido. Esses dados declarados pelos informantes indicam alguns aspectos positivos ao serem assessorados pela equipe da Incubadora.

Para Chiavenato (2011), planejar é definir os objetivos e escolher antecipadamente o melhor curso de ação para alcançá-los. O Planejamento define onde se pretende chegar, o que deve ser feito, quando, como e com que sequência. Planejar está em toda e qualquer ação, mesmo sem perceber, no dia a dia de qualquer pessoa. Planejar é pensar antes, durante e até mesmo na hora de depois de ter feito algo. O ato de planejar é imprescindível para qualquer empreendimento, para que este possa obter sucesso na sua execução, pois, nesse planejamento já está definido metas, objetivos, oportunidades, missão e visão da empresa. Nesse caso auxilia na ação propriamente dita reduzindo os percalços durante o processo de produção.

Com todo este planejamento, almeja-se atingir uma qualidade no produto para que satisfaça as necessidades dos clientes e até mesmo criar uma

necessidade neles. Para que planejamento seja bem desenvolvido são necessárias etapas que identifique o que é necessário para que tudo ocorra de uma forma que seja viável.

O planejamento deve ser levado à risca, e isso não é uma coisa exclusiva de grandes empresas nem de executivos de multinacionais. O planejamento deve ser compartilhado por todos e executado por todos. Essa união entre setores precisa estar em concordância com o objetivo principal para que todas sejam beneficiadas. Para que uma pequena empresa possa crescer, é importante que ela saiba aonde quer chegar, e nesse sentido ser ambicioso é algo positivo.

Sendo assim, o planejamento é muito importante para quem quer empreender de fato e entrar no mundo dos negócios. Um planejamento bem definido pode ser o diferencial competitivo de uma empresa e o primeiro passo a ser dado para se criar uma empresa bem sucedida é fazer um plano de negócio. Uma empresa sem um plano de negócio não tem objetivos e nem perspectiva de crescimento, a não ser abrir suas portas e esperar que por espontânea vontade as pessoas entrem nela. E nos tempos atuais o planejamento e a inovação tornam-se imprescindíveis para que as organizações possam se manter no mercado, pois possibilita a análise do ambiente de uma organização favorecendo a criação de uma visão sobre as oportunidades e ameaças, bem como a identificação pontos fortes e fracos, fugindo assim da estatística de falência das empresas tão falada atualmente.

3.1. Planejamento Estratégico

O Conceito de estratégia é uma das palavras mais utilizadas na vida empresarial ou trata-se da forma de pensar no futuro, integrada no processo decisório, com base em um procedimento formalizado e articulador de resultados. Nesse sentido o planejamento estratégico é uma ferramenta mais científica e técnica, que é de competência dos diretores e assessores, pois, são estes que tem a visão global da empresa e sabem identificar qual seu posicionamento no mercado interno e externo. Suas características são:

- É projetado no longo prazo, tendo seus efeitos e consequências estendidos a vários anos pela frente.

- Envolve a empresa como uma totalidade, abrange todos os recursos e áreas de atividade, e preocupa-se em atingir os objetivos em nível organizacional.
- É definido pela cúpula da organização e corresponde ao plano maior ao quais todos os demais estão subordinados.

Ao pensar o planejamento estratégico, direcionado a empreendimentos criativos os artesãos incubados pela incubadora AmIC apontaram a necessidade de crescimento dos empreendimentos a partir do aprimoramento técnico, como também do apoio de políticas públicas, considerando a importância da realização de feiras, exposições, informações sobre editais relativos a cultura e ao artesanato especificamente. Essas limitações que se apresentam na vida do empreendedor criativo acabam sendo o gargalo do segmento, mas que com muita vontade e dedicação a incubadora AmIC vem trabalhando para superar essa deficiência, que por meio de sua equipe estão estudando formas viáveis e criativas para montar o melhor planejamento estratégico e sanar as dificuldades que se apresenta no momento.

