

# **ROTEIRO PARA A ELABORAÇÃO DO PROJETO PRÁTICO DE SISTEMAS APLICADOS A NEGÓCIOS**

**TÍTULO DO PROJETO**

RA e nome dos alunos

## Introdução

Diversos roteiros de planos de negócios podem ser encontrados na literatura (livros, artigos, manuais, etc.) ou na internet. No entanto, abaixo é apresentada uma relação de perguntas essenciais de serem respondidas para o desenvolvimento deste projeto.

É de fundamental importância que o grupo tenha engajamento, pois o objetivo é que vocês criem algo real, com tangibilidade.

## Quantidade de alunos

O projeto limita-se ao máximo de 15 alunos por projeto.

## Entregas

Durante as aulas de projeto (pré-aulas), um aluno do grupo deverá realizar, **obrigatoriamente**, uma breve apresentação sobre a evolução do trabalho. Essa apresentação valerá nota que será somada à avaliação do documento e da apresentação final do trabalho.

## Formatação e Referencial Teórico

O documento final deverá seguir os padrões da ABNT (disponível na biblioteca virtual da Uninove, tanto na questão da disposição do texto, como nas citações e referências).

## Desenvolvimento

O texto a ser desenvolvido deverá ser coeso e conciso. Os termos técnicos deverão ser explicados e citados, quando necessário. Considerem que o documento será avaliado por um possível investidor ou sócio, ou seja, deve ser direto e objetivo. Quando necessário, um item deve ser detalhado com profundidade, descrevendo todos os pontos que direcionam para uma tomada de decisão.

A seguir são apresentadas as perguntas que devem ser realizadas para a criação do projeto.

# Relação de Perguntas para o Desenvolvimento

## 1. Descrição do Negócio

- 1.1. Que tipo de negócio está sendo planejado?
- 1.2. Que produtos e serviços serão oferecidos
- 1.3. Por que o novo negócio terá êxito?
- 1.4. Onde pode ser identificada a inovação proposta?

## 2. Perfil dos Empreendedores

- 2.1. Perfil Individual dos sócios e motivação.
- 2.2. Quem administrará o negócio?

## 3. Plano de Marketing

- 3.1. Análise da concorrência - se houver.
- 3.2. Quais os cenários previstos para o setor nos próximos 5 anos?
- 3.3. Quais oportunidades e ameaças?
- 3.4. Quais são seus principais pontos fortes e fracos em comparação com a concorrência?
- 3.5. Quem são seus clientes potenciais? Como eles podem ser segmentados?
- 3.6. Quem são seus concorrentes? Como tem sido o desempenho deles?
- 3.7. Quem serão seus principais fornecedores? Qual o poder de barganha deles?
- 3.8. Qual o posicionamento desejado para sua empresa na mente dos clientes?
- 3.9. Qual será o sistema de distribuição utilizado?
- 3.10. Qual a estratégia de preço a ser adotada?
- 3.11. Quais serão as ações de comunicação?
- 3.12. Como será desenvolvido o design do seu produto?

## 4. Plano Operacional

- 4.1. Aspectos técnicos do negócio.
- 4.2. Aspectos jurídicos do negócio.
- 4.3. Como será composta a equipe: CLT, PJ ou Flex?
- 4.4. Quantos colaboradores e que funções?
- 4.5. Quais as qualificações desejadas para a equipe?
- 4.6. Como definir a remuneração dos colaboradores?
- 4.7. Quais são os consultores ou especialistas necessários?

## 5. Plano Financeiro

- 5.1. Investimento inicial
- 5.2. Estrutura de custos operacionais
- 5.3. Formação do preço de venda
- 5.4. Estimativa das receitas operacionais
- 5.5. Demonstrativo de resultados
- 5.6. Projeção do fluxo de caixa e estimativa de capital de giro
- 5.7. Indicadores de rentabilidade

## O Plano de Negócios, as suas doenças, sintomas e curas

Elaborado por Timmons, New Venture Creation (1990), a tabela a seguir visa dar uma visão geral para a criação do Plano de Negócios.

