

Eduardo T. Feliczaki
Geovane Fedrecheski
Paulo R. Urrio

Plano de Negócios

Guarapuava

30 de Novembro de 2012

Eduardo T. Feliczaki
Geovane Fedrecheski
Paulo R. Urío

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

1	Sumário executivo	p. 3
2	Conceito do negócio	p. 4
2.1	A oportunidade	p. 5
3	Mercado e competidores	p. 6
4	Marketing e vendas	p. 7
5	Estrutura e operação	p. 8
5.1	Organograma funcional	p. 8
5.2	Processos de negócio	p. 8
5.3	Política de recursos humanos	p. 8
5.4	Fornecedores de serviços	p. 8
5.5	Infra-estrutura e localização	p. 8
5.6	Tecnologia	p. 8
6	Estratégia de crescimento	p. 9
6.1	Análise SWOT	p. 9
6.2	Cronograma	p. 9
7	Previsões dos resultados econômicos e financeiros	p. 10
7.1	Evolução dos resultados econômicos	p. 10
7.2	Composição dos principais gastos	p. 10
7.3	Evolução dos resultados financeiros	p. 10

7.4	Investimentos	p. 10
7.5	Indicadores de rentabilidade	p. 10
7.6	Necessidade de aporte e contrapartida	p. 10
7.7	Cenários alternativos	p. 10
7.8	Plano incluindo américa latina	p. 10

1 Sumário executivo

Trata-se de uma aplicação Web freemium que permite a adoção e venda de animais domésticos. O animal é cadastrado pelo dono no sistema, então o dono postará um vídeo do animal em questão. O site funciona através da exibição aleatória de todos os animais cadastrados em sua região, assim, se o usuário gostar de algum, pode obter informações de onde encontrá-lo. Usuários comuns tem apenas o privilégio de escolher o tipo de animal, usuários premium, além da opção de cadastro de animais, possuem a opção de filtragem avançada, através de raça, cor, sexo, etc.

2 *Conceito do negócio*

Existem três componentes cruciais para um novo negócio bem sucedido: a oportunidade, o empreendedor (e o time de gerenciamento, se é um negócio de alto risco) e os recursos necessários para iniciar a empresa e fazê-la crescer (??). Estes três componentes devem se encaixar bem. A figura 2.1 mostra como os componentes são relacionados. No centro deste *framework* está o plano de negócio, o resultado da integração dos três ingredientes básicos para um plano estratégico completo para o novo negócio. Não é suficiente ter uma ideia de primeira para um novo negócio se você tem um time de gerenciamento de segunda. Assim como ter apenas ideias e gerenciamento não é bom sem os recursos apropriados.

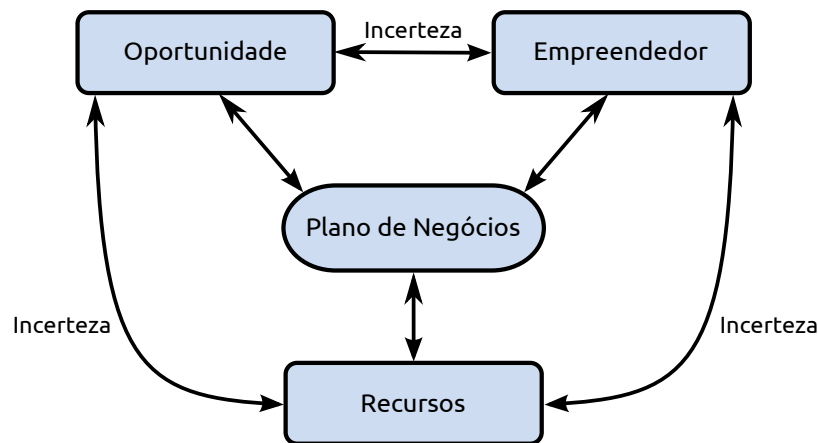


Figura 2.1: O relacionamento dos três componentes, baseado no *framework* de Jeffrey Timmons (??).

A força motriz crucial para qualquer tipo de tomada de risco é o empreendedor líder e o grupo de gerenciamento fundador.

2.1 A oportunidade

O maior equívoco sobre a ideia para um novo negócio é que ela deve ser única. A função de um empreendedor implica na descoberta, avaliação e exploração de oportunidades, em outras palavras, de novos produtos, serviços ou processos de produção; novas estratégias e formas organizacionais para novos mercados para produtos e entradas que anteriormente não existiam (??). A oportunidade de um empreendedor é uma ideia que ainda não foi avaliada economicamente ou não era esperada (??).

A ideia em si não o que é importante. No empreendedorismo, o desenvolvimento da ideia, a implementação e a construção de negócios bem sucedidos é o que realmente importa. Quando Alexander Fleming descobriu a penicilina por acaso, nunca pensou em desenvolvê-la como uma droga. Somente dez anos depois que Ernst Chain e Howard Florey viram o seu potencial uso, e logo ela estava sendo utilizada para tratar pacientes na Inglaterra.

3 *Mercado e competidores*

Toda empresa competindo em uma indústria tem sua estratégia competitiva, seja ela explícita ou implícita. Esta estratégia pode ter sido desenvolvida explicitamente através de um processo de planejamento ou então evoluiu implicitamente através de atividades de vários departamentos funcionais da empresa. Ao deixar por conta própria, cada departamento funcional irá inevitavelmente buscar abordagens ditadas pela orientação dos profissionais e pelo incentivo dos que estão no comando.

Essencialmente, o desenvolvimento de uma estratégia competitiva é o desenvolvimento de uma fórmula ampla de como o negócio deverá competir, quais serão seus objetivos e quais políticas adotar para atingir os objetivos. A figura 3.1 ilustra que a estratégia competitiva é a combinação dos *fin*s (objetivos) que a empresa persegue e os *meios* (políticas) que ela segue para atingí-los (??).



Figura 3.1: A roda da estratégia competitiva.

4 *Marketing e vendas*

Marketing é uma das funções centrais de uma empresa as outras são tipicamente Pesquisa Desenvolvimento (PD), Manufaturamento ou Operações, Finanças, TI, e Recursos Humanos (RH). Marketing é a mais crítica de todas as atividades, para qual sem um consumidor não há receita, deixando as outras funções sem muito o que fazer. O Marketing tem dois objetivos: atrair novos consumidores e mantê-los através da oferta de produtos que satisfazem outras necessidades e desejos. O princípio fundamento por baixo da teoria do marketing é que ao longo do curso de um dia, humanos intrinsicamente buscam coisