

Aula 03

Plano de Negócios

Planejamento

- Planejar significa antecipar a ação que será realizada, estudá-la e definir quais objetivos se quer alcançar.
 - “Todos os planos têm um propósito comum: a previsão, a programação e a coordenação de uma sequência lógica de eventos, os quais, se bem sucedidos, deverão conduzir ao alcance do objetivo que se pretende” (Chiavenato)

Planejamento

GRÁFICO 11 – TAXA DE SOBREVIVÊNCIA DE EMPRESAS DE DOIS ANOS: EVOLUÇÃO NO BRASIL, COM E SEM MEI



Fonte: Sebrae 2016

Planejamento



Planejamento



PLANEJAMENTO

Falta de
planejamento

Não negociou
prazos com
fornecedores

Não obteve
empréstimo em
bancos



CAPACITAÇÃO

Não fez curso
sobre gestão
de negócios

Não investia em
capacitação de
mão de obra



GESTÃO

Não aperfeiçoava
produtos

Não se
atualizava

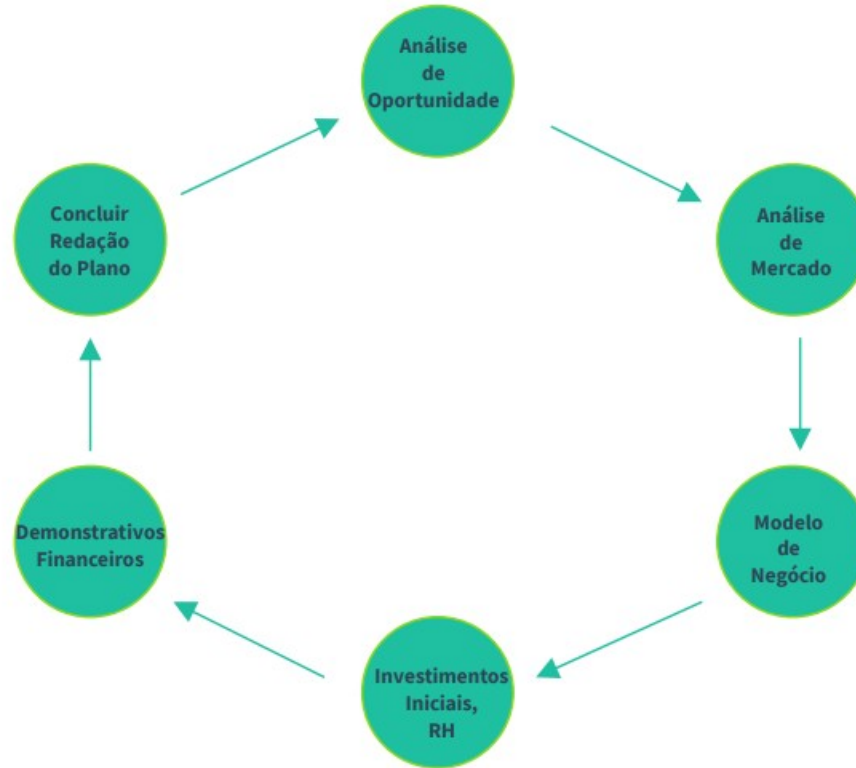
Não acompanhava
despesas
e receitas com
rigor

Produtos sem
diferencial

Planejamento

- O planejamento produz um resultado imediato: O Plano!
- Plano de Negócios é um documento que contém um conjunto de informações sobre o empreendimento a ser criado ou modificado, organizadas de forma a análise de sua viabilidade e os riscos envolvidos, além de facilitar a implantação (Chiavenato, 2012)

Plano de Negócios



Plano de Negócios

- É um documento que descreve quais objetivos de um negócio e o que deve ser feito para alcançar estes objetivos, diminuindo riscos e incertezas
- Ao desenvolver o plano de negócios, o empreendedor se concentra na análise do ambiente, nas estratégias, competências e recursos necessários, além do estudo de viabilidade do modelo de negócio

Plano de Negócios

- Atenção: fazer um plano de negócios não garante o sucesso do mesmo mas, quando bem desenvolvido, aumenta as chances.
- O plano de negócios é uma ferramenta dinâmica, que deve ser utilizada constantemente, pois o ato de planejar é dinâmico e corresponde a um processo cíclico

Plano de Negócios

- **Através de um PN, é possível:**
 - Entender e estabelecer diretrizes para o seu negócio;
 - Gerenciar de forma mais eficaz a empresa e tomar decisões mais acertadas;
 - Monitorar o dia a dia da empresa e tomar ações corretivas quando necessário;
 - Conseguir financiamentos e recursos junto a bancos, governos, investidores, etc;
 - Identificar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo;
 - Estabelecer uma comunicação interna eficaz e convencer o público externo (fornecedores, parceiros, bancos, investidores, etc)

Plano de Negócios

- **Objetivo**

- Testar a viabilidade de um conceito de negócio;
- Orientar o desenvolvimento das operações e estratégicas;
- Atrair recursos financeiros;
- Transmitir credibilidade;
- Desenvolver a equipe de gestão.

