



UNIDADE IV

Empreendedorismo

Prof. Paulo Santos

Identificar e avaliar oportunidades

- O material usado nas aulas é da apostila-texto de Empreendedorismo do Prof. Antônio Palmeira de Araújo Neto, 2013.

Identificar e avaliar oportunidades

- Ideias e oportunidades: Conceitos gerais.

“A identificação de uma oportunidade é a primeira etapa a ser cumprida pelo empreendedor que deseja desenvolver um produto ou serviço gerador de um negócio. Mas, para que isso aconteça, é necessário visualizar bem os anseios pessoais, Chiavenato (2008)”.

Identificar e avaliar oportunidades

- Ideias e oportunidades: Conceitos gerais.
- Talvez um dos maiores mitos a respeito de novas ideias de negócios é que elas devam ser únicas.

Identificar e avaliar oportunidades

- Ideias e oportunidades: Conceitos gerais.
- As oportunidades é que geralmente são únicas, pois o empreendedor pode ficar vários anos sem observar e aproveitar uma oportunidade de desenvolver um novo produto, ganhar um novo mercado e estabelecer uma parceria que o diferencie de seus concorrentes.

Identificar e avaliar oportunidades

- Ideias e oportunidades: Conceitos gerais.

“a minha ideia é revolucionária, meu produto é único e não possui concorrentes, mas não posso falar do que se trata...”

IMPORTANTE!

Essa resposta deve ser evitada para quem deseja empreender.

Identificar e avaliar oportunidades

- Ideias e oportunidades: Conceitos gerais.

“Uma ideia sozinha não vale nada; em empreendedorismo elas surgem diariamente. O que importa é saber desenvolvê-las, implementá-las e construir um negócio de sucesso (DORNELAS, 2008, p. 37)”.

Identificar e avaliar oportunidades

- Ideias e oportunidades: Categorias de ideias e *brainstorming*.

Fontes de categorias de ideias (Chiavenato (2008)).

Experiência pessoal.

pode ser obtida tanto em casa quanto no trabalho;

Hobbies.

normalmente ascendem da condição de hobbies para a de negócios;

Descoberta acidental.

são as ideias com as quais os empreendedores se deparam no dia a dia;

Busca deliberada.

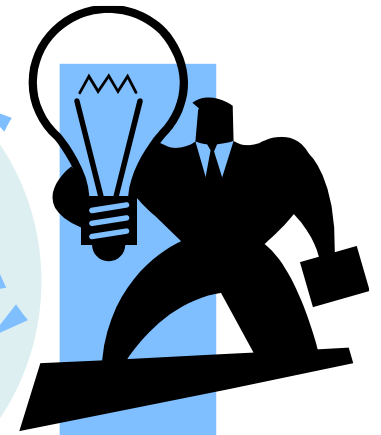
novos negócios que podem surgir de uma exploração proposital.

Identificar e avaliar oportunidades

- Ideias e oportunidades: Categorias de ideias e *brainstorming*.

Técnica utilizada por busca de novas ideias, estimuladas em reuniões de grupos.

Brainstorming



Identificar e avaliar oportunidades

- Ideias e oportunidades: Categorias de ideias e *brainstorming*.

Brainstorming

- Não podem existir críticas mútuas no grupo sobre as ideias que vêm à tona;
- Quanto mais rodadas de ideias entre os participantes, mais proveitoso será o uso da técnica;
- Em cada rodada, todos os participantes devem apresentar ideias;
- Todo *brainstorming* deve ser divertido;
- Não pode haver dominação por parte de um indivíduo.

Identificar e avaliar oportunidades

- Avaliação de uma oportunidade: Análise dos aspectos.

“Avaliar uma oportunidade é muito importante, para que se evite consumir tempo e energia em uma ideia que talvez não agregue tanto valor ao negócio nascente ou já criado, Dornelas (2008)”.

Identificar e avaliar oportunidades

- Avaliação de uma oportunidade: Análise dos aspectos.



Identificar e avaliar oportunidades

- Avaliação de uma oportunidade: Mercado.

“Mercado é o local, físico ou virtual, que favorece a compra e venda de bens e serviços, compreendendo um conjunto de transações em que há a procura e a oferta, Chiavenato (2008)”.

Identificar e avaliar oportunidades

- Avaliação de uma oportunidade: Mercado.

“Demais aspectos a serem considerados referem-se à concorrência que em mercados em crescimento também está buscando seu espaço, não havendo predominância de um ou outro concorrente, havendo oportunidades para empresas criativas e bem planejadas atingirem o sucesso rapidamente”.

Identificar e avaliar oportunidades

- Avaliação de uma oportunidade: Mercado.

- Oferta maior que procura;
- Mais ofertantes que compradores;
- Produtos/serviços disponíveis;
- Concorrência de ofertantes;
- Preços com tendência à queda.

**Mercado em
situação de
oferta**

- Procura maior que oferta;
- Mais compradores que ofertantes;
- Falta de produtos/serviços;
- Concorrência de compradores;
- Preços com tendência à elevação.

**Mercado em
situação de
procura**

Identificar e avaliar oportunidades

- Avaliação de uma oportunidade: Mercado.

“O mercado funciona como uma arena de operações da empresa, em que as batalhas são travadas para aumentar o *market share* e descobrir novas necessidades dos clientes, favorecendo a competitividade” Chiavenato (2008).

Interatividade

Mercado é o local, físico ou virtual que favorece a compra e venda de bens e serviços. Ele pode se encontrar em duas situações: mercado de oferta ou procura. Assinale abaixo a alternativa que corresponda ao mercado de oferta:

- a) Mais compradores que ofertantes.
- b) Falta de produtos e serviço.
- c) Concorrência de compradores.
- d) Oferta maior que procura.
- e) Preços com tendência a elevação.

Resposta

Mercado é o local, físico ou virtual que favorece a compra e venda de bens e serviços. Ele pode se encontrar em duas situações: mercado de oferta ou procura. Assinale abaixo a alternativa que corresponda ao mercado de oferta:

- a) Mais compradores que ofertantes.
- b) Falta de produtos e serviço.
- c) Concorrência de compradores.
- d) Oferta maior que procura.
- e) Preços com tendência a elevação.

Planos de negócios

- O plano de negócios: Conceitos.

“Para ser bem-sucedido, o empreendedor precisa planejar o seu negócio.
Improvisar jamais”.

Planos de negócios

- O plano de negócios: Conceitos.

“Planejar significa estudar antecipadamente a ação que será realizada ou colocada em prática e os objetivos que se pretende alcançar”.

Planos de negócios

- O plano de negócios: Conceitos.

“O planejamento produz um resultado imediato: o plano. 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”.

Planos de negócios

- O plano de negócios: Conceitos.

“É uma tomada antecipada de decisões sobre o que fazer, antes da ação necessária. Planejar consiste em simular o futuro desejado e estabelecer previamente os cursos de ação exigidos e os meios adequados para atingi-los (CHIAVENATO, 2008, p. 131)”.

Planos de negócios

- O plano de negócios: Conceitos.

“É o mais completo e indispensável instrumento de planejamento para as micro e pequenas empresas, tanto nos primeiros momentos de atividade quanto no balizamento dos resultados depois de alguns anos de atuação no mercado, Biagio (2005)”.

Planos de negócios

- O plano de negócios: Conceitos.

“Empreendedores precisam saber planejar suas ações e delinear as estratégias da empresa a ser criada ou em crescimento. O plano de negócios (*business plan*) é parte fundamental do processo empreendedor, Dornelas (2008)”.

Planos de negócios

- O plano de negócios: Conceitos.

“A principal utilização do plano de negócios é a de prover uma ferramenta de gestão para o planejamento e desenvolvimento inicial de uma empresa”.



Fonte: <https://emojiisland.com/products/thinking-face-emoji-icon>

Planos de negócios

- O plano de negócios: O que é e para que serve.
- Plano de negócios é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa.
- Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento e, ainda, permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios.

Planos de negócios

- O plano de negócios: O que é e para que serve.
- As seções que compõem um plano de negócios geralmente são padronizadas para facilitar o entendimento (DORNELAS, 2008).
- PEREIRA (1995, p. 31) define o plano de negócio como um documento escrito, que tem o objetivo de estruturar as principais ideias e opções as quais o empreendedor deverá avaliar para decidir quanto à viabilidade da empresa a ser criada.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Introdução.
- Não existe um tamanho ou uma composição ideal de um plano de negócios. Cada empresa deve procurar o que melhor lhe convém, de acordo com seus objetivos e a utilização do documento.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Introdução.
- É importante manter uma sequência lógica, que permita a qualquer leitor entender a organização da empresa, seus objetivos, seus produtos e serviços, seu mercado, sua estratégia de *marketing* e sua situação financeira.

Planos de negócios

▪ Construção de um plano de negócios: Introdução.

Biagio (2005)

Atender aos requisitos de um investidor de risco.

- ênfase ao retorno financeiro do investimento.

Estruturar suas operações.

- destacar os processos produtivos e a logística da empresa.

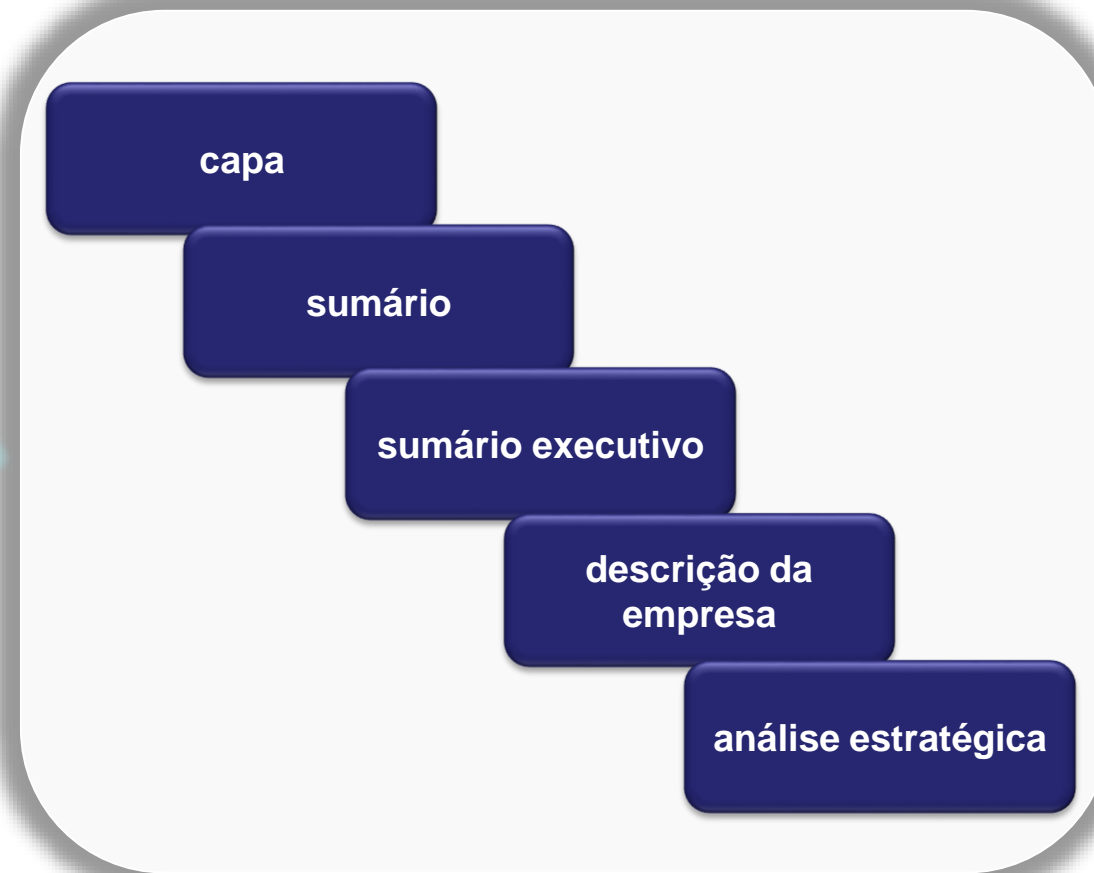
Formas de introduzir um novo produto no mercado.

- focar na análise de mercado e no plano de *marketing*.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Estrutura de um plano de negócios.

“De acordo com Dornelas (2008), um plano de negócios completo deve ser elaborado com a estrutura básica”:



Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Estrutura de um plano de negócios.

“De acordo com Dornelas (2008), um plano de negócios completo deve ser elaborado com a estrutura básica”:

produtos e
serviços

plano operacional

plano de recursos
humanos

análise de
mercado

estratégia de
marketing

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Estrutura de um plano de negócios.

“De acordo com Dornelas (2008), um plano de negócios completo deve ser elaborado com a estrutura básica”:

plano financeiro

anexos

Interatividade

O empreendedor para ser bem sucedido precisa planejar o seu negócio, esse planejamento produz um resultado imediato: o plano. Baseado nessa afirmação, qual o propósito de se ter um plano? Assinale abaixo a alternativa correta:

- a) Ideia e coordenação.
- b) Programação e capital.
- c) Previsão, programação e coordenação.
- d) Capital e coordenação.
- e) Nenhuma das alternativas anteriores.

Resposta

O empreendedor para ser bem sucedido precisa planejar o seu negócio, esse planejamento produz um resultado imediato: o plano. Baseado nessa afirmação, qual o propósito de se ter um plano? Assinale abaixo a alternativa correta:

- a) Ideia e coordenação.
- b) Programação e capital.
- c) Previsão, programação e coordenação.
- d) Capital e coordenação.
- e) Nenhuma das alternativas anteriores.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Exemplos de estrutura de planos de negócio.

Plano de negócio de empresa de tecnologia e inovação.

Fonte: Adaptado de: Dornelas (2008, p. 89)

Estrutura	Complemento
1. Capa	
2. Sumário	
3. Sumário executivo	
4. Conceito do negócio	4.1 O negócio 4.2 O produto
5. Equipe de gestão	
6. Mercado e competidores	6.1 Análise setorial 6.2 Mercado-alvo 6.3 Necessidades do cliente 6.4 Benefícios do produto 6.5 Competidores 6.6 Vantagem competitiva
7. <i>Marketing</i> e vendas	7.1 Produto 7.2 Preço 7.3 Praça 7.4 Promoção

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Exemplos de estrutura de planos de negócio.

Plano de negócio de empresa de tecnologia e inovação.

Estrutura	Complemento
7. <i>Marketing</i> e vendas	7.5 Estratégia de vendas 7.6 Projeção de vendas 7.7 Parcerias estratégicas
8. Estrutura e operação	8.1 Organograma funcional 8.2 Processos de negócios 8.3 Política de recursos humanos 8.4 Fornecedores de serviços 8.5 Infraestrutura e localização 8.6 Tecnologia
9. Análise estratégica	9.1 Análise SWOT – (FOFA) 9.2 Cronograma de implantação
10. Previsões dos resultados econômicos e financeiros	
11. Anexos	

Fonte: Adaptado de: Dornelas (2008, p. 89)

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Exemplos de estrutura de planos de negócio.

Plano de negócio de empresa de prestadora de serviços.

Fonte: Adaptado de: Dornelas (2008, p. 90)

Estrutura	Complemento
1. Capa	
2. Sumário	
3. Sumário executivo	
4. O negócio	4.1 Descrição do negócio 4.2 Descrição dos serviços 4.3 Mercado 4.4 Localização 4.5 Competidores (concorrência) 4.6 Equipe gerencial 4.7 Estrutura funcional
5. Dados financeiros	5.1 Fontes de recursos financeiros 5.2 Investimentos necessários 5.3 Balanço patrimonial (projetado para três anos) 5.4 Análise do ponto de equilíbrio 5.5 Demonstrativo de resultados (projetado para três anos) 5.6 Projeção de fluxo de caixa (horizonte de três anos) 5.7 Análises de rentabilidade
6. Anexos	

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Exemplos de estrutura de planos de negócio.

Plano de negócio de empresa em geral

Fonte: Adaptado de: Dornelas (2008, p. 91)

Estrutura	Complemento
1. Capa	
2. Sumário	
3. Sumário executivo estendido	
4. O negócio	3.1 Declaração de visão 3.2 Declaração de missão 3.3 Propósitos gerais e específicos do negócio, objetivos e metas 3.4 Estratégia de marketing 3.5 Processos de produção 3.6 Equipe gerencial 3.7 Investimentos e retornos financeiros
4. Produtos e serviços	4.1 Descrição dos produtos e serviços (características e benefícios) 4.2 Previsão de lançamento de novos produtos e serviços
5. Análise da indústria	5.1 Análise do setor 5.2 Definição do nicho de mercado

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Exemplos de estrutura de planos de negócio.

Plano de negócio de empresa em geral

Fonte: Adaptado de: Dornelas (2008, p. 91)

Estrutura	Complemento
5. Análise da indústria	5.1 Análise do setor 5.2 Definição do nicho de mercado
6. Planos de marketing	6.1 Estratégia de marketing (preço, produto, praça, promoção) 6.2 Canais de venda e distribuição 6.3 Projeção de vendas
7. Plano operacional	7.1 Análise de instalações 7.2 Equipamentos e máquinas necessárias 7.3 Funcionários e insumos necessários 7.4 Processo de produção 7.5 Terceirização
8. Estrutura da empresa	8.1 Estrutura organizacional 8.2 Assessorias externas (jurídica, contábil etc.) 8.3 Equipe de gestão
9. Plano financeiro	9.1 Balanço patrimonial 9.2 Demonstrativo de resultados 9.3 Fluxo de caixa
10. Anexos	

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Passos para elaborar um plano de negócios.

análise completa do setor,
onde a nova empresa atuará.

- perfil do cliente;
- características do mercado;
- características da concorrência;
- cenário econômico, social e tecnológico.

levantamento completo
das características do
novo empreendimento.

- características do produto/serviço a ser ofertado;
- preço e condições de venda;
- formatação jurídica do empreendimento;
- estrutura organizacional.

plano estratégico do
novo
empreendimento

- definição de missão, visão e valores;
- definição do negócio;
- determinação dos objetivos estratégicos de longo prazo;
- estabelecimento da estratégia do negócio.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Passos para elaborar um plano de negócios.

plano operacional do novo empreendimento.

- previsão de vendas;
- planejamento da produção;
- previsão de despesas gerais e fluxo de caixa;
- balancete simulado.

resumo executivo.

- condensação e resumo de todas as informações já relatadas.

revisão cuidadosa do conjunto do plano a fim de obter consonância.

- relação de todos os custos, preços, previsões e despesas que compõem o plano, a fim de verificar sua viabilidade e confiabilidade.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Definição da capa, do sumário e do sumário executivo de um plano de negócio.

Plano de negócio: Capa como primeira página e de título, Dornelas (2008).

O Sumário onde deverá conter o título de todas as seções, Dornelas (2008).

Plano de negócio – Capa.

- nome da empresa;
- endereço da empresa;
- telefone da empresa (incluindo DDD);
- endereço eletrônico do *site* e *e-mail* da empresa;
- logotipo (se a empresa tiver um);
- nomes, cargos, endereços e telefones dos proprietários da empresa (dados do diretor, presidente e principais pessoas-chave da empresa);
- mês e ano em que o plano foi feito;
- número de cópia;
- nome de quem fez o plano de negócios.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Definição da capa, do sumário e do sumário executivo de um plano de negócio.

Um sumário executivo bem elaborado responde às questões do método 6W2H.

Fonte: Adaptado de: Dornelas (2008, p. 115)

Método 6W2H	
O quê? (<i>What?</i>)	O que o plano pretende? O que está sendo apresentado? O que é a empresa?
Onde? (<i>Where?</i>)	Onde a empresa está localizada? Onde está o mercado/cliente da empresa?
Por quê? (<i>Why?</i>)	Por que a empresa elaborou um plano de negócio? Por que a empresa precisa de recursos?
Como? (<i>How?</i>)	Como a empresa empregará os recursos? Como está a saúde financeira do negócio? Como está crescendo a empresa?
Quanto? (<i>How many?</i>)	De quanto recurso a empresa necessita? Quanto será o retorno do investimento?
Quando? (<i>When?</i>)	Quando o negócio foi criado? Quando a empresa precisará de recursos? Quando ocorrerá o retorno sobre os recursos?

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Definição da capa, do sumário e do sumário executivo de um plano de negócio.

Um sumário executivo bem elaborado responde às questões do método 6W2H.

Método 6W2H	
Quem? (<i>Who?</i>)	Quem realizará as tarefas? Quem elaborou o plano de negócio?
Qual? (<i>Which?</i>)	Qual é o produto/serviço da empresa? Qual a lucratividade da empresa?

Fonte: Adaptado de: Dornelas (2008, p. 115)

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Definição da capa, do sumário e do sumário executivo de um plano de negócio.

O Sumário Executivo deve:



Partes	Plano de negócio
Primeira	Deve ser sucinto, ocupar apenas uma página, sendo composto de partes, e ter no máximo cinco parágrafos.
Segunda	Descreve-se por que a empresa elaborou o plano de negócios, quais são os fatores críticos de sucesso e o que a impede de atingir seus objetivos
Terceira	Deve-se apresentar uma síntese da análise de mercado e das condições financeiras da empresa, ressaltando por que ela acredita que pode ter sucesso em atingir os objetivos do plano de negócios.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Descrição da empresa.
- Dornelas (2008) e Biagio (2005) falam que a composição do corpo do plano de negócios começa por uma descrição da empresa, que explicitará o nível de organização do negócio, a história, a constituição jurídica, a situação atual e as projeções futuras, tanto para pesquisa e desenvolvimento como para atividades operacionais e financeiras.

Planos de negócios

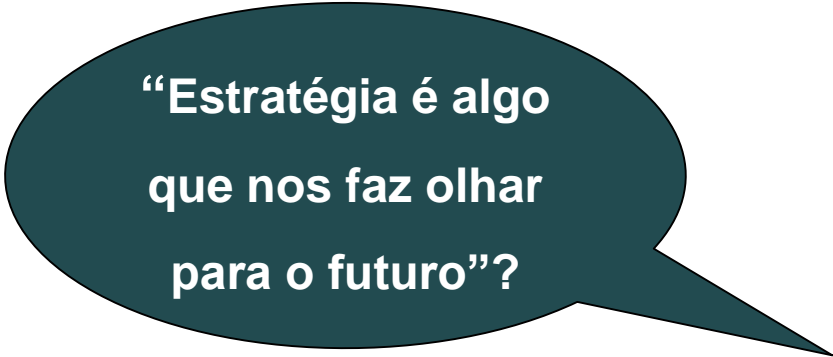
- Construção de um plano de negócios: Descrição da empresa.



Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Análise estratégica.

“Uma análise estratégica da empresa deve incluir um misto de racionalidade e subjetividade, seguindo um processo básico, que pode ajudar o empreendedor a entender melhor a situação atual de seu negócio e quais as melhores alternativas ou meios para atingir os objetivos e as metas estipulados”.

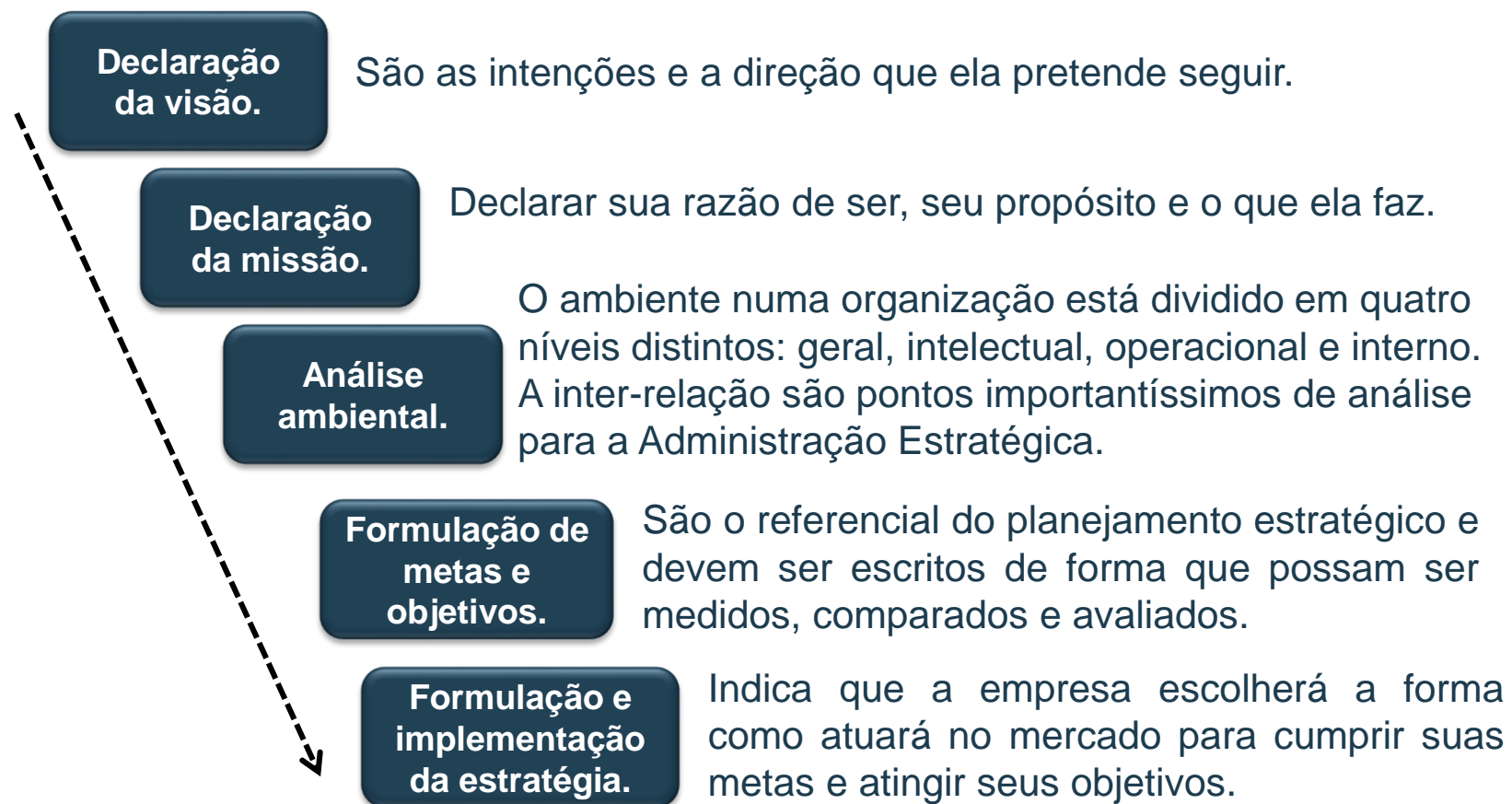


“Estratégia é algo
que nos faz olhar
para o futuro”?

Lembrete!!!

Planos de negócios

▪ Construção de um plano de negócios: Análise estratégica.



Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Produtos e serviços.
- É importante para que as empresas vendam sua ideia a investidores e mostrem as características únicas do seu negócio, expondo a que elas se destinam e como são produzidos os recursos utilizados, os fatores tecnológicos envolvidos. Devem ser expostos os diferenciais do negócio e o que ele tem de especial para oferecer aos clientes, Biagio (2005).

Planos de negócios

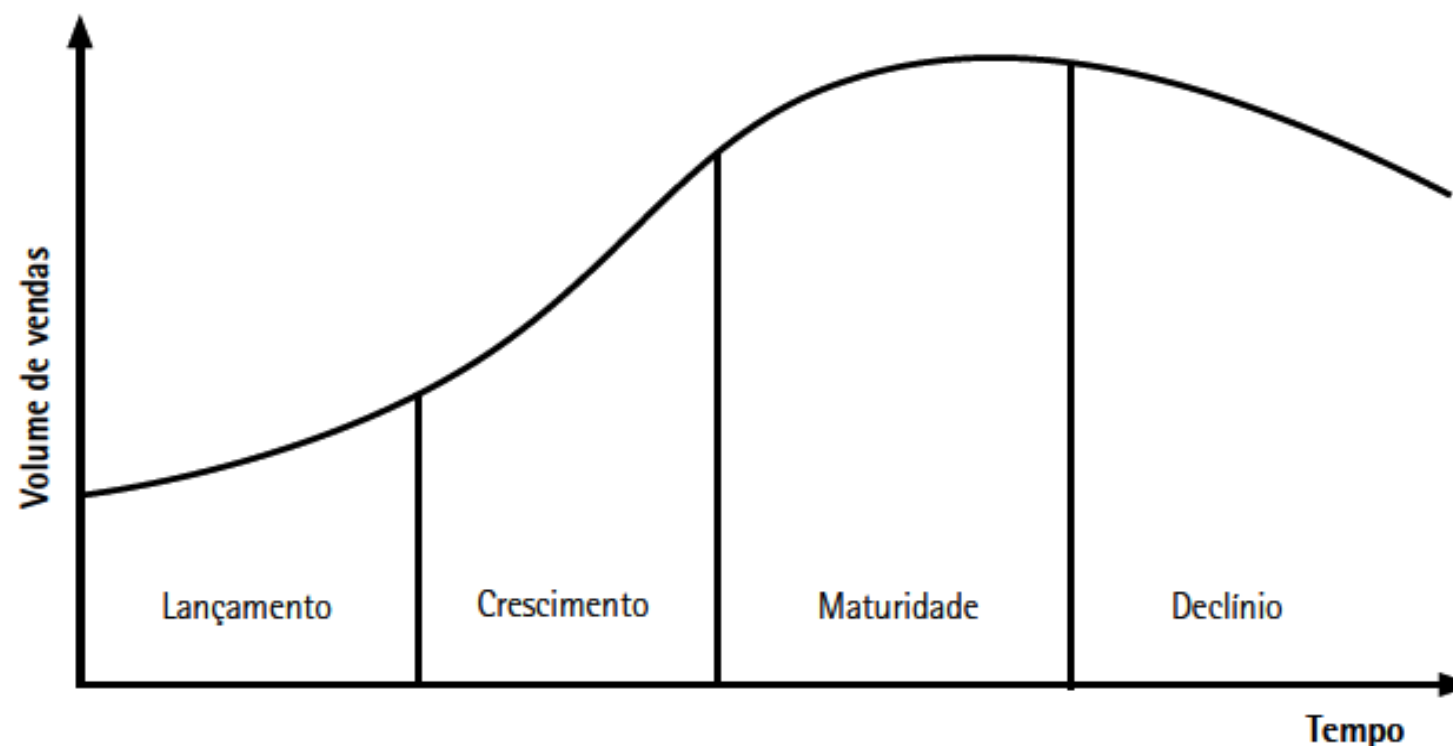
- Construção de um plano de negócios: Ciclo de vida do produto.
- Normalmente, os produtos possuem um ciclo de vida, passando por etapas clássicas de desenvolvimento: introdução (nascimento), crescimento, maturação e declínio, Maximiano (2006).

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Ciclo de vida do produto.

Devemos especificar em qual estágio do ciclo de vida encontram-se os produtos da sua empresa.

Dependendo do estágio, a empresa deverá adotar diferentes estratégias de *marketing*.



Fonte: Araujo Neto, A.P., 2013.

Interatividade

Os produtos possuem um ciclo de vida, passando por etapas clássicas de desenvolvimento. Maximiano (2006) apresenta cada etapa e suas características. Assinale a alternativa correta:

- a) Etapa introdutória: as vendas decrescem, lucros desaparecem.
- b) Crescimento: vendas decrescem, lucros desaparecem.
- c) Maturação: vendas decrescem, lucros desaparecem.
- d) Declínio: vendas decrescem lucros desaparecem.
- e) Nenhuma das alternativas anteriores.

Resposta

Os produtos possuem um ciclo de vida, passando por etapas clássicas de desenvolvimento. Maximiano (2006) apresenta cada etapa e suas características. Assinale a alternativa correta:

- a) Etapa introdutória: as vendas decrescem, lucros desaparecem.
- b) Crescimento: vendas decrescem, lucros desaparecem.
- c) Maturação: vendas decrescem, lucros desaparecem.
- d) Declínio: vendas decrescem lucros desaparecem.
- e) Nenhuma das alternativas anteriores.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Plano operacional.

“Essa seção do plano de negócios está relacionada à forma de a empresa operar, incluindo desde o modo de gerenciar o negócio até a maneira de executar, distribuir e controlar produtos ou serviços”.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Plano operacional.
- Ainda dentro dessa seção, é importante definir o perfil profissional das pessoas-chave, bem como o relacionamento entre as funções da empresa.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Plano operacional.

Os oito passos para o desenvolvimento do plano operacional: Biagio (2008).

Plano operacional	
Estrutura funcional	Alocação das pessoas em suas atividades, à extensão da responsabilidade do cargo de cada uma delas e ao nível de autoridade de cada cargo.
Descrição da unidade física	Aspectos físicos e a infraestrutura da empresa deverá ser incluído nessa parte do plano de negócios
Produção	Como a empresa produzirá seus produtos ou presta seus serviços
Custos	A explicação dos custos, do sistema de custeio utilizado.
Qualidade	Por meio dos indicadores da qualidade, se reflete a produtividade, a eficiência, até mesmo a sobrevivência da empresa no mercado em médio prazo.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Plano operacional.

Os oito passos para o desenvolvimento do plano operacional: Biagio (2008).

Plano operacional	
Sistema de gestão	O sistema de gestão adotado pela empresa, os módulos implantados e o cronograma da implantação dos módulos devem ser indicados nessa seção.
Embalagem e transporte	Deve estar claro que o produto é seguro e protegido.
Serviço pós-venda	Demonstra como a empresa manterá o contato com o cliente quando efetivada a venda, o que representa um grande canal de serviço.

Planos de negócios

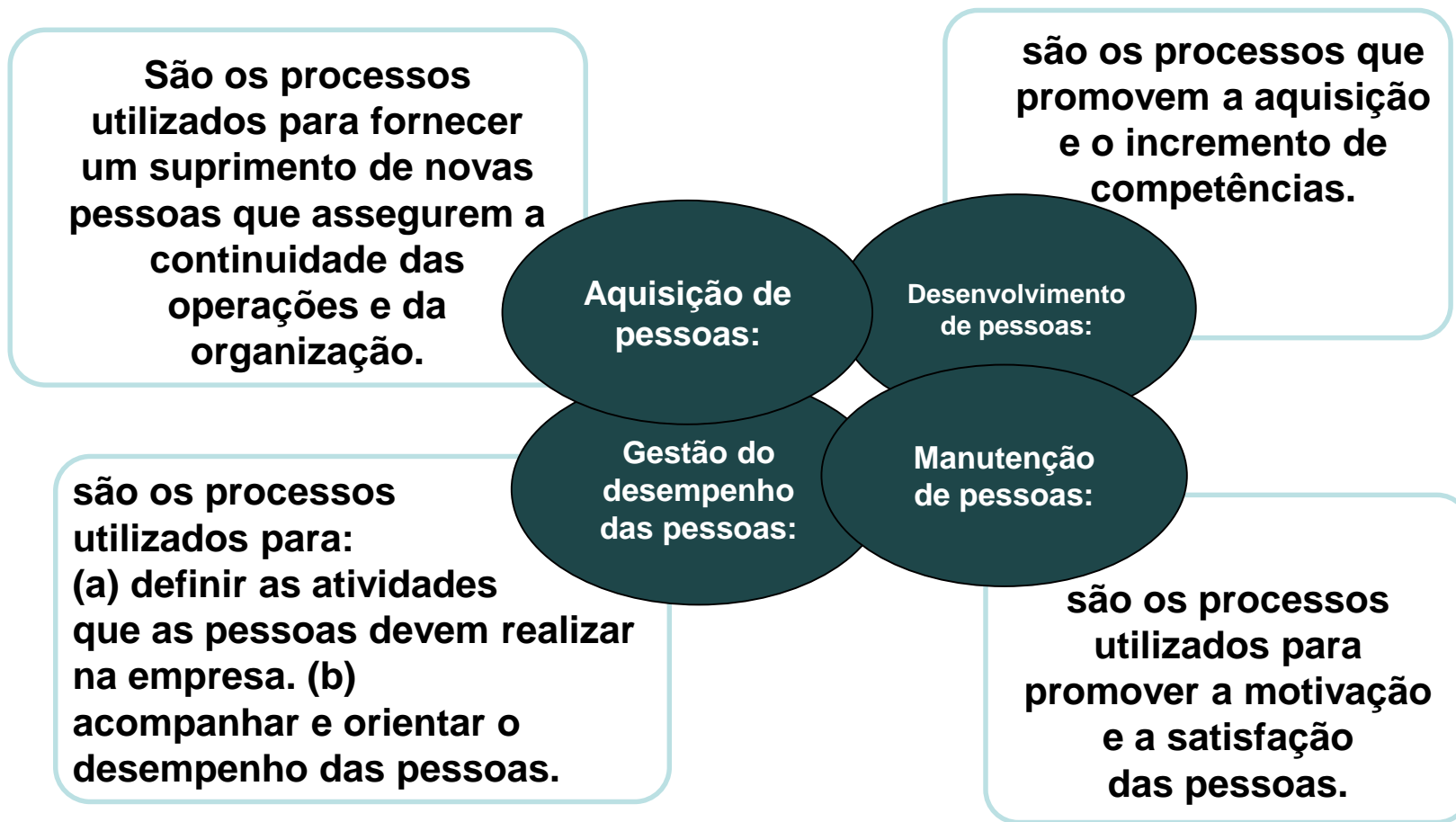
- Construção de um plano de negócios: Plano de recursos humanos.
- As empresas, como todas as organizações, dependem de pessoas qualificadas, motivadas, integradas e produtivas para realizar seus objetivos.
- Para conseguir as pessoas certas e lidar com elas do modo certo, as empresas precisam de uma eficaz função de recursos humanos.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Plano de recursos humanos.
- De acordo com Maximiano (2006), a função de recursos humanos compreende quatro processos básicos, que se dividem em outros menores. Esses processos começam antes de as pessoas ingressarem na organização e prosseguem quando elas saem ou se aposentam.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Plano de recursos humanos.



Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Plano de recursos humanos.

Os oito planos de recursos humanos: Maximiano (2008).

Plano de Recursos Humanos	
Cargos	O cargo é uma coleção de responsabilidades e tarefas, também chamadas funções, que um funcionário deve desempenhar ou executar.
Gestão por competências	Administrar os atributos de competência que uma pessoa possui ao desempenhar as responsabilidades ou funções de seu cargo.
Planejamento da mão de obra	Planejamento da mão de obra é o processo de analisar e atender às necessidades de recursos humanos da empresa.
Recrutamento	Recrutamento é o processo de atrair candidatos com as competências desejadas, que serão selecionados e treinados para ocupar as posições do quadro de funcionários da empresa.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Plano de recursos humanos.

Os oito planos de recursos humanos: Maximiano (2008).

Plano de Recursos Humanos	
Seleção	O objetivo do processo de seleção é produzir informações que permitam predizer o desempenho do candidato no cargo a ser ocupado.
Treinamento	Uma equipe capacitada é um dos principais ingredientes na “receita do sucesso” de uma empresa.
Avaliação de desempenho	A avaliação de desempenho por objetivos é uma técnica muito prática. Nesse sistema, o gerente e cada funcionário ou equipe, em conjunto.
Remuneração	A remuneração é um dos principais instrumentos para a manutenção, retenção e motivação dos funcionários.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Análise de mercado.

“Mercado é um grupo de consumidores que têm necessidades e interesses similares, poder aquisitivo e disposição para comprar” Maximiano (2006).

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Análise de mercado.



Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Análise de mercado.

Compram o produto para seu próprio uso, para uso de sua família ou para presentear alguém. Quando compramos creme dental no supermercado, somos consumidores finais.

Consumidores finais.

O mercado industrial.

Compra de produtos e serviços para revendê-los ou usá-los em suas operações. O supermercado, quando compra creme dental, é um consumidor industrial.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Análise de mercado.

“A análise de mercado é uma forma de conhecer o mercado, avaliando de forma sistemática o ambiente onde o produto/serviço da empresa se insere. A definição de mercado passa necessariamente por análise da indústria/setor, análise SWOT do produto/serviço e análise da concorrência, Biagio (2005).”

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Estratégia de *marketing*.

“Certamente, você já sabe alguma coisa sobre a função de *marketing*. Há muito tempo, as pessoas tentam vender produtos, serviços e ideias, e você, como consumidor, vendedor ou observador, já deve ter adquirido algumas noções sobre o assunto e mesmo algumas técnicas – promoções, propaganda, redução de preços, amostras grátis e testes de produtos”.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Estratégia de *marketing*.

“A atividade de *marketing* de uma empresa consiste em determinar as necessidades e os desejos dos mercados-alvos e satisfazê-los de forma mais eficaz que os concorrentes”.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Estratégia de *marketing*.

Por meio do plano de *marketing* a empresa deve:

Demonstrar sua capacidade em tornar o produto/serviço conhecido pelos seus clientes, assim como despertar neles o desejo de comprá-lo.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Plano financeiro.
- A tomada de decisões que têm implicações financeiras é uma constante na rotina de um empreendedor.

comprar ou
alugar
equipamentos
e instalações.

fixar preços e
controlar
estoques.

O planejamento financeiro, por meio de coleta e processamento de informações, é o instrumento que auxilia o processo interno de tomar decisões.

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Plano financeiro.

“A elaboração de um plano financeiro deve compreender o balanço patrimonial, a demonstração de resultados, o plano de investimentos, o fluxo de caixa, a planilha de custos e o plano de vendas, Biagio (2005).”

Planos de negócios

- Construção de um plano de negócios: Plano financeiro.

“O administrador deve estabelecer as metas financeiras de seu negócio e, por meio dos instrumentos financeiros, acompanhar seu êxito. Com as demonstrações financeiras e o planejamento financeiro é possível estabelecer e cumprir as respectivas metas ou redefini-las, se necessário”.

Interatividade

Qual é um dos principais instrumentos para a manutenção, retenção e motivação dos funcionários dentro de uma empresa? Assinale a alternativa correta:

- a) Aprimoramento do desempenho.
- b) Remuneração direta e indireta.
- c) Reconhecimento pelas habilidades.
- d) Jornada de trabalho.
- e) Promoção por tempo de serviço.

Resposta

Qual é um dos principais instrumentos para a manutenção, retenção e motivação dos funcionários dentro de uma empresa? Assinale a alternativa correta:

- a) Aprimoramento do desempenho.
- b) Remuneração direta e indireta.**
- c) Reconhecimento pelas habilidades.
- d) Jornada de trabalho.
- e) Promoção por tempo de serviço.

ATÉ A PRÓXIMA!

