



**Transformando  
ideias em negócios**

**Empreendedorismo**

**10**  
UNIDADE



# O processo empreendedor

Identificar e avaliar a oportunidade criação e abrangência da oportunidade valores percebidos e reais da oportunidade riscos e retornos da oportunidade versus habilidades e metas pessoais situação dos competidores.



Desenvolver o plano de negócios:

1. Sumário executivo;
2. O conceito do negócio;
3. Equipe de Gestão;
4. Mercado e competidores;
5. Marketing e vendas;
6. Estrutura e operação
7. Análise estratégica;
8. Plano Financeiro;
9. Anexos.



Determinar e Captar os recursos necessários recursos pessoais, recursos de amigos e parentes, angels, capitalistas de risco, bancos, governo e incubadoras.



Gerenciar a empresa criada estilo de gestão fatores críticos de sucesso identificar problemas atuais e potenciais implementar um sistema de controle profissionalizar a gestão entrar em novos mercados.

# Como ser bem sucedido

Fatores críticos de sucesso:

- Uma excelente equipe de gestão
- Um bom plano de negócios
- Uma ideia realmente inovadora
- Networking
- Trabalho, trabalho, muito trabalho ...

## 5 objetivos de um PN

- Testar a viabilidade de um conceito <te negócio
- Orientar o desenvolvimento das operações e estratégia
- Atrair recursos \$\$\$
- Transmitir credibilidade
- Desenvolver a equipe de gestão!

# Por que escrever um plano de negócios

- Para entender e estabelecer diretrizes para o seu negócio
- Para gerenciar de maneira mais eficaz a empresa e tomar decisões acertadas
- Para monitorar o dia-a-dia da empresa
- Para conseguir FINANCIAMENTOS e recursos junto a bancos, governo, SEBRAE, investidores etc
- DADOS & FATOS: O Plano de Negócios aumenta em 60% a probabilidade de sucesso dos negócios. (Fonte: Harvard Business School)

# Por que não escrever um plano de negócios

- Eu não necessito de um
- Eu tenho um em minha cabeça “A melhor memória não é firme como o escrito à tinta”(Lao-Tse)
- Eu não sei como começar
- Eu não tenho tempo
- Eu não sou bom com os números ...

## Possíveis públicos alvos de um plano de negócios

- Mantenedores das incubadoras (SEBRAE, FIESP, FIEMG etc)
- Parceiros: para estabelecimento de estratégias conjuntas
- Bancos: para outorgar financiamentos para equipamentos
- Investidores: empresas de capital de risco, pessoas jurídicas, BN DES, governo e outros interessados
- Fornecedores: para outorgar crédito para compra de mercadorias e matéria prima
- A própria empresa: para comunicação interna da Gerência com Conselho de Administração e com os empregados
- Os clientes potenciais: para vender a ideia e o produto/serviço

# O que é um plano de negócios

E uma ferramenta de gestão para:

- aprendizagem e auto conhecimento: organização e explicitação de ideias
- cooperação: comunicação interna
- convencimento: comunicação externa; obtenção de \$\$\$
- navegação: planejamento e monitoração do negócio



# O que contém o plano de negócios de uma empresa

1. Capa
2. Sumário
3. Sumário Executivo
4. Planejamento Estratégico do Negócio
5. Descrição da Empresa
6. Produtos e Serviços
7. Análise de Mercado
8. Estratégias de Marketing
9. Plano Financeiro
10. Anexos

## **Qual o tamanho de um plano de negócios**

- Plano de Negócios completo: 15 a 40 páginas mais anexos.
- Plano de Negócios resumido: 10 a 15 páginas.
- Plano de Negócios Operacional: tamanho variável; uso interno.

# Sumário executivo

- E a parte mais importante do Plano de Negócios
- Deve ser feito por último
- Deve responder às perguntas:

O quê?

Onde?

Por quê?

Quanto?

Como?

Quando?

# O conteúdo do plano

A oportunidade:

- Qual é a oportunidade/mercado?
- Quão grande é esse mercado?
- Quais as tendências desse mercado?
- Qual a velocidade de crescimento?

Análise de mercado

- Qual o segmento de mercado?
- Qual o foco/nicho?
- O que já existe no mercado (produtos/serviços similares)?
- Quais são os competidores?

# O conteúdo do plano

Análise econômica do negócio:

- Margens praticadas
- Lucro potencial
- Custos fixos e variáveis
- O mês do ponto de equilíbrio
- O mês para o fluxo de caixa ficar positivo

O plano de marketing

- Estratégia de marketing
- Posicionamento do produto e serviço
- Preço
- Canais de distribuição
- Como você chegará até seu cliente?
- Publicidade e promoção

# O conteúdo do plano

## O plano de desenvolvimento

- Qual é o estágio atual de desenvolvimento do produto/empresa
- Tempo e recursos necessários para atingir as metas
- Análise de riscos

## Propriedade intelectual

- Você tem patentes?
- Como você compara os competidores neste aspecto?
- Tecnologia (própria ou de outros)

## Operacional

- Ciclo operacional
- Localização e infraestrutura
- Terceiros e parceiros
- Regulamentação e certificações
- Produção

# O conteúdo do plano

## O time

- Perfil de experiência de cada um
- O time é multidisciplinar ou complementar?
- Apoio externo: board, profissionais, professores, consultores...

## Situação atual da empresa

## Projeção para 5 anos

- Demonstrativo de resultados
- Fluxo de caixa
- Balanço

Não esquecer: ponto de equilíbrio, payback, ROI

Não esquecer: mostrar todas as premissas usadas nas projeções

Dinheiro necessário (usos e fontes)

Valuation (qual o valor da sua empresa)

## Dicas finais

- revise o plano (consultores, professores, board)
- mostre o que você está oferecendo
- faça cenários
- faça uma apresentação ppt de 12 slides/15 minutos
- seja objetivo
- use gráficos e tabelas
- evite excessos: coloque em anexo
- faça sua própria planilha (evite formatos padrões de softwares)
- referencie todas os dados que não são seus
- preocupe-se com a aparência do plano
- encaderne de forma que seja de fácil manuseio
- faça várias versões do plano para cada público alvo diferente
- faça ainda um Sumário Executivo Estendido (3 a 5 pg)