

J&L MANAGEMENT

Elaborado por: João Victor Ferreira Borges

Data criação: 14/05/2018 21:42

Data Modificação: 27/06/2018 20:34

Tipo Empresa: Estudantil

- 1 - Sumário Executivo
 - 1.1 - Resumo
 - 1.2 - Dados dos empreendedores
 - 1.3 - Missão da empresa
 - 1.4 - Setores de atividade
 - 1.5 - Forma jurídica
 - 1.6 - Enquadramento tributário
 - Âmbito federal
 - 1.7 - Capital social
 - 1.8 - Fonte de recursos
- 2 - Análise de mercado
 - 2.1 - Estudo dos clientes
 - 2.2 - Estudo dos concorrentes
 - 2.3 - Estudo dos fornecedores
- 3 - Plano de marketing
 - 3.1 - Produtos e serviços
 - 3.2 - Preço
 - 3.3 - Estratégias promocionais
 - 3.4 - Estrutura de comercialização
 - 3.5 - Localização do negócio
- 4 - Plano operacional
 - 4.1 - Leiaute
 - 4.2 - Capacidade instalada
 - 4.3 - Processos operacionais
 - 4.4 - Necessidade de pessoal
- 5 - Plano financeiro
 - 5.1 - Investimentos fixos
 - 5.2 - Estoque inicial
 - 5.3 - Caixa mínimo
 - 5.4 - Investimentos pré-operacionais
 - 5.5 - Investimento total
 - 5.6 - Faturamento mensal
 - 5.7 - Custo unitário
 - 5.8 - Custos de comercialização
 - 5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV
 - 5.10 - Custos de mão-de-obra
 - 5.11 - Custos com depreciação
 - 5.12 - Custos fixos operacionais mensais
 - 5.13 - Demonstrativo de resultados
 - 5.14 - Indicadores de viabilidade
- 6 - Construção de cenário
 - 6.1 - Ações preventivas e corretivas
- 7 - Avaliação estratégica
 - 7.1 - Análise da matriz F.O.F.A
- 8 - Avaliação do plano
 - 8.1 - Análise do plano

1 - Sumário Executivo

1.1 - Resumo

O nosso projeto tem como objetivo gerenciar o estoque de uma determinada empresa, trazendo a empresa mais otimização do tempo de trabalho.

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 38.973,81
Lucratividade	54,38 %
Rentabilidade	5.907,74 %
Prazo de retorno do investimento	1 meses

1.2 - Dados dos empreendedores

Nome:	Leandro do Carmo Silveira		
Endereço:	Praça José Emiliano Dias, 87		
Cidade:	Ponte Nova	Estado:	Minas Gerais
Perfil:			
Estudante, Comerciante, Proativo, Criativo, Inteligente.			
Atribuições:			
CEO / Co-Fundador			

Nome:	João Victor Ferreira Borges		
Endereço:	Praça José Emiliano Dias, 87		
Cidade:	Ponte Nova	Estado:	Minas Gerais
Perfil:			
Estudante, Experiencia em Vendas, Proativo, Criativo			
Atribuições:			
CEO / Co-Fundador			

1.3 - Missão da empresa

Proporcionar ao cliente maior controle, segurança e facilidade ao gerenciar sua empresa.

1.4 - Setores de atividade

[] Agropecuária

[x] Comércio

[] Indústria

[] Serviços

1.5 - Forma jurídica

() Empresário Individual

() Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI

() Microempreendedor Individual – MEI

(x) Sociedade Limitada

() Outros:

1.6 - Enquadramento tributário

Âmbito federal

Regime Simples

(x) Sim

() Não

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

PIS – Contribuição para os Programas de Integração Social

COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CSLL – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados (apenas para indústria)

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

ISS - Imposto sobre Serviços

1.7 - Capital social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Leandro do Carmo Silveira	R\$ 950,41	50,00
2	João Victor Ferreira Borges	R\$ 950,41	50,00
Total		R\$ 1.900,82	100,00

1.8 - Fonte de recursos

Recursos próprios.

