

Eduardo T. Feliczaki  
Geovane Arruda  
Paulo R. Urrio

*Plano de Negócios*

Guarapuava  
30 de Novembro de 2012

Eduardo T. Feliczaki

Geovane Arruda

Paulo R. Urio

## *Plano de Negócios*

Trabalho de elaboração de um plano de negócios para uma empresa fictícia apresentado à disciplina de Empreendedorismo, do sexto período do curso de Ciência da Computação.

Professor: Carlos Roberto Alves

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Guarapuava

30 de Novembro de 2012

# *Sumário*

<b>1</b>	<b>Sumário executivo</b>	p. 4
<b>2</b>	<b>Conceito do negócio</b>	p. 5
2.1	O negócio PetRoulette.net . . . . .	p. 5
2.2	O produto . . . . .	p. 5
<b>3</b>	<b>Equipe de gestão</b>	p. 6
<b>4</b>	<b>Mercado e competidores</b>	p. 7
4.1	Análise setorial . . . . .	p. 7
4.2	Mercado-alvo . . . . .	p. 7
4.3	Projeção de vendas e <i>market share</i> . . . . .	p. 7
4.4	Necessidades do cliente . . . . .	p. 7
4.5	Benefícios do PetRoulette . . . . .	p. 7
4.6	Competidores . . . . .	p. 7
4.7	Vantagem competitiva . . . . .	p. 7
<b>5</b>	<b>Marketing e vendas</b>	p. 8
5.1	Produto . . . . .	p. 8
5.2	Preço . . . . .	p. 8
5.3	Praça . . . . .	p. 8
5.4	Promoção . . . . .	p. 8
5.5	Estratégia de vendas . . . . .	p. 8

5.6	Parcerias estratégicas . . . . .	p. 8
<b>6</b>	<b>Estrutura e operação</b>	p. 9
6.1	Organograma funcional . . . . .	p. 9
6.2	Processos de negócio . . . . .	p. 9
6.3	Política de recursos humanos . . . . .	p. 9
6.4	Fornecedores de serviços . . . . .	p. 9
6.5	Infra-estrutura e localização . . . . .	p. 9
6.6	Tecnologia . . . . .	p. 9
<b>7</b>	<b>Estratégia de crescimento</b>	p. 10
7.1	Análise SWOT . . . . .	p. 10
7.2	Cronograma . . . . .	p. 10
<b>8</b>	<b>Previsões dos resultados econômicos e financeiros</b>	p. 11
8.1	Evolução dos resultados econômicos . . . . .	p. 11
8.2	Composição dos principais gastos . . . . .	p. 11
8.3	Evolução dos resultados financeiros . . . . .	p. 11
8.4	Investimentos . . . . .	p. 11
8.5	Indicadores de rentabilidade . . . . .	p. 11
8.6	Necessidade de aporte e contrapartida . . . . .	p. 11
8.7	Cenários alternativos . . . . .	p. 11
8.8	Plano incluindo américa latina . . . . .	p. 11
	<b>Referências Bibliográficas</b>	p. 12

# *1 Sumário executivo*

## *2 Conceito do negócio*

(BYGRAVE; ZACHARAKIS, 2010)

(CUERVO; RIBEIRO; ROIG, 2007)

### **2.1 O negócio PetRoulette.net**

### **2.2 O produto**

### *3 Equipe de gestão*

## *4 Mercado e competidores*

4.1 Análise setorial

4.2 Mercado-alvo

4.3 Projeção de vendas e *market share*

4.4 Necessidades do cliente

4.5 Benefícios do PetRoulette

4.6 Competidores

4.7 Vantagem competitiva



## ***5 Marketing e vendas***

(MOORE; PAREEK, 2010)

(??)

### **5.1 Produto**

### **5.2 Preço**

### **5.3 Praça**

### **5.4 Promoção**

### **5.5 Estratégia de vendas**

### **5.6 Parcerias estratégicas**

## ***6 Estrutura e operação***

(SLACK; CHAMBERS; JOHNSTON, 2009)

(??)

(NIGEL, 2009)

### **6.1 Organograma funcional**

### **6.2 Processos de negócio**

### **6.3 Política de recursos humanos**

### **6.4 Fornecedores de serviços**

### **6.5 Infra-estrutura e localização**

### **6.6 Tecnologia**

## ***7 Estratégia de crescimento***

(PORTER, 2003)

(PORTER, 2008)

(WESTON; BRIGHAM, 2000)

### **7.1 Análise SWOT**

### **7.2 Cronograma**

## *8 Previsões dos resultados econômicos e financeiros*

(GITMAN; JOEHNK, 2008)

(GITMAN, 2006)

- 8.1 Evolução dos resultados econômicos
- 8.2 Composição dos principais gastos
- 8.3 Evolução dos resultados financeiros
- 8.4 Investimentos
- 8.5 Indicadores de rentabilidade
- 8.6 Necessidade de aporte e contrapartida
- 8.7 Cenários alternativos
- 8.8 Plano incluindo américa latina

## *Referências Bibliográficas*

BYGRAVE, W.; ZACHARAKIS, A. *Entrepreneurship*. [S.l.]: John Wiley & Sons, 2010. ISBN 9780470450376.

CUERVO, Á.; RIBEIRO, D.; ROIG, S. *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*. [S.l.]: Springer, 2007. ISBN 9783540485421.

GITMAN, L. *Principios de Administracao Financeira*. [S.l.]: Bookman, 2006. ISBN 9788573077766.

GITMAN, L.; JOEHNK, M. *Fundamentals of Investing*. [S.l.]: Pearson Addison Wesley, 2008. (The Addison-Wesley Series in Finance). ISBN 9780321468512.

MOORE, K.; PAREEK, N. *Marketing: The Basics*. [S.l.]: Taylor & Francis Group, 2010. (The Basics). ISBN 9780415778992.

NIGEL, S. *Operations Strategy, 2/E*. [S.l.]: Pearson Education, 2009. ISBN 9788131725726.

PORTER, M. *The Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. [S.l.]: Simon & Schuster, 2003. ISBN 9780743260886.

PORTER, M. *On Competition, Updated And Expanded Edition*. [S.l.]: Harvard Business School Pub., 2008. (Harvard Business Review Book Series). ISBN 9781422126967.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. *Operations and Process Management: Principles and Practice for Strategic Impact*. [S.l.]: Prentice Hall, 2009. ISBN 9780273718512.

WESTON, J.; BRIGHAM, E. *Fundamentos da administração financeira*. [S.l.]: MAKRON, 2000. ISBN 9788534607957.