

Agora que já falamos sobre Empreendedorismo, perfil do empreendedor, seus mitos desenvolvimento econômico, e identificação de oportunidades, vamos falar sobre o desenvolvimento de negócios. Então ai vai a primeira pergunta: Você sabe o que é um **Plano de Negócios**?

3

Responda rápido à pergunta:

Você investiria na ideia de criação de um mecanismo de busca e comparação de produtos na internet que listasse as lojas e os respectivos preços?

Se afirmativo, quanto você investiria? Sabendo que quem vai desenvolver essa ideia são jovens com menos de 24 anos, de classe média alta e estudantes sem nenhuma experiência profissional anterior?

Esta foi a História verídica do site
Buscapé. Apesar de inicialmente estes
jovens não terem feito nenhum
planejamento, dificilmente em um
segundo momento, alguém iria investir
em uma empresa sem um Plano de
Negócios concreto!

4



Segundo Dornelas (2008) "o Plano de Negócios (business plan) é parte fundamental do processo empreendedor". Todos precisam saber o que fazer, principalmente porque conhecidas as etapas torna-se mais fácil elaborar estratégias que melhor assegurem a realização dessas tarefas dentro do prazo e, com a qualidade desejada. Daí, nada melhor que um bom plano. E saber planejar é algo que poucos, mas muito poucos sabem fazer.

6 7

O Plano de negócios é um documento que serve para descrever o negócio, o modelo e forma de operação que o sustenta. E busca responder as seguintes perguntas:

1. Em que negócio você está?
2. O que você (realmente) vende?
3. Qual é o seu mercado-alvo?

Bangs (2009)

A principal finalidade de um bom plano de negócios é servir de ferramenta de gestão com múltiplas aplicações, ser a base de todo o planejamento. Segundo pesquisas realizadas pelo SEBRAE, a falta de planejamento aparece em primeiro lugar como a principal razão para o insucesso.

"Um plano de negócios pode dar ao empresário mais conforto e segurança nas decisões a serem tomadas. O plano funciona como um mapa para que o empresário possa consultar o caminho pelo qual deve seguir, tornando mais fácil colocar a empresa nos trilhos, caso ela deslize.". Administradores.com Principais armadilhas no gerenciamento do dia a dia de pequenas empresas:

- Falta de experiência;
- Atitudes erradas:
- Falta de dinheiro:

11

- Localização errada;
- Expansão não explicada;
- Gerenciamento incorreto do inventário;
- Difícil obtenção de crédito;
- Uso de grande parte dos recursos do dono

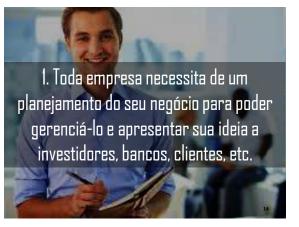
Bangs (2009)

10

Como então evitar essas armadilhas?
A melhor resposta é:
Planeje antes!
A ação de planejar não é algo fácil,
principalmente ao brasileiro. Mas para
que o negócio tenha mais chances de dar
certo é necessário planejamento



12 13



2. Toda entidade provedora de financiamento, fundos e outros recursos financeiros necessita de um plano de negócios da empresa requisitante para poder avaliar os riscos inerentes ao negócio.

14 15

3. Poucos empresários sabem como escrever adequadamente um bom plano de negócios.

A maioria são micros e pequenos empresários que não têm conceitos básicos de planejamento, vendas, marketing, fluxo de caixa, ponto de equilíbrio, projeções de faturamento, Tomada de Decisão etc. Quando entendem o conceito, geralmente não conseguem coloca-lo objetivamente em um plano de negócios.

Com o Plano de Negócios é possível:

- Entender e estabelecer diretrizes para o negócio;
- Gerenciar de forma mais eficaz a empresa e tomar decisões acertadas;
- Monitorar o dia a dia da empresa e tomar ações corretivas quando necessário;
- Conseguir financiamento e recursos junto a bancos, governo, SEBRAE, investidores, capitalistas de risco;
- Identificar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo para a empresa.