2 - Análise de mercado

2.1 - Estudo dos clientes

Público-alvo (perfil dos clientes)

Empresas interessadas em gerenciar seu estoque de forma organizada e segura.

Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

Ter maior controle, segurança e agilidade ao gerenciar o estoque da empresa.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

Microempresas.

2.2 - Estudo dos concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
Gestão Click	Empresa já se destaca no mercado. Conhecida no território nacional. Possui pacotes mais completos.	Planos que variam de R\$50,00 à R\$300,00	Valores mensais.	Belo Horizonte, MG	Online	Gerenciamento da empresa

Conclusões

Apesar de ser um concorrente forte, possuímos funcionalidades, público alvo, preço e atendimento diferenciados. Dedicaremos ao sucesso futuro do produto visando um campo mais amplo no mercado, desenvolver novas funcionalidades e trazer mais praticidade aos clientes.

2.3 - Estudo dos fornecedores

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	Criação e desenvolvimento de identidade visual;	Consultoria	R\$1500,00	10x sem juros	30 dias	Ponte Nova, MG

3 - Plano de marketing

3.1 - Produtos e serviços

Sistema de gerenciamento de estoque e assistência técnica ao mesmo.

Nº	Produtos / Serviços
1	Plano Mensal
2	Plano Semestral
3	Plano Anual

3.2 - Preço

Iremos determinar preços na venda do produto, treinamento de usuários e novas funcionalidades do sistema.

3.3 - Estratégias promocionais

Utilizaremos como atrativo aos clientes a implementação de novas funcionalidades com preços promocionais. Caso o cliente durante a negociação feche o pacote do produto e do treinamento de usuários, iremos fornecer duas atualizações gratuitas. Iremos divulgar através de redes sociais, canais de comunicação do município, jornal super notícias, ifmg pra você, panfletos, cartões de visita e outdoor.

3.4 - Estrutura de comercialização

Visita a pequenas e médias empresas para apresentação do produto e serviços da J&L MANAGEMENT. A venda será feita pessoalmente e as solicitações das visitas podem ser efetuadas através dos canais de comunicações disponibilizados (WhatsApp, E-mail, Telefone e as demais Redes Sociais).

3.5 - Localização do negócio

Endereço:	Praça José Emiliano Dias - 87
Bairro:	Centro
Cidade:	Ponte Nova
Estado:	Minas Gerais
Fone 1:	(31) 8844-5031
Fone 1:	(31) 9733-5385
Fax:	() -

Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:

Escolhemos a localização atual devido ao grande fluxo de pessoas e por ser um polo focado no desenvolvimento.

4 - Plano operacional

4.1 - Leiaute



4.2 - Capacidade instalada

Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?

Inicialmente iremos focar em uma empresa (Joalheria Pontual), mas pretendemos iniciar em outras empresas da região para fases de teste do sistema.

4.3 - Processos operacionais

A empresa surge a partir do projeto pronto. A partir disso a empresa irá realizar treinamento para os responsáveis pela instalação do produto, iremos efetuar assistência técnica de forma remota e presencial.

4.4 - Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	CEO	Conhecimento na área de programação em JAVA, trabalho em equipe, resolutividade, autoconfiança.
2	CEO	Conhecimento na área de programação em JAVA, autoconfiança, trabalho em equipe, resolutividade.

5 - Plano financeiro

5.1 - Investimentos fixos

A – Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (A)				R\$ 0,00

B – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Nobreak	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
2	Roteador	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
3	Impressora	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
SUB-TOTAL (B)				R\$ 220,00

C – Equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (C)				R\$ 0,00

D – Móveis e Utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Mesa	2	R\$ 30,00	R\$ 60,00
2	Cadeira	2	R\$ 90,00	R\$ 180,00
SUB-TOTAL (D)				R\$ 240,00

E – Veículos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (E)				R\$ 0,00

F – Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Principal ferramenta de trabalho.	2	R\$ 400,00	R\$ 800,00
SUB-TOTAL (F)				R\$ 800,00

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):	R\$ 1.260,00
---	---------------------