Plano de Negócios

- **Interessados:**

- Parceiros: para definição de estratégias;
- Bancos: financiamento para equipamentos, capital de giro, etc.;
- Investidores;
- Fornecedores: negociação na compra e formas de pagamento;
- A empresa internamente: comunicação da gerência com o conselho de administração e com os empregados;

Plano de Negócios

- **Estrutura**

- Não há uma estrutura rígida definida para um PN pois cada negócio tem suas particularidades. Entretanto, algumas seções são imprescindíveis:
 - Sumário Executivo
 - Análise de Mercado
 - Plano de Marketing
 - Plano Financeiro
 - Avaliação Estratégica - SWOT

Plano de Negócios – Sumário Executivo

- Parte inicial do PN, contendo as informações referentes aos pontos mais importantes (um resumo), tais como:
 - Resumo
 - Dados sobre o empreendimento
 - Missão, Visão e Valores
 - Produto / Serviço / Setor de atuação
 - Mercado e qual fatia do mercado será o foco (público-alvo)
 - Capital
 - Fonte de recursos

Plano de Negócios – Análise de Mercado

- É um estudo do público-alvo, considerando suas necessidades, expectativas e comportamento de compra; dos concorrentes e dos fornecedores
- O objetivo é entender o mercado e ter uma ideia do posicionamento de mercado da empresa
- Identificar o que os consumidores estão comprando pode servir de base para promover melhorias e adaptações em seus produtos e serviços, para que fiquem adequados às necessidades desses consumidores

Plano de Negócios – Análise de Mercado

- **Importante: Análise de Concorrentes**

- Concorrentes são empresas que atuam no mesmo segmento de mercado, no mesmo ramo de atividade e atendem ao mesmo público-alvo;
 - Quais são os maiores concorrentes?
 - Que produtos e serviços eles oferecem?
 - Quais os seus pontos fortes e fracos?
 - Que produto dele é concorrente do seu?
 - Esses produtos atendem toda a demanda?
 - Qual o grau de satisfação do cliente?
 - ...

Plano de Negócios – Plano de Marketing

- Mostra à empresa para onde está indo e como chegar lá, e deve identificar oportunidades de negócios e mostrar como conquistá-las. As estratégias de marketing se referem ao composto de marketing ou 4Ps :
 - Produto
 - Preço
 - Praça
 - Propaganda

Plano de Negócios – Plano Financeiro

- **Estratégicos**
 - Estipulam as medidas financeiras planejadas da empresa e o impacto esperado dessas medidas para períodos de 2 a 10 anos
- **Operacionais**
 - Determinam as providências financeiras de curto prazo e o impacto previsto dessas providências

Plano de Negócios – Plano Financeiro

- Investimento total do negócio
 - Investimentos Fixos
 - Gastos com aquisição e instalação de máquinas, equipamentos, móveis, obras, reformas, etc.. Constituem o patrimônio da empresa e podem ser vendidos ou convertidos em dinheiro
 - Capital de Giro Inicial
 - Gastos operacionais necessários para iniciar as atividades da empresa, como por exemplo, aluguel, compra do estoque, material de limpeza, de escritório, etc.
 - Despesas Pré-Operacionais
 - Gastos efetuados antes da empresa começar a funcionar. Exemplos: Registro de marca, registro da empresa, etc.

Plano de Negócios – Plano Financeiro

- Esta seção deve apresentar, em números, todas as ações planejadas para a empresa. Deve conter:
 - Balanço Patrimonial
 - Ponto de Equilíbrio
 - Necessidades de investimento
 - Análise de indicadores financeiros do negócio
 - Prazo de retorno sobre o investimento (Payback)
 - Fluxo de caixa
 - ...

Plano de Negócios – Avaliação Estratégica

- A estratégia começa com metas que são influenciadas por uma percepção do ambiente externo e das capacidades internas da organização



Plano de Negócios – Avaliação Estratégica

Forças



- O que é que faz bem?
- Que recursos únicos pode aproveitar?
- O que é que os outros vêem como suas forças?

Oportunidades



- Que oportunidades tem disponíveis?
- Que tendências/novidades pode você aproveitar?
- Como pode transformar as suas forças em oportunidades?

Fraquezas



- O que é que pode melhorar?
- Onde é que tem menos recursos que os outros?
- O que é que os outros vêem como as suas prováveis fraquezas?

Ameaças



- Que ameaças podem prejudicá-lo?
- O que é que a sua competição anda a fazer?
- As suas fraquezas expõem-no a que possíveis ameaças?