Dornelas (2008)

16

### Estrutura básica de um Plano de Negócios

- Sumário Executivo
- Análise Estratégica (missão e visão)
- Descrição do Negócio
- Descrição dos Produtos/Serviços
- Ger. da organização, pessoal e Sist. de informação
- · Análise de Mercado
- Descrição da indústria/tendências
- Estratégia de Marketing (Plano de MKT e vendas)
- Plano Financeiro
- Anexos

Sumário Executivo

- Resumo "vendedor" é a síntese do plano e deve conter o necessário de informação para indicar sua abrangência e profundidade.
- Parte é fundamental e deve somente ser escrita após o término do trabalho para permitir nela figurarem a informação completa sobre a abrangência do trabalho.
- Reflete a inspiração que nasce da transpiração.
- Descreve o que é importante para o seu negócio

18

3

19

#### Análise Estratégica

- Aqui estão apresentados os rumos da empresa:
  - Visão e Missão: Articulam as diferentes formas de "ver" o negócio, visão de mundo, contexto externo, tendências, cultura(s), visão do negócio, o processo de criação de valor, "o que é feito", visão da empresa: a organização, sua imagem/posição.
- É aqui serão apresentados os objetivos e metas do novo negócio.

Descrição do Negócio

• Descreva a empresa, seu histórico (se houver), crescimento, faturamento,

• Razão social, impostos, estrutura organizacional e legal, localização, parcerias, certificações necessárias, terceiros, etc.

• Quanto mais detalhes relevantes melhor.

Gerenciamento da organização, pessoal

e sistemas de informação

• Como é o processo produtivo da empresa. Pontos fracos,

Habilidades, qualificações e nível educacional das pessoas

chave de seu negócio e que vão conduzi-lo ao sucesso;

proprietários, diretores, gerentes e pessoas chave;
Programa de desenvolvimento e treinamento previsto;

Sistemas de informação que serão implantados na

Inclua um currículo resumido dos fundadores,

empresa para suporte a tomada de decisão

fortes e forca motriz:

21

20

# Descrição dos Produtos/Serviços

- Como são produzidos, quais os recursos e processos utilizados;
- O ciçlo de vida de cada um deles
- Fatores tecnológicos envolvidos, pesquisa e desenvolvimento,
- Principais clientes e fornecedores.
- Uma visão de cada um em seu mercado preferido, o de menor preço, maior qualidade.

22 23

## Análise de Mercado

- Como o mercado está segmentado, o
- Seu crescimento
- Características do consumidor, sua localização.
- Eventuais sazonalidades e ações tomadas
- Análise da concorrência, //
- Participação de mercado da empresa e dos principais concorrentes.

# Descrição da indústria/tendências

- Descrever a indústria na qual o seu negócio está inserido
- Principais tendências (atuais e emergentes) que podem ou não ter um impacto para crescimento e sobrevivência de seu negócio: econômicas, políticas, regulatórias, sociológicas e tecnológicas.

24 25

### Estratégia de Marketing (Plano de MKT e vendas) O que é que motiva ou qual é o foco para o desenvolvimento futuro do seu negócio? Qual será o alvo dos produtos ou serviços que você.

- oferecerá?
- Como você vai conquistar clientes de seus competidores enquanto estiver construindo sua clientela?
- Qual a sua meta de Mark-up?
- Quais serão os métodos/canais de distribuição que você irá utilizar?

27 26

### Plano Financeiro Fluxos de caixa (reais ou previstos); Análises de ponto de equilíbrio; Demonstrativos de resultados (reais ou previstos); Indicadores financeiros do negócio e as previsões que puder realizar; Cálculo do retorno sobre o investimento (ROI) e a taxa interna de retorno (TIR).

### Anexos

- Deve conter as informações adicionais julgadas relevantes para o melhor entendimento do Plano de Negócios.
- É uma parte opcional, mas quando apresentada, deve ser pequenas e "focadas" além de comprovar o que foi dito

28

Bibliografia consultada

BANGS, David H. Jr. Guia prático: planejamento de negócios. São Paulo: Nobel, 2009

- DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo Transformando ideias em negócios, Rio: Elsevier, 2008.
- PINSON, Linda; Jinett, Jerry. Anatomy of business Plan. Out of Your Mind and Into the Marketplace, 2013.
- EJFGV. Plano de negócios além do papel. disponível em http://ejfgv.com/plano-de-negocios-pratica/?gclid=EAlalQobChMlqe wy52v6QIVgg6RCh0T0AByEAAYASAAEgJGSfD\_BwE acesso:10/05/2020.