5.2 - Estoque inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Papel A4	50	R\$ 0,04	R\$ 2,00
2	Cartões de visita	200	R\$ 0,09	R\$ 18,00
3	Panfletos	200	R\$ 0,25	R\$ 50,00
4	Toner	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
5	Luz	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
6	Água	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
7	Internet	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
TOTAL (A)				R\$ 320,00

5.3 - Caixa mínimo

1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Venda do software	100,00	30	30,00
Prazo médio total			30

2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
Mão de obra	100,00	30	30,00
Prazo médio total			30

3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	
Numero de dias	1

4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	30
2. Estoques – necessidade média de estoques	1
Subtotal Recursos fora do caixa	31
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	30
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	30
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	1

Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 2.177,16
2. Custo variável mensal	R\$ 2.347,14
3. Custo total da empresa	R\$ 4.524,30
4. Custo total diário	R\$ 150,81
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	1
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 150,81

Capital de giro (Resumo)

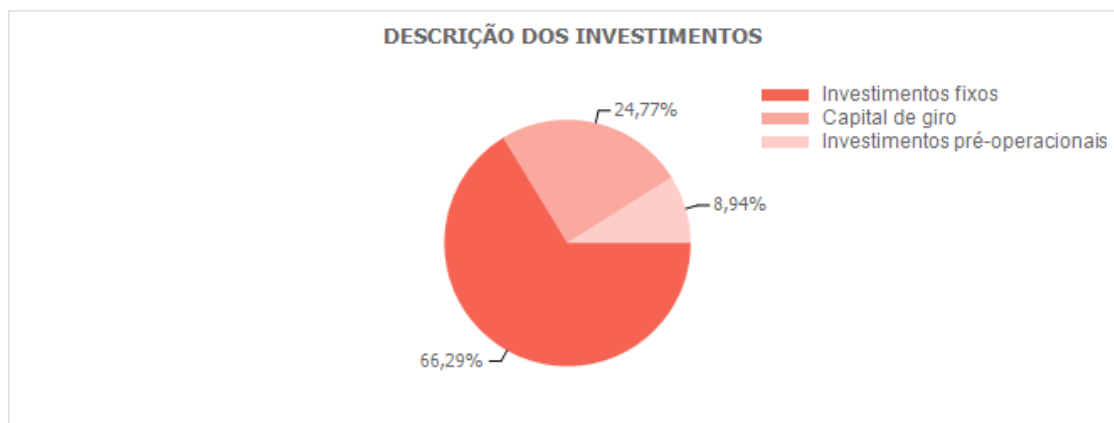
Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 320,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 150,81
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 470,81

5.4 - Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 0,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 0,00
Divulgação de Lançamento	R\$ 150,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 0,00
Outras despesas	R\$ 20,00
TOTAL	R\$ 170,00

5.5 - Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 1.260,00	66,29
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 470,81	24,77
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 170,00	8,94
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 1.900,81	100,00



Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 1.900,81	100,00
Recursos de terceiros	R\$ 0,00	0,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 1.900,81	100,00



5.6 - Faturamento mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de)	Preço de Venda Unitário	Faturamento Total (em R\$)
----	-----------------	-------------------------------	----------------------------	-------------------------------

		Vendas)	(em R\$)	
1	Plano Mensal	30	R\$ 144,00	R\$ 4.320,00
2	Plano Semestral	15	R\$ 120,00	R\$ 1.800,00
3	Plano Anual	10	R\$ 100,00	R\$ 1.000,00
TOTAL				R\$ 7.120,00

Projeção das Receitas:

() Sem expectativa de crescimento

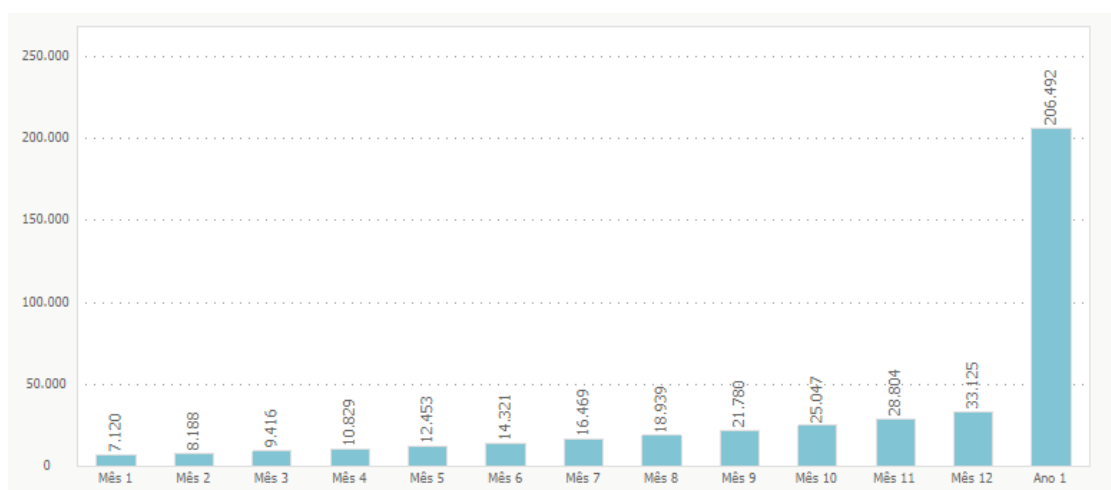
(x) Crescimento a uma taxa constante:

15,00 % ao mês para os 12 primeiros meses

99,99 % ao ano a partir do 2º ano

() Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 7.120,00
Mês 2	R\$ 8.188,00
Mês 3	R\$ 9.416,20
Mês 4	R\$ 10.828,63
Mês 5	R\$ 12.452,92
Mês 6	R\$ 14.320,86
Mês 7	R\$ 16.468,99
Mês 8	R\$ 18.939,34
Mês 9	R\$ 21.780,24
Mês 10	R\$ 25.047,28
Mês 11	R\$ 28.804,37
Mês 12	R\$ 33.125,03
Ano 1	R\$ 206.491,87



5.7 - Custo unitário

Produto: Plano Mensal

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Sistema	1	R\$ 49,00	R\$ 49,00
TOTAL			R\$ 49,00

Produto: Plano Semestral

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Sistema	1	R\$ 39,00	R\$ 39,00
TOTAL			R\$ 39,00

Produto: Plano Anual

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Sistema	1	R\$ 29,00	R\$ 29,00
TOTAL			R\$ 29,00

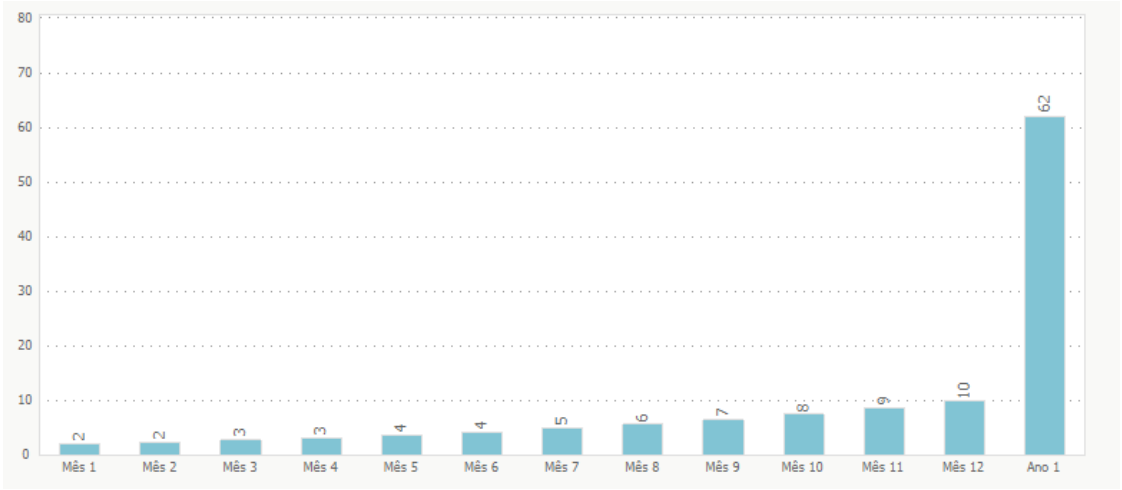
5.8 - Custos de comercialização

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	0,00	R\$ 7.120,00	R\$ 0,00
Comissões (Gastos com Vendas)	0,01	R\$ 7.120,00	R\$ 0,71
Propaganda (Gastos com Vendas)	0,01	R\$ 7.120,00	R\$ 0,71
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	0,01	R\$ 7.120,00	R\$ 0,71

Total Impostos	R\$ 0,00
Total Gastos com Vendas	R\$ 2,14
Total Geral (Impostos + Gastos)	R\$ 2,14

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 2,14
Mês 2	R\$ 2,46
Mês 3	R\$ 2,83
Mês 4	R\$ 3,25
Mês 5	R\$ 3,74

Mês 6	R\$ 4,30
Mês 7	R\$ 4,95
Mês 8	R\$ 5,69
Mês 9	R\$ 6,55
Mês 10	R\$ 7,53
Mês 11	R\$ 8,66
Mês 12	R\$ 9,96
Ano 1	R\$ 62,06

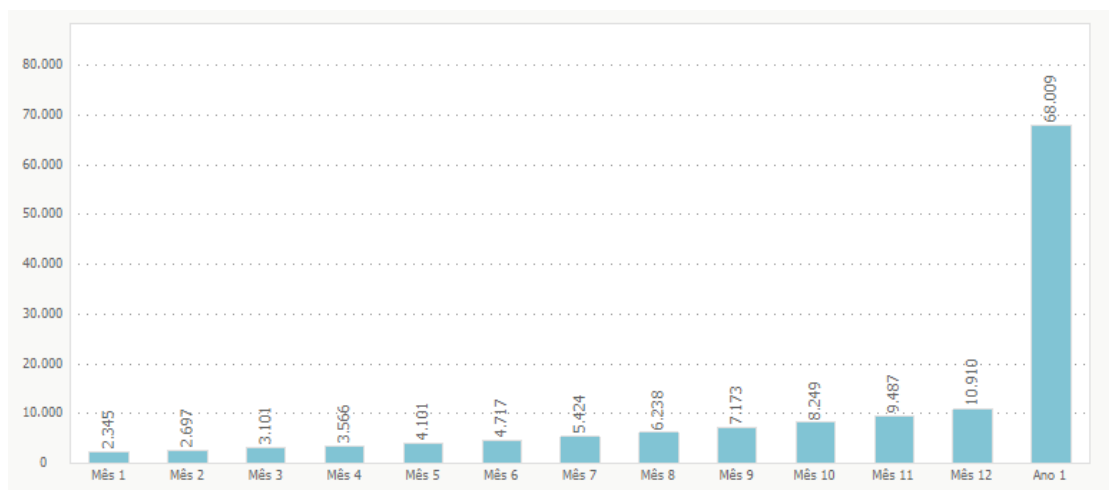


5.9 - Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Plano Mensal	30	R\$ 49,00	R\$ 1.470,00
2	Plano Semestral	15	R\$ 39,00	R\$ 585,00
3	Plano Anual	10	R\$ 29,00	R\$ 290,00
TOTAL				R\$ 2.345,00

Período	CMD/CMV
Mês 1	R\$ 2.345,00
Mês 2	R\$ 2.696,75
Mês 3	R\$ 3.101,26
Mês 4	R\$ 3.566,45
Mês 5	R\$ 4.101,42
Mês 6	R\$ 4.716,63

Mês 7	R\$ 5.424,13
Mês 8	R\$ 6.237,75
Mês 9	R\$ 7.173,41
Mês 10	R\$ 8.249,42
Mês 11	R\$ 9.486,83
Mês 12	R\$ 10.909,86
Ano 1	R\$ 68.008,91



5.10 - Custos de mão-de-obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
CEO	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.000,00
CEO	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.000,00
TOTAL	2		2.000,00		R\$ 0,00	R\$ 2.000,00

5.11 - Custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$ 220,00	10	R\$ 22,00	R\$ 1,83
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	R\$ 240,00	10	R\$ 24,00	R\$ 2,00
COMPUTADORES	R\$ 800,00	5	R\$ 160,00	R\$ 13,33
Total			R\$ 206,00	R\$ 17,16

5.12 - Custos fixos operacionais mensais

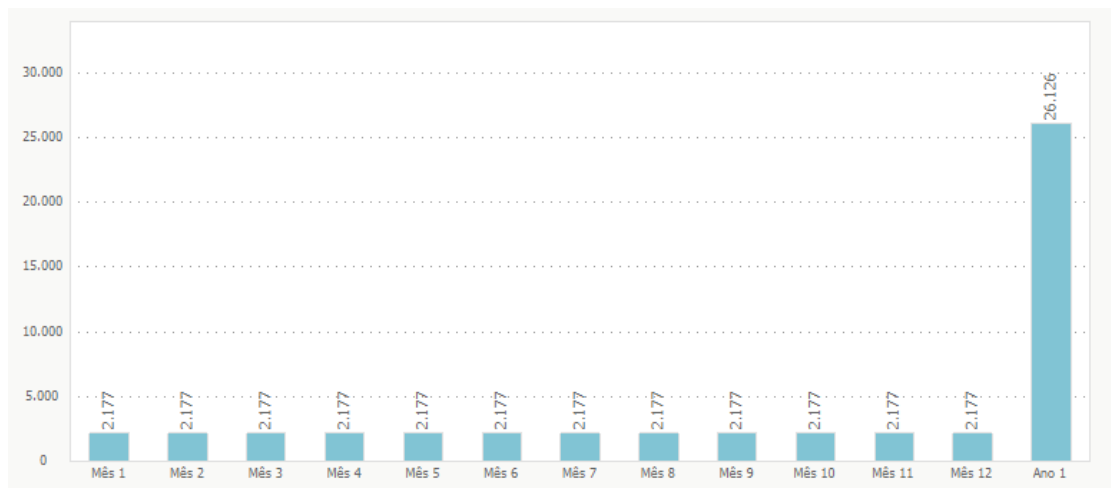
Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 0,00
Condomínio	R\$ 0,00
IPTU	R\$ 0,00
Energia elétrica	R\$ 0,00
Telefone + internet	R\$ 0,00
Honorários do contador	R\$ 0,00
Pró-labore	R\$ 0,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 0,00
Salários + encargos	R\$ 2.000,00
Material de limpeza	R\$ 60,00
Material de escritório	R\$ 100,00
Taxas diversas	R\$ 0,00
Serviços de terceiros	R\$ 0,00
Depreciação	R\$ 17,16
Contribuição do Microempreendedor Individual – MEI	R\$ 0,00
Outras taxas	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 2.177,16

Projeção dos Custos:

- (x) Sem expectativa de crescimento
- () Crescimento a uma taxa constante:
 0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses
 0,00 % ao ano a partir do 2º ano
- () Entradas diferenciadas por período

Período	Custo Total
Mês 1	R\$ 2.177,16
Mês 2	R\$ 2.177,16
Mês 3	R\$ 2.177,16
Mês 4	R\$ 2.177,16
Mês 5	R\$ 2.177,16
Mês 6	R\$ 2.177,16
Mês 7	R\$ 2.177,16
Mês 8	R\$ 2.177,16
Mês 9	R\$ 2.177,16

