



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS

DISCIPLINA: “Empreendedorismo e Plano de Negócios”

Prof. Osvaldo Mauricio de Oliveira

1º SEMESTRE 2020

ROTEIRO Plano de Negócios

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

O objetivo do trabalho é elaborar um estudo de viabilidade econômico-financeira de um empreendimento que se caracterize como uma oportunidade. Caberá aos grupos a escolha democrática do tipo de negócio proposto, sendo que este deve ser aprovado pelo professor da disciplina.

2. ORGANIZAÇÃO DOS GRUPOS

A turma pode se dividir em grupos com no mínimo 6 e no máximo 8 alunos cada.

3. ETAPAS DE ELABORAÇÃO DO PROJETO

Para fins acadêmicos, o trabalho foi dividido em fases que deverão ser entregues ao longo do semestre ao professor. Os grupos poderão entregar apenas uma via do trabalho final escrito para apreciação do professor. As principais fases do projeto estão descritas a seguir:

1) ETAPA I

Entregas: Conceito do negócio (Canvas preliminar) + Relatório de estudo de mercado (validação do modelo de negócios).

O objetivo geral dessa etapa é fundamentar o novo negócio, estabelecendo as bases sob as quais todo o Plano de Negócio será elaborado. Para tanto, o grupo deverá:

a) Conceito do Negócio (Canvas preliminar)

- **Como funcionará o modelo de negócios:** descrever, resumidamente, o negócio proposto, os produtos/serviços que serão oferecidos, características mais marcantes do público alvo, área de atuação, dentre outros aspectos relevantes.
- **Segmento(s) de cliente(s):** indicar, preliminarmente, o(s) segmento(s) de clientes que a empresa busca alcançar e servir (*mercado de massa, nichos de mercado, segmentado, diversificado, plataforma multilateral*).
- **Proposta de valor:** descrever o pacote de produtos/serviços e elementos (*novidade, desempenho, personalização, “fazendo o que tem que ser feito”, design, marca/status, preço, redução de custo, redução de riscos, acessibilidade, conveniência/usabilidade*) que criam valor, ou seja, suprem as exigências, de um segmento de clientes específico.

- **Canais:** descrever como a empresa se comunicará e alcançará o(s) seu(s) segmento(s) de clientes (*canais diretos – equipes de venda, vendas na Web, lojas próprias, canais indiretos – lojas parceiras, atacado, etc., particulares ou em parceria*).
- **Relacionamento com os clientes:** esclarecer o tipo de relação que a empresa irá estabelecer com cada segmento de clientes (assistência pessoal, assistência pessoal dedicada, self-service, serviços automatizados, comunidades, cocriação, etc.).
- **Fontes de receita:** identificar as fontes de receita que a empresa possui a partir de cada Segmento de Clientes (venda de recursos, taxa de uso, taxa de assinatura, empréstimo/aluguel, licenciamento, taxa de corretagem, anúncios).

b) Relatório de estudo de mercado

- **Análise do Ambiente (dados secundários)**
 - Forças do mercado: mapear os fatores de mercado, segmentos de mercado, necessidades e demandas, custos de mudança, atratividade da receita.
 - Forças da indústria: mapear concorrentes, novos entrantes, produtos e serviços substitutos, fornecedores e outros participantes da cadeia de valor, públicos de interesse.
 - Forças macroeconômicas: mapear situação do mercado global, mercado de capitais, commodities e outros recursos, infraestrutura econômica.
 - Tendências principais: mapear tendências tecnológicas, regulatórias, sociais e culturais, e socioeconômicas.
- **Pesquisa com clientes potenciais e especialistas (dados primários)**
 - Teste das hipóteses do negócio
 - Perfil dos clientes.
 - Comportamento do consumidor / hábitos de consumo.
 - Validação do modelo de negócios.

Os critérios de avaliação consistem nos seguintes aspectos:

ETAPA I

	Critérios	
1	Conceito do negócio (canvas preliminar)	
2	Relatório Estudo de Mercado	
3	Escrita e Formatação do Trabalho	
4	Apresentação/Pitch (pontualidade, adequação do tempo, coerência com o trabalho escrito)	
	TOTAL	

Observação: alguns aspectos estabelecidos nesta etapa poderão/deverão ser revisados no decorrer e com o desenvolvimento das etapas seguintes.

II) Etapa II [Módulo V]

Entregas: Sumário Executivo, Etapa I revisada, Plano Mercadológico, Plano de Operações, Plano Financeiro, MVP, Mapa de Implementação, Considerações Finais, e Canvas Final.

O objetivo dessa etapa é finalizar o Plano de Negócio, concluindo sobre a sua viabilidade. Para tal, o grupo deverá:

a) Revisar as partes entregues na Etapa I

- Revisar toda a Etapa I considerando as sugestões do professor, a validação do modelo de negócios e outras adequações necessárias.
- Revisar o business Canvas.

b) Estrutura/Institucionalização

- Definir questões relacionadas à constituição legal da empresa, enquadramento tributário, composição societária.

c) Plano Estratégico

- **Definir** Missão, Visão, Valores, Objetivos.

d) Plano Mercadológico

- Definir posicionamento, elaborar estratégias para o composto de marketing (*produtos e serviços, preço, promoção, praça/distribuição*) e os mecanismos de controle de marketing.

e) Plano de Operações

- **Organograma:** elaborar o organograma, apresentando a estrutura organizacional.
- **Equipe de gestão:** indicar os principais responsáveis pela gestão do negócio, apresentando suas competências.
- **Recursos e Atividades principais:** indicar, preliminarmente, quais recursos (físico, intelectual, humano, financeiro) e atividades (*produção, resolução de problemas, plataforma/rede*) necessários para fazer o modelo de negócio funcionar.
- **Parcerias principais:** indicar quais são os parceiros principais, que contribuem para o modelo de negócios funcionar.
- **Layout (arranjo físico):** elaborar o *layout* do local de instalação do empreendimento, se for o caso.

f) Plano Financeiro

Devem ser abordados os seguintes aspectos:

- **Investimentos necessários e Fontes de Financiamento**
- **Gastos operacionais:** identificar todos os gastos (custos e despesas) fixos do empreendimento, apontando o valor médio mensal para os 2 primeiros anos. Identificar os gastos variáveis do negócio, apontando o percentual médio que estes representam das vendas da empresa.
- **Cenários de vendas e projeções:** identificar as fontes de receitas e elaborar a previsão de vendas mensal para os 2 primeiros anos e projetar para os próximos 3 anos.
- **Projeção de resultados financeiros:** realizar a análise da capacidade da empresa de pagamento das contas por meio dos Fluxos de Caixa Mensais (2 primeiros anos) e das Demonstrações do Resultado do Exercício - DRE (2 primeiros anos). Determinar o ponto de equilíbrio.
- **Análise de viabilidade:** por meio dos Fluxos de Caixa Anuais (5 anos), calcular Payback, VPL, TIR e TIR-M.

g) Criar o MVP (*minimum viable product*) ou produto mínimo viável.

- Criar o MVP (*minimum viable product*) ou produto mínimo viável do negócio.

h) Plano de implementação

- Elaborar o cronograma de implantação do negócio.

i) Considerações Finais

- Fazer a análise da viabilidade mercadológica, técnica e financeira do empreendimento, apontando os riscos envolvidos na implantação do negócio, estratégia de saída e outros pontos relevantes que possam influenciar no sucesso ou fracasso do empreendimento.

j) Sumário Executivo

- Elaborar uma síntese do será apresentado no plano de negócios, a qual deve conter elementos que atraiam o leitor para uma leitura com mais atenção e interesse. Nesse texto:
 - a) **Contextualize** o mercado e **justifique** a existência do empreendimento (**apresente** a demanda).
 - b) **Apresente** o negócio – **conceitue**: negócio, posicionamento, público-alvo, previsões de vendas e apresentação dos resultados.

Os critérios de avaliação consistem nos seguintes aspectos:

ETAPA II

	Critérios	Pontuação
1	Sumário Executivo	
2	Itens da Etapa I (revisados)	
3	Institucionalização	
4	Plano Mercadológico	
5	Plano de Operações	
6	Plano Financeiro	
7	Plano de implementação	
8	MVP	
9	Considerações Finais	
10	Pitch Vídeo	
11	Geral (coerência, redação, formatação)	
12	Apresentação/Pitch (pontualidade, adequação do tempo, coerência com o trabalho escrito, qualidade do material, capacidade de síntese)	
	TOTAL	

O grupo que entregar o trabalho escrito fora do prazo (máximo de 2 dias de atraso) perderá 20% do valor da parte escrita. Essa regra é válida para as etapas I e trabalho final.

O trabalho escrito deverá ser entregue em formato WORD (doc ou docx).

4. A APRESENTAÇÃO DO TRABALHO

A apresentação da Etapa I e Trabalho Final são obrigatórias, sob pena de perda de **20%** do valor da parte escrita (cumulativa com outras perdas, se for o caso), além da perda total da pontuação da parte oral.

- a) As apresentações devem ser em formato de PITCH. O tempo de apresentação da ETAPA I do projeto será de 3 minutos e do TRABALHO FINAL será de 5 minutos para cada

grupo. A tolerância máxima é de 1 minutos a mais. O professor irá interromper o grupo se o prazo de tolerância for ultrapassado, para não prejudicar os demais grupos.

- b) O grupo deverá escolher um de seus integrantes para chegar com a apresentação 30 minutos antes do início com os arquivos das apresentações para descarregá-los no computador. Como todos sabem, imprevistos acontecem.... já sabendo disto, salvem o arquivo da apresentação em pen-drive, enviem uma cópia de segurança para o e-mail, nuvem, enfim, criem um plano de contingência...projetos possuem riscos!
- c) As apresentações começarão IMPRETERIVELMENTE 5 minutos após o horário regular da aula.
- d) Não será permitida a troca da ordem da apresentação sorteada entre os grupos sem autorização prévia do professor. O sorteio da ordem de apresentações será feito uma semana antes das mesmas.
- e) O grupo que atrasar o início da apresentação terá o seu tempo de apresentação penalizado.
- f) Fica a critério do grupo a eleição do(s) responsável(is) pela apresentação do conteúdo.
- g) Os arquivos da etapa I – Canvas preliminar e Relatório de Estudo de Mercado, e da Etapa II - trabalho final (em Word), a planilha financeira (em Excel), o vídeo do Pitch, e a apresentação final (em PowerPoint) deverão ser postados no ambiente virtual de aprendizagem (AVA).
- h) Será feita uma chamada antes do início das apresentações e outra chamada ao final das apresentações. Todos os alunos, mesmos os que não apresentarem no dia, deverão participar das apresentações, sob pena de perder os pontos conseguidos pelo grupo nesse critério.
- i) O sucesso da apresentação de cada grupo dependerá da participação e do respeito de cada um dos colegas da turma. O silêncio proporciona tranquilidade aos que estiverem apresentando o projeto.
- j) Lembrem-se, vocês se apresentam como uma equipe de empreendedores que estarão “vendendo” um projeto para um grupo de investidores. Portanto, muito cuidado com a postura, preparação do material, a maneira de se vestir, a qualidade do que será apresentado, etc.

Bom trabalho!!!

ESTRUTURA FINAL DO PLANO DE NEGÓCIOS

SUMÁRIO EXECUTIVO

| Resumo dos principais pontos do Plano de Negócio

CONCEITO DO NEGÓCIO

| Visão, Missão, Valores

| Proposta de valor

| Segmento(s) de clientes (Perfil e Comportamento dos clientes potenciais)

| Canais

| Relacionamento com o cliente

PLANO DE MARKETING

| Análise do ambiente

| Posicionamento

| Produto

| Preço

| Promoção

PLANO DE OPERAÇÕES

| Organograma

| Equipe de gestão

| Recursos e atividades principais

| Parcerias Principais

| Infraestrutura e *layout*

PLANO FINANCEIRO

| Investimentos necessários

| Fontes de financiamento

| Custos operacionais

| Cenários de vendas e projeções

| Projeção de resultados financeiros

| Análises de viabilidade (*Payback*, VPL, TIR e TIR-M)

MVP

| Produto mínimo viável

PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

| Cronograma de implementação

CONSIDERAÇÕES FINAIS

| Viabilidade do negócio

| Riscos envolvidos na implantação do negócio

| Estratégia de saída

| Outros pontos relevantes

ANEXOS e APÊNDICES