

PÓS-GRADUAÇÃO SIMONSEN

PLANO DE NEGÓCIO

	RESUMO DO EMPREENDIMENTO
01	EMPREENDIMENTO
02	NEGÓCIO E MERCADO: DESCRIÇÃO
2.1	ANÁLISE MERCADOLÓGICA
2.2	MISSÃO DA EMPRESA
03	CONCORRÊNCIA
04	FORNECEDORES
05	PLANO DE MARKETING
5.1	PLANO DE VENDAS
06	CUSTOS
07	INVESTIMENTO
08	ANÁLISE FINANCEIRA
09	PARCEIROS
10	ETAPAS DO EMPREENDIMENTO

RESUMO DO EMPREENDIMENTO (ou resumo executivo) **(02 páginas no máximo)**

No espaço abaixo, faça um resumo de seu empreendimento, introduzindo objetivos, áreas de interesse, produtos, mercado, concorrentes, metas e quando serão alcançados. Este é o lugar onde você reúne, de maneira resumida, todas as idéias desenvolvidas ao longo do Plano de Negócios. O resumo executivo tem o papel de transformar as partes soltas de sua empresa num todo coerente e objetivo. Apesar de este tópico aparecer em primeiro lugar no Plano de Negócios, deverá ser escrito por último, pois constitui um resumo geral do seu plano.

1 - O EMPREENDIMENTO

Nome do Empreendimento:

Sócios:

1- Definição do Negócio e o perfil dos empreendedores:

2 – O NEGÓCIO

Defina de maneira precisa qual é o seu negócio:

- Qual o tipo de negócio que pensa estabelecer ou reformular?
- Que produto/serviço pensa oferecer?
- O setor é bom para se investir? Por quê?
- Que parte do mercado pensa atender? Há possibilidade de satisfazê-lo?
- Qual o perfil do seu cliente? Quantos são? Onde estão?
- Porque o seu produto ou serviço terá preferência em relação aos outros do mercado?
- Que problema/necessidade seu produto/serviço irá solucionar?
- O que poderá ser feito a partir do seu produto/serviço que antes não era possível fazer?
- Descreva os pontos positivos e negativos em relação ao mercado.

Neste tópico você descreverá o conceito do negócio. Procure listar os benefícios que você oferecerá a seus clientes. Evidentemente, liste também quais necessidades esses benefícios buscam atender. Além dos benefícios que seu futuro negócio oferecerá, mencione de que maneira a empresa pretende atender àquelas necessidades. Você deverá responder

2.1- ANÁLISE MERCADOLÓGICA

- Ambiente do Mercado;
- Definição do produto e Características técnicas do produto;
- Identificação do público alvo/perfil do consumidor potencial;
- Análise competitiva/oportunidades e ameaças;
- Fornecedores;
- Concorrência;
- Espaço de mercado: imediações, Cidade, Estado e Região.

A análise do mercado é a parte mais importante de seu Plano de Negócios, principalmente a análise da clientela. Lembre-se de que a razão de ser de qualquer negócio são os clientes. Nesta parte do plano, provavelmente você deverá realizar pesquisas para conhecer melhor seus clientes potenciais.

Com relação ao estudo de mercado, você deverá analisar:

Clientes:

- Qual o seu perfil, em termos de faixa etária, sexo, nível de escolaridade, nível de renda, região de moradia, estilo de vida, etc.?
- Quais produtos/serviços atendem às suas necessidades?
- Onde efetuam suas compras?
- O que consideram mais importante quando da aquisição dos produtos/serviços (qualidade, higiene, garantia, entrega, atendimento etc.)?
- Com que frequência compram os produtos/serviços?
- Quanto estão dispostos a pagar pelo produto/serviço/
- Quais as principais características que atribuem ao produto ou serviço?

2.2- MISSÃO DA EMPRESA (um parágrafo)

A missão expressa o papel desempenhado pela empresa no ambiente no qual está inserida, representa a identidade da empresa. É a razão de ser da empresa – procura determinar o seu negócio e por que ele existe. Está relacionada aos

propósitos maiores que norteiam os esforços da empresa a longo prazo. A visão da empresa também deverá ser descrita, sendo esta resumida também a um parágrafo no qual é descrito de forma resumida o que a empresa quer tornar-se.

3- CONCORRÊNCIA

- Quais os principais concorrentes? Quantos e quais são?
- Qual o tamanho de seus concorrentes?
- Qual a percentagem que detém? Qual a participação de mercado?
- Qual tamanho em termos de faturamento, número de lojas, número de funcionários?
- Qual a linha de produtos e serviços comercializados?
- Qual o desempenho financeiro? (se possível)
- Descreva os pontos positivos e negativos em relação à concorrência?
- Localização
- Imagem
- Quais as estratégias de comunicação/promoção e preços?
- Aspectos operacionais – horário de funcionamento, entrega, garantia e manutenção, embalagens, outros.
- Qual a política de crédito?

4- FORNECEDORES

- Quem são os seus fornecedores? Quantos e quais são? Onde se localizam?
- Linha de produtos e serviços comercializados.
- Perfil – atividade, localização/distância, produção, principais clientes (podem ser nossos concorrentes?)
- Políticas de atuação – preços, prazos, condições de entrega, garantias etc ...
- Qual a qualidade dos produtos/serviços?
- Você necessitará de insumos importados? Haverá dificuldades em obtê-los? Por quê?
- Que dificuldades que espera encontrar?

5- PLANO DE MARKETING

- Qual o diferencial, a vantagem competitiva?
- Como atrair clientes e se manter no mercado?
- Como será feita sua propaganda?
- Quanto se investirá em publicidade?
- Como o produto será distribuído?
- Quem, realmente, decide pela compra de seu serviço?
- Qual é a potencialidade de vendas de seu serviço?

5.1- PLANO DE VENDAS

- Estratégia geral de vendas
- Distribuição
- Política de preços
- Propaganda e Promoção

- Pós-venda e garantia

Use este tópico para resumir e destacar os principais pontos de sua previsão de vendas. Explique as suas previsões e enfatize os principais pontos que usou.

Após a elaboração desta parte, algumas das principais questões que você deverá estar apto a responder são:

- Qual o segmento e nicho de mercado que pretende atingir?
- Quais as necessidades de seu público-alvo em termos de abrangência de solução e preço?
- Qual a forma de empacotamento?
- A empresa licenciará a tecnologia, produzirá e venderá os produtos, distribuirá no mercado?
- Quais os canais de distribuição?
- Como a empresa posicionará seu produto frente à concorrência?
- A empresa dispõe de material publicitário acerca de seus produtos/serviços?
- Quais os esforços da empresa no sentido de melhorar, manter ou proteger sua imagem?

6- CUSTOS

- Determine uma estimativa dos custos que estarão diretamente envolvidos na produção do seu produto.
- Determine os custos mensais?
- Comente sobre custos críticos do empreendimento, identificando-os.

7- INVESTIMENTO

- Apresenta infra-estrutura necessária para o desenvolvimento do empreendimento, indicando o período de aquisição e o valor dos itens. Inclui o investimento inicial no empreendimento – ativos fixos mais as despesas pré-operacionais. Sob o aspecto econômico-financeiro, o investimento de capital deve submeter-se a uma tríplice exigência: rentabilidade, liquidez e segurança. O orçamento de capital implica em relacionar todos os bens produtivos – com seus respectivos custos, incluindo os de instalação – que deverão ser adquiridos ou arrendados para permitir o desenvolvimento da atividade proposta.

8- ANÁLISE FINANCEIRA

- Investimento inicial;
- Despesas fixas;
- Resultado financeiro projetado;
- Projeção de movimento de caixa;

Após a elaboração desta parte, algumas das principais questões que você deverá estar apto a responder são:

- Quais serão suas fontes financeiras potenciais?
- Qual o montante de recursos que será necessário investir para a concretização do projeto?
- Como serão assegurados os recursos financeiros mínimos ao empreendimento?
- Que montante a empresa espera levantar agora? Quanto mais adiante? Como?

- Quão rentável espera-se que seja o negócio?
- Havendo sócios, como será a participação societária dos sócios?
- Quando a empresa espera tornar-se rentável?
- Elabore uma previsão de entrada e saída de recurso, utilizando os dados já apontados, neste documento.
- Apresente os fatores críticos na estruturação do seu fluxo de caixa.

Projeção de Fluxo de Caixa – Previsão das entradas e saídas de caixa ao longo de um período determinado, visando orientar a gestão financeira da empresa.

Projeção de Demonstração de Resultado – Previsão do resultado ao longo de um período determinado, visando orientar a gestão econômica da empresa.

Estimativa de Capital de Giro – A partir do fluxo de caixa, deve-se estimar o capital de giro necessário ao funcionamento da empresa, abrangendo a gestão dos valores a receber e a pagar, bem como os estoques e provisões.

Estrutura dos Custos e Formação do Preço de Venda – Efetuar avaliação dos custos fixos e custos variáveis da empresa, o que possibilitará formar os preços dos produtos ou serviços e desenvolver controles gerenciais para mediação de custos e produtividade.