Mês 10	R\$ 2.177,16
Mês 11	R\$ 2.177,16
Mês 12	R\$ 2.177,16
Ano 1	R\$ 26.125,92

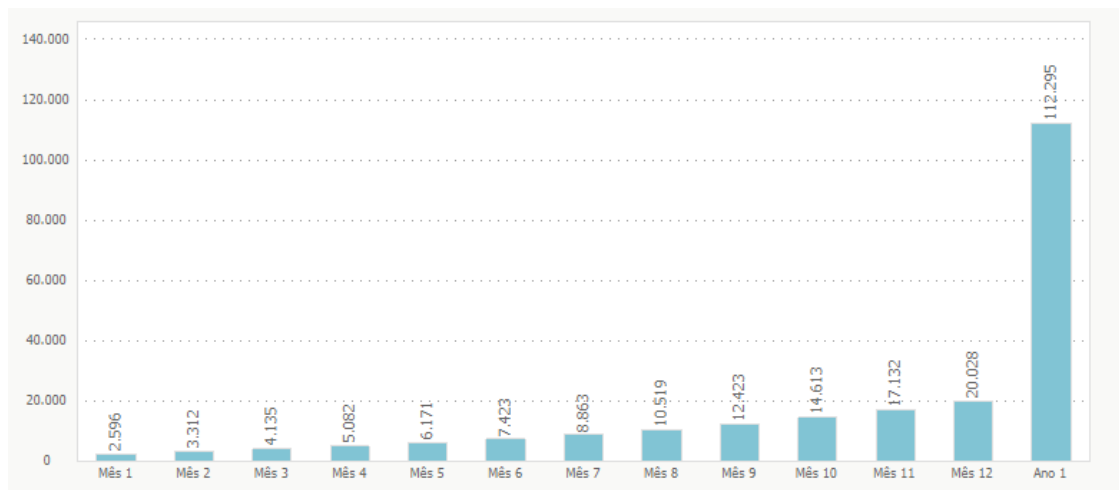


5.13 - Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 7.120,00	R\$ 206.491,86	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 2.345,00	R\$ 68.008,91	32,94
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 2,14	R\$ 62,06	0,03
Total de custos Variáveis	R\$ 2.347,14	R\$ 68.070,97	32,97
3. Margem de Contribuição	R\$ 4.772,86	R\$ 138.420,89	67,03
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 2.177,16	R\$ 26.125,92	30,58
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$ 2.595,70	R\$ 112.294,98	36,46

Período	Resultado
Mês 1	R\$ 2.595,70
Mês 2	R\$ 3.311,63
Mês 3	R\$ 4.134,95
Mês 4	R\$ 5.081,76
Mês 5	R\$ 6.170,60
Mês 6	R\$ 7.422,77

Mês 7	R\$ 8.862,76
Mês 8	R\$ 10.518,74
Mês 9	R\$ 12.423,13
Mês 10	R\$ 14.613,17
Mês 11	R\$ 17.131,72
Mês 12	R\$ 20.028,05
Ano 1	R\$ 112.294,98



5.14 - Indicadores de viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 38.973,81
Lucratividade	54,38 %
Rentabilidade	5.907,74 %
Prazo de retorno do investimento	1 meses

6 - Construção de cenário

6.1 - Ações preventivas e corretivas

Receita (pessimista) 1 %	Receita (otimista) 1 %
--------------------------	------------------------

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1. Receita total com vendas	R\$ 7.120,00	100,00	R\$ 7.048,80	100,00	R\$ 7.191,20	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 2.345,00	32,94	R\$ 2.321,55	32,94	R\$ 2.368,45	32,94
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00	R\$ 0,00	0,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 2,14	0,03	R\$ 2,12	0,03	R\$ 2,16	0,03
Total de Custos Variáveis	R\$ 2.347,14	32,97	R\$ 2.323,67	32,97	R\$ 2.370,61	32,97
3. Margem de contribuição	R\$ 4.772,86	67,03	R\$ 4.725,13	67,03	R\$ 4.820,59	67,03
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 2.177,16	30,58	R\$ 2.177,16	30,89	R\$ 2.177,16	30,28
Resultado Operacional	R\$ 2.595,70	36,46	R\$ 2.547,97	36,15	R\$ 2.643,43	36,76

Ações corretivas e preventivas:

7 - Avaliação estratégica

7.1 - Análise da matriz F.O.F.A

	FATORES INTERNOS	FATORES EXTERNOS
PONTOS FORTES	FORÇAS Manutenção. Segurança. Confiança. Praticidade. Atendimento personalizado.	OPORTUNIDADES Aproveitar da falta de conhecimento em relação ao armazenamento em núvem. Disponibilizar acesso a empresas que necessitam controlar e organizar seus produtos de forma pratica e confiável.
PONTOS FRACOS	FRAQUEZAS Disponibilidade de tempo. Inexperencia. Disponibilidade de recursos. Falta de escalonamento do produto.	AMEAÇAS Sistema de Gerenciamento Online. Concorrentes em escala. Atendimento.