Planejamento	Sintoma	Curas
Metas irreais	Metas são vagas, gerais. Não são específicas, mensuráveis ou vinculadas a prazos. Falta de sub-metas e passos para a ação. Orientada para a atividade, não para os resultados.	Estabelecer metas específicas, com prazos, sub-metas e passos para a ação. Não perca de vista o objetivo final. Seja oportunista ao perseguir as metas.
Incapacidade de antever obstáculos	Otimismo excessivo. Falta de estratégias alternativas. Conflitos não identificados. “Não se preocupe, eu pensei sobre isto”. Fracasso no cumprimento de prazos. Não procura apoio quando precisa. Crises prevalecem.	Seja flexível no planejamento e na antecipação de obstáculos e na forma de superá-los. Enfrente obstáculos não previstos com confiança, eles sempre existirão. Peça alguém para fazer <i>brainstorming</i> com você: O que pode dar errado e ser um obstáculo? O realismo é a chave.
Falta de pontos de controle, indicadores e de acompanhamento da evolução do negócio	“Isto pode esperar”, “Eu controlo isso de cabeça”. “Eu saberei como estou indo quando chegar lá – vamos tocar de ouvido”. Não sabe realmente como está indo. Orientação para curto prazo. Nenhuma revisão recente do Plano e Negócios.	Estabeleça indicadores e datas de avaliação da evolução do negócio. Reveja-as quando necessário. Pergunte-se a cada dia: o que aprendi que irá me ajudar a progredir mais rapidamente.
Falta de compromisso	“Eu disse que isto não iria dar certo – não era o <i>meu</i> plano”. Adiamentos. Foco nas rotinas diárias. Incapacidade de atingir as metas e cumprir prazos. Falta de prioridades. Não comparecimento a reuniões e compromissos.	Negocie e trabalhe sempre em conjunto: metas, avaliações, informações e dados, compromissos. Reuna-se periodicamente e analise o andamento. Encoraje discussões informais com a equipe, para testar e renovar o comprometimento. Mantenha a equipe informada sobre os resultados obtidos. Reconheça e recompense os desempenhos de alto nível.
Incapacidade de revisar as metas e objetivos	O Plano nunca muda, falta flexibilidade. Inflexibilidade ou teimosia diante de mudanças apontadas por feedback. Não procura ajuda quando necessário. Tempo perdido em tarefas improdutivas. As atividades não atendem às metas prioritárias.	Faça uma revisão periódica das metas, em conjunto. Mude o enfoque ou a ênfase apropriadamente. Crie um clima tolerante às más notícias e incite críticas construtivas e feedback.
Incapacidade de aprender pela própria experiência	Perda de vista das metas. Erro é repetido. Feedback é ignorado ou negado. Mesma rotina – crises idênticas às anteriores. Falta de disposição para mudar a maneira de fazer as coisas. Não se pergunta: O que temos aprendido com base em nossa experiência?”	Melhore os objetivos com base no aprendizado pela experiência. Estabeleça pontos de controle e reavalie periodicamente. Documente ao fim de um projeto, plano, benchmark e cursos as novidades. Pergunte-se: o que aprendemos? Seja flexível diante de eventos imprevistos. Um novo negócio é cheio de surpresas. Concentre-se na produção de resultados e não nos relatórios.

# Bibliografia

\_\_\_\_\_. Disponível em: <

[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf)>. Acesso em 9 de abril de 2016;

CERTO, S. C. *Administração Estratégica: planejamento e implantação de estratégias*. 3. ed. São Paulo: Pearson Education, 2010.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2005.

DIAS, S. R. (Org.). *Gestão de Marketing*. Professores do Departamento de Mercadologia da FGV-EASP e Convidados, São Paulo: Atlas, 2005.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. 30. ed. rev. e atual. São Paulo: Editora Cultura, 2005.

DOLABELA, Fernando. *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Cultura, 2000.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando**

**ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

ESTADÃO. Por que o fundador da Victoria's Secrets se suicidou? Disponível em: <<http://pme.estadao.com.br/noticias/noticias,por-que-o-fundador-da-victorias-secre-t-se-suicidou-sobre-mercenarios-e-missionarios,4219,0.htm>>.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

MOREIRA, J. C. T. (Org.). *Gerência de Produtos*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. Disponível em:

<[http://www.sebraesp.com.br/arquivos\\_site/biblioteca/EstudosPesquisas/mortalidade/mortalidade\\_12\\_anos.pdf](http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/mortalidade/mortalidade_12_anos.pdf)>. Acesso em 8 de abril de 2016.

WRIGHT, P.; KROLL, M. J.; PARNELL, J. *Administração Estratégica: Conceitos*, São Paulo: Atlas, 2000.