Análise Econômico-Financeira do Investimento – Utilizaremos os seguintes indicadores tradicionais que permitem uma visão do negócio, considerando a tríade de exigências (liquidez, segurança e rentabilidade), entre os quais:

- Tempo de Retorno do Investimento (Payback – PB): para análise da liquidez – em quanto tempo o investimento será recuperado;
- Valor Atual Líquido (VAL): para análise da segurança de autofinanciamento – possibilidade do empreendimento gerar fluxo de caixa suficiente para pagar o investimento inicial;
- Taxa Interna de retorno (TIR): para análise da rentabilidade do negócio. Taxa de retorno que o empreendimento deverá oferecer.

Qualquer que seja o instrumento de análise é necessário conhecer um conjunto de variáveis que auxiliarão na análise econômico-financeira da opção de investimento de capital pretendida. Estas variáveis são:

- Investimento Líquido Inicial (ILI): é representado pelo valor total de aquisição dos bens produtivos, incluindo-se todos os custos de instalação que porventura vierem a existir;
- Entradas de caixa líquidas geradas pelo investimento (EC): são resultantes da diferença entre as receitas de vendas projetadas para o período analisado, menos os custos totais destas, incluindo-se os impostos a serem pagos;
- Vida Útil do Projeto (VUP): é uma decisão voluntária, baseada na identificação do possível resultado econômico-financeiro do negócio. Mesmo que se imagine uma vida útil infinita, para fins de estudo, é necessário fixar um horizonte temporal, não muito distante, que permitirá efetuar as análises desejadas e verificar se os empreendimentos são economicamente viáveis. Normalmente, este período pode

coincidir com o tempo de vida útil dos principais ativos produtivo a serem utilizados.

Avaliação Econômica-Financeira do Plano – Ponto de equilíbrio, é o volume de vendas mínimas para que a empresa não tenha prejuízos.

Ponto de Equilíbrio = Custo Fixo x Receita Total/Preço

Rentabilidade é o percentual que representa o quanto mensalmente rende o investimento total.

R% = (Lucro Operacional) x 100 / Investimento fixo + Capital de Giro

Retorno do Investimento representa quantos meses a empresa levará para pagar o investimento realizado.

Retorno = Investimento Fixo + Capital de Giro / Lucro Operacional

9- PARCEIROS

- Existe a intenção de estabelecer alguma parceria? Por quê?
- Como pretende implementá-la?

10- ETAPAS DO EMPREENDIMENTO

Neste aspecto o empresário terá que possuir o conhecimento do funcionamento da empresa, desde a entrada de matéria-prima ou mais insumos até a obtenção dos produtos e serviços finais; engloba, ainda, as questões de tecnologia, layout das instalações e outros aspectos do processo produtivo.

1- Implantação

Tempo necessário para a implantação do empreendimento.

Localização: o empresário terá uma visão geral e detalhada da localização do empreendimento, considerando:

- facilidade de acesso, de comunicação e visibilidade;
- volume de tráfego, local para estacionamento, nível de ruído;
- condições de higiene e segurança;
- proximidade de concorrentes e similares;
- facilidade para aquisição de matéria-prima e recrutamento de mão-de-obra;
- infra-estrutura de serviços – energia elétrica, telefone, gás, água encanada etc.;
- atendimento às possíveis exigências da legislação sobre localização e outros aspectos que poderiam influenciar na operacionalização da empresa.

2- Crescimento

Tempo necessário para o empreendimento se consolidar técnica e financeiramente. Nesta fase o empreendimento deverá contemplar:

- Instalações;
- Recrutamento/treinamento de R.H;
- Cadastramento de serviços;
- Aperfeiçoamento do serviço;
- Identificação de clientes;
- Estratégia de comercialização;
- Capitalização do empreendimento;
- Reavaliação da viabilidade do empreendimento;
- Aperfeiçoamento das instalações físicas.

3 – Consolidação.

É a fase em que o empreendedor se detém ao fortalecimento econômico da empresa. Lembre-se dos seguintes itens:

- Instalações
- Recursos Humanos;
- Produtos em desenvolvimento;
- Treinamento R.H;
- Aperfeiçoamento do serviço;
- Inovação do processo produtivo;
- Novos clientes e consolidações dos atuais;
- Necessidades de capital e fontes de recursos humanos;
- Revisão da estratégia de comercialização;
- Capitalização do empreendimento.

OBSERVAÇÕES IMPORTANTES

- O Plano deverá respeitar as normas da ABNT.
- A formatação deverá ser a mesma de qualquer trabalho acadêmico (capa, folha de rosto, agradecimentos, epígrafe,...). Maiores detalhes, procurar a secretaria da pós-graduação.
- O Plano deve conter em torno de 60 páginas. Não deve ser usado o verso da folha.
- A capa do trabalho final deverá ser adquirida via protocolo e retirada na CAD-Central de Atendimento ao Discente, durante a semana.