Para todo empreendedor que deseja alavancar seu empreendimento e seu patrimônio, um dos primeiros passos é entender como iniciar algo que proporcione boas chances de sucesso ao negócio, ou seja, identificar uma oportunidade que seja viável. Planejar estratégias é uma arte que requer eficiência, informações adequadas e conhecimento de mercado, para que as decisões tomadas estejam bem de acordo com a visão de futuro da empresa. Chiavenato, (2012).

Para se chegar ao objetivo é necessário ter métricas de sucesso, que nada mais são metas reais e estratégicas que são definidas e que tem que ser feitas para se chegar ao objetivo pretendido. Não é possível alcançar o alto desempenho sem sabermos constantemente se estamos progredindo em direção aos nossos objetivos. Precisamos de métricas claras e de feedback constante para ajustar nossa execução, e que elas não estiverem de acordo com a visão da empresa é necessário reavaliá-las (LEAN PERFORMANCE, 2016).

Um planejamento estratégico completo requer muito mais esforço e dedicação do que normalmente é feito em planejamentos de esboço, ou seja, o planejamento inicial. Mas se feito da maneira certa, pode trazer grandes benefícios e a conquista de todos os objetivos pretendidos. Empresas que colocam com eficiência todos os seus planos em práticas, são as que abandonam estratégias

equivocadas com facilidade traçando novos rumos, aproveitando boas oportunidades, formando grandes líderes e criando resultados mais sustentáveis e lucrativos.

3.2. Plano De Negócios

Segundo Dornelas (2008, p. 84) O Plano de Negócios é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócio que sustenta a empresa. O objetivo do plano é orientar o empreendedor nas noções estratégicas antes de iniciar seu empreendimento e também ter uma visão de como será o funcionamento do mesmo.

É muito importante que o empreendedor faça o plano de negócio antes de abrir sua empresa para que os erros sejam mínimos, pois, a estratégias já estarão definidas no plano e será possível ter tomadas de decisão mais consistentes. Após abrir a empresa é crucial que o plano seja sempre revisado e atualizado, visto que o mercado está sempre variando e tendo coisas novas, e o plano deve estar de acordo com as mudanças no ambiente de mercado para que a empresa tenha condições de se adequar sem ter muitas dificuldades.

Para maior elucidação da visão de plano de negócios os empreendedores incubados elencaram as palavras-chave abaixo:



Figura 01. Fluxograma percepções sobre o plano de negócios

Fonte: Incubadora AmIC.

Para os empreendedores criativos o plano de negócios é um documento onde irão descrever organizadamente todas as informações sobre seu empreendimento, dessa forma buscando o melhor desempenho de sua organização. No fluxograma acima estão representadas as ideias dos empreendedores sobre o que é um plano de negócio, essas informações foram coletadas no decorrer da pesquisa de campo realizada.

Pela pesquisa realizada concluiu-se que, para os empreendedores o mais importante não é ter um plano de negócios bem descrito em suas mãos, mas sim alcançar os resultados nele proposto, visto que a lucratividade é o que tem maior importância para empreendedor.

A experiência na elaboração de planos de negócios para empreendedores do setor criativo é um processo de aprendizagem tanto para assessor quanto para o assessorado, pois a incubadora AmIC tem em sua formação da equipe de trabalho o diferencial de ter acadêmicos em processo de formação, desde os primeiros períodos até os períodos finais. Desde modo, a incubadora é um espaço de interligação de conhecimentos científicos e empíricos enriquecedores na cidade de Parintins e à medida que este trabalho iniciado chegar aos demais espaços do Baixo Amazonas outros empreendimentos poderão expandir suas potencialidades criadoras no setor da economia criativa.

Como o plano de negócios é um documento usado para descrever seu negócio, sua estrutura é composta de partes que podem ser padronizadas para cada tipo de empreendimento para melhor entendimento. Cada uma das partes do plano tem um objetivo específico. Um plano de negócios para uma pequena empresa pode ser menor que o de uma grande organização, chegando ao máximo de 15 páginas. O plano não é definido de uma única vez, são necessárias muitos encontros, discussões e análises, novas versões e revisões do plano de negócios até que esteja adequado ao público-alvo do mesmo. Não existe uma estrutura rígida e específica para se escrever um plano de negócios, porém, qualquer plano de negócios deve possuir um mínimo de seções as quais proporcionam um entendimento completo do negócio.

As etapas de um plano de negócio que foram realizadas no processo de planejamentos dos empreendimentos assessorados seguem o modelo abaixo elencado, de acordo com Rosa, 2007.

- Sumário Executivo: O sumário executivo é um resumo do **Plano de Negócio**. Não se trata de uma introdução ou justificativa e, sim, de um sumário contendo seus pontos mais importantes, sendo informações do empreendimento, missão, visão, valores, setores de atividade etc.

- Análise de Mercado: uma das partes mais importantes do documento, onde será estudada a concorrência, o público alvo e demais fatores externos.

- Plano de Marketing: Aqui serão descritos os principais produtos que o empreendedor venha a fabricar ou comercializar, e também estratégias de venda e fidelização de clientes.

- Plano Operacional: Por meio do *layout* ou arranjo físico, você irá definir como será a distribuição dos diversos setores da empresa, de alguns recursos (mercadorias, matérias-primas, produtos acabados, estantes, gôndolas, vitrines, prateleiras, equipamentos, móveis, matéria-prima etc.) e local de trabalho dos colaboradores.

- Plano Financeiro: Neste será determinado quando de investimento você irá precisar para dar funcionamento à empresa.

- Anexos: ilustrações, gráficos e cálculos sobre o investimento podem ser adicionados neste tópico, apenas para efeito de informação, não é obrigatório.

Maximiliano (2012) ressalta o plano de negócios como caminho que permite esclarecer qual produto ou serviço o empreendedor pretende fornecer ao mercado e a estratégia para conquistá-lo, considerando as condições necessárias para transformar a ideia em uma empresa em operação. Compreende-se esta ferramenta como estratégia de alta relevância para o próprio empreendedor, podendo ser utilizada como recurso a suprir a necessidade de organização e gestão do empreendimento na obtenção de conhecimento sobre o funcionamento legal e organizacional da empresa, possibilitando até mesmo pleitear financiamentos e gerar novas oportunidades para potenciais investidores, clientes e outros.

3.4. O Plano de Negócios na visão dos empreendedores criativos incubados

O plano de negócios com artesãos empreendedores da Incubadora AmIC, deu-se início primeiramente com oficinas de apresentação do plano, na qual foi apresentado a eles a parte teórica do documento, explicar o seu objetivo, por que fazer, benefícios e a elaboração. Foi um período árduo, visto que os eles não tinham conhecimento sobre essa ferramenta. Logo após essa etapa, seguiu-se então para a elaboração do plano de cada um deles, cada um com seu consultor da Incubadora, já que cada artesão tem atenção exclusiva para sanar dúvidas e aconselhamentos sobre gestão de até dois consultores.

Esse processo está sendo elaborado por etapas para que o empreendedor possa acompanhar o passo a passo e ter total domínio de seu empreendimento com essa nova característica mais técnica, deixando de ser informal e passando a ser formal com objetivos, missão, visão e metas a serem cumpridas, que no princípio parece ser meio complicado, mas no decorrer da elaboração do plano passa a se tornar mais simples.

Como resultado, o Plano de Negócio pôde-se obter uma visão global da percepção dos empreendedores em relação a sua empresa, sobre o mercado e dar ciência a eles sobre suas oportunidades, pontos fortes e fracos para que eles possam usar esse conhecimento ao seu favor. Para isso foi construída uma Análise SWOT que representa o geral sobre suas empresas do ponto de vista interno e externo.

Análise de SWOT			
Fatores Internos		Fatores Externos	
Forças	Fraquezas	Ameaças	Oportunidades
Criatividade	Mão de obra	Concorrência	Festival Folclórico
Matéria-prima	Escassez de recursos	Demanda	Feiras de Exposição
Inovação	Incentivos	Crise econômica	Incubadora
Design	Maquinário	Estrutura	Capacitação de Pessoal

Quadro 01. Análise de SWOT realizada com empreendedores criativos

Fonte: Adaptado de Análise de Swot. Fonte: Incubadora AmIC.

Com a utilização dessa ferramenta que é primordial para o sucesso de um empreendimento que ainda está em estágio inicial, verificou-se que todos os empreendedores assessorados atualmente pela incubadora possuíam poucos conhecimentos com relação a seu empreendimento, assim como seu segmento de atuação e até mesmo sua condição financeira, pois mesmo vendendo seus produtos, ao invés de estarem ganhando, na realidade estavam perdendo dinheiro. Mas após passarem a utilizar o plano obtiveram resultados bem expressivos, pois passaram a ter controle dos seus gastos, visão mais ampla do mercado de atuação, conhecimento do público alvo, conhecimento dos concorrentes, aumento no faturamento das vendas, inovação no produto e organização do local de trabalho. Até o momento estão progredindo gradualmente, o trabalho desenvolvido pela incubadora tem promovido novas perspectivas de geração de trabalho e renda aos empreendedores.

4. Considerações Finais

Atualmente para se realizar qualquer atividade, principalmente no setor financeiro, o mais simples que seja o investimento requer um planejamento prévio para que se possa atingir o objetivo com êxito. Em uma empresa o princípio norteador do empreendimento é a administração dos custos e benefícios a médio e longo prazo. Tudo tem que ser milimetricamente planejado para evitar o erro, e uma empresa bem planejada desde o seu início estará sempre à frente no mercado competitivo, se desenvolvendo com mais chance de ser bem-sucedida em seu setor de atividade produtiva.

A partir desta perspectiva o plano de negócios como um grande agente facilitador na organização empresarial, seja de pequenos ou médios negócios, percebe-se que a execução e controle de uma empresa é o caminho para tomadas de decisão mais eficientes e eficazes, pois como é notório o ambiente em que a empresa está inserida precisa ser conhecido e compreendido pelos sujeitos que a administram cotidianamente.

Portanto, nesse trabalho procurou-se evidenciar a importância do plano de negócios em qualquer tipo de empresa, com ênfase nos empreendimentos criativos

em fase de iniciação em espaço de incubadoras universitárias, como é o caso da incubadora AmIC. Os desafios apontados pelos empreendedores criativos elucidam a necessidade de investimentos locais seja por parte da administração pública municipal e/ou estadual no setor da economia criativa, considerando o grande potencial que os empreendedores criativos de Parintins e outros municípios do Baixo Amazonas possuem ao realizar trabalhos e serviços culturais. Outro elemento primordial é o desenvolvimento de uma cultura empreendedora local como possibilidade de alavancar as ideias criativas com potencial para realização de geração de renda e trabalhos no município.

Referências

ALVES, Murilo Rodrigues. **Brasil é o primeiro em ranking de empreendedorismo**. 29/03/2015 09:42. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/brasil-e-o-primeiro-em-ranking-de-empreendedorismo>. Acesso em: 20/05/2016.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a Teoria Geral da Administração**. 8. ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis, 1971- **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios/ José Carlos Assis Dornelas**. – 3.ed.- Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. – 8ª reimpressão.

ENDEAVOR BRASIL. **Planejamento estratégico: como fazer e por onde começar**. 26, set, 14. Disponível em: Endeavor @ <https://endeavor.org.br/planejamento-estrategico-como-fazer-e-por-onde-comecar/>. Acesso em: 19/05/2016.

LEAN PERFORMANCE. São Paulo, Brasil. info@leanperformance.com Métricas de Sucesso. Seleção e Gestão de Métricas. Disponível: <http://leanperformance.com/pt-br/metricas/> Acesso em: 20/05/2016.

LEMO, Dayse Maria Oslegher. (secretária Estadual de Cultura). **Economia criativa: Estudo da Unesco mostra que 8% da riqueza gerada no mundo têm origem na economia criativa**. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/noticias-sec/-/asset_publisher/QRV5ftQkXuV/content/economia-criativa-132747/10913. Acesso em: 18/05/2016.

MAXIMILIANO, Antônio Cesar Amuru. **Teoria Geral da Administração**. 2. ed. – São Paulo: Atlas, 2012.

ROSA, Claudio Afranio. **Como Elaborar um plano de negócio** – Brasília: SEBRAE, 2007 120 p. : il.

SEBRAE (Org.). GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - Relatório Executivo. 2014**