Ações:

Fornecer atendimento personalizado ao cliente para compensar o custo mais elevado do produto e desenvolver atrativos para que o cliente se interesse pelo serviço oferecido. Como medida preventiva iremos providenciar parceiros para redução de custo do serviço para com o cliente assim melhorando o proprio serviço oferecido para maior satisfação do cliente e aumentando a aquisição de clientes para o futuro escalonamento do serviço.

8 - Avaliação do plano

8.1 - Análise do plano

Esse Plano de Negócio nos apresentou diversas falhas no produto que estamos desenvolvendo com relação ao mercado, ao cliente e a nós mesmos quanto à expectativa do que o produto possivelmente renderia e como o mesmo se valorizaria. No entanto, conseguimos achar um ponto de equilíbrio determinando a forma em como cobrar o serviço e como desenvolver o mesmo para reduzir os custos. Planejamos o marketing necessário para atrair e fidelizar os clientes, atingir as expectativas financeiras, almejando alcançar o auge que visamos com o produto. Diante do exposto consideramos o negócio viável e promissor.

Termo de Aceite

SOFTWARE CEPN 3.0 - COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIO

O software tem como objetivo oferecer uma ferramenta simples e prática para a elaboração de um plano de negócios. Criar uma empresa é um desafio e o plano de negócios, enquanto instrumento de planejamento, é adotado em todo o mundo, por diversas instituições e por empresas dos mais diversos porte e setores.

Um plano de negócios tem como proposta fazer com que o empreendedor seja capaz de estimar se, a partir da sua visão de futuro, experiência e conhecimento de mercado, seu projeto é viável ou não. Apesar de não eliminar totalmente os riscos, evita que erros sejam cometidos pela falta de análise.

O sistema foi preparado para orientá-lo no preenchimento de cada seção do plano a partir das informações coletadas por você. Para ajudá-lo, a ferramenta explica as etapas do plano, apresentando dicas, alertas e recomendações. Os exemplos disponibilizados são fictícios, de natureza pedagógica e trazem informações e valores meramente ilustrativos.

Informações Gerais

- Um plano de negócios não garante por si só o sucesso de uma empresa. Fatores externos também influenciam o negócio, portanto monitore ameaças e oportunidades.
- Fatores internos também determinam a existência e o crescimento de uma empresa. Esses fatores estão sob controle do empreendedor e são relacionados à implantação de controles e à uma gestão eficiente.
- Informação é a matéria-prima para qualquer ação de planejamento e quanto mais precisa for, maior será a qualidade do plano de negócios. Portanto, leia revistas especializadas, consulte associações e entidades do seu segmento, participe de feiras e cursos, faça pesquisas na Internet, converse com outros empresários, clientes, fornecedores e especialistas (consultores, contabilistas, advogados, etc.).
- O plano de negócio deve ser revisado periodicamente, pois é flexível e está sujeito a ajustes em função das mudanças no mercado ou do ambiente interno da empresa.
- Apesar do plano ser um instrumento de gestão importante, há outras ferramentas que devem ser utilizadas por você na administração da empresa.
- O plano de negócios pode ser solicitado por uma instituição financeira ou por um investidor para a captação de recursos. Entretanto, este plano não assegura a obtenção dos recursos em si, pois cada instituição tem processos próprios, requisitos e exigências.
- Um plano de negócio pode ser utilizado para obter sócios e investidores, estabelecer parcerias com fornecedores e clientes ou mesmo buscar recursos. Porém, o usuário mais importante do plano de negócios é o próprio empreendedor.

Tenho ciência e concordo com os termos acima.

João Victor Ferreira Borges