

Empreendedorismo

Professores:

Henrique Cukierman

Luiz Valter Brand Gomes

Aula 8

Professores:

Henrique Cukierman

Luiz Valter Brand Gomes

Modelo de Plano de Negócios - Parte 2

Conteúdo:

- 3.2 Concorrentes
- 3.3 Fornecedores
- 3.4 Participação no Mercado
- 4. Capacidade Empresarial
- 4.1 Empresa
- 4.2 Empreendedores

O Mercado: Concorrentes

- ➡ Aqui deve-se relacionar os principais concorrentes, que são as pessoas ou empresas que oferecem mercadorias ou serviços iguais ou semelhantes àqueles que serão colocados no mercado consumidor pelo novo empresário.
- ➡ Deve-se descrever quantas empresas estão oferecendo produtos ou serviços semelhantes, qual é o tamanho dessas empresas e, principalmente, em que a empresa nascente se diferencia delas.
- ➡ Diversas características podem ser foco de análise, tais como: qualidade, preço, acabamento, durabilidade, funcionalidade, embalagem, tamanho, qualidade no atendimento, facilidade de acesso, forma de apresentar a mercadoria, e o nível de satisfação em relação às mercadorias ou serviços disponíveis.

O Mercado: Concorrentes

- ➡ Neste item, é importante que o empreendedor perceba que não pode limitar a identificar apenas o concorrente atual; precisa estar atento a concorrentes potenciais.
- ➡ Ou seja, se o mercado em questão é um mercado extremamente atraente, que não impõe muitas barreiras a novos empreendedores, certamente outras empresas irão em breve se instalar.
- ➡ Quando um negócio é "quente", muitos correm em direção a ele; nesse caso, a concorrência que num determinado momento é pequena, em outro pode ser bem maior.

O Mercado: Concorrentes

- ➡ Outro ponto a ser considerado é o produto substituto.
- ➡ O empreendedor não deve prender-se apenas a empresas que desenvolvem produtos e serviços iguais aos seus; deve estar atento a tudo o que acontece em sua volta, porque produtos, serviços e tecnologias que aparentemente não constituem uma ameaça, podem vir a substituir o seu produto ou a tornar seu negócio obsoleto.
- ➡ Cabe mencionar ainda a relevância de que a análise da concorrência não se restrinja ao ambiente local e regional; especialmente na área tecnológica, o concorrente pode estar em qualquer lugar do globo.

O Mercado: Concorrentes

- ➡ Identifique quais são seus concorrentes e seus pontos fortes e fracos, canais de distribuição, custos e preços de venda praticados, políticas de crédito e formas de divulgação.
- ➡ O conhecimento sobre a concorrência é importante para que a empresa esteja atenta a todos os acontecimentos que estão em torno de seu mercado.
- ➡ Pode também auxiliá-lo na definição de estratégias de atuação junto aos concorrentes.

(Use a mesma valoração já apresentada em slides anteriores)

O Mercado: Sua Empresa Concorrente

- Atendimento ()
- Atendimento Pós-Venda ()
- Canais de Distribuição ()
- Divulgação ()
- Garantias Oferecidas ()
- Localização ()
- Política de Crédito ()
- Preços ()
- Qualidade dos Produtos ()
- Reputação ()

O Mercado: Fornecedores

- ➡ Os Fornecedores, são o conjunto de pessoas ou organizações que suprem a empresa de equipamentos, matéria-prima, mercadorias e outros materiais necessários ao seu funcionamento.
- ➡ Na escolha de fornecedores deve-se considerar a qualidade, quantidade, preço, prazo e forma de pagamento e de entrega, garantia e assistência técnica de equipamentos, e outras informações úteis, dependendo das mercadorias ou serviços a serem oferecidos.

O Mercado: Fornecedores

- ➡ Identifique seus fornecedores considerando sua localização, preço, forma e prazos de pagamento, disponibilidade de fornecimento, lote mínimo de compra, etc.
- ➡ Todos os fatores acima mencionados devem ser levantados para que a empresa possa avaliar a melhor opção para suas necessidades.

- ▬ 6 Excelente
- ▬ 5 Muito Bom
- ▬ 4 Bom
- ▬ 3 Regular
- ▬ 2 Ruim
- ▬ 1 Muito Ruim

O Mercado: Fornecedores

- Atendimento ()
- Capacidade de Entrega ()
- Condições de Pagamento ()
- Facilidade de Acesso ()
- Garantias dos Produtos ()
- Localização ()
- Lote Mínimo de Compra ()
- Pontualidade de Entrega ()
- Preço ()
- Qualidade do Produto ()
- Relacionamento ()

O Mercado: Fornecedores

- ➡ O setor possui sazonalidade no fornecimento de matérias-primas para produção?
- ➡ Deve ser observado que a disponibilidade de matéria-prima durante diversos períodos do ano podem sofrer alterações.
- ➡ Logo, é fundamental que a empresa analise a possibilidade de insumos substitutos para que não comprometa a sua cadeia de produção.

O Mercado: Participação no Mercado

- ➡ Identifica-se, neste item, a fatia de mercado da empresa, dentre os principais concorrentes.
- ➡ Mostra-se a situação atual da empresa, a performance da empresa, qual sua participação no mercado.
- ➡ Para que o empreendedor possa planejar a participação desejada, deve, neste item realizar uma pesquisa de mercado.
(investigar informações como tamanho atual do mercado, quanto está crescendo ao ano, quanto está crescendo a participação de cada concorrente, nichos pouco explorados pelos concorrentes etc)

Capacidade Empresarial: Empresa

➡ Definição da Empresa

- ➡ Neste item deve-se descrever a empresa, seu histórico, área de atuação, crescimento, faturamento dos últimos anos, sua razão social, estrutura legal, composição societária, etc.
- ➡ Evidentemente, aqueles empreendedores que estiverem iniciando sua empresa a partir deste plano de negócios não terão muito sobre o que explicar neste item além da composição societária da empresa e a área de atuação.
- ➡ Notar que quando falamos em empresa neste documento, estamos nos referindo também a projetos e equipes ainda não formalizados como empresa; consideramos que cada equipe proponente de um projeto constitui uma empresa em potencial.

Capacidade Empresarial: Empresa

Missão

- A missão da empresa deve refletir a razão de ser da empresa, qual o seu propósito e o que a empresa faz; corresponde a uma imagem/filosofia que guia a empresa.

Capacidade Empresarial: Empresa

Estrutura Organizacional

- Demonstrar como a empresa será estruturada/organizada:

(ex.: área comercial, administrativa, técnica, etc) relacionando a área de competência de cada sócio nesta estrutura e suas atribuições.

Capacidade Empresarial: Empresa

Parceiros

- É importante que o empreendedor perceba que sua empresa não pode estar sozinha.
- Ela precisa de parceiros para se viabilizar e crescer.
- Neste item, deve-se identificar os parceiros do negócio, a natureza da parceria e como cada um deles contribui para o produto/serviço em questão e para o negócio como um todo.

Capacidade Empresarial: Empreendedores

➡ Perfil Individual dos Sócios (Formação/Qualificações)

- ➡ Elabora-se um breve resumo da formação, qualificações, habilidades e experiência profissional dos sócios.
- ➡ O sucesso de uma empresa pode ser determinado pela capacidade dos donos do negócio e pela quantidade de tempo que eles serão capazes de dedicar a este negócio.
- ➡ Se os empreendedores desejarem disponibilizar o currículo completo dos sócios, devem colocá-lo em anexo.

Capacidade Empresarial: Empreendedores

➡ PESSOAL

- Dimensione sua equipe de trabalho, relacionando número de empregados, cargos, salários e encargos sociais esperados.
- Nesta etapa deve ser feito um resumo das responsabilidades e qualificações de cada pessoa.
- Inicialmente você deve fazer um organograma de sua empresa definindo claramente as funções e linhas hierárquicas, isso com certeza o ajudará a definir o perfil das pessoas que irá contratar.
- Defina o número de pessoas, quais serão seus cargos, funções e responsabilidades e principalmente a qualificação exigida para realizar o trabalho a contento.
- Com estas informações, você terá condições de procurar no mercado o profissional adequado às necessidades de sua empresa aliado aos recursos disponíveis.

Modelo de Plano de Negócios - Parte 2

Na próxima aula (aula 09) nós estaremos conhecendo a abordagem do Plano de Negócios em relação a Estratégia de Negócio, As Ameaças e Oportunidades, os Pontos fortes e fracos e o Plano de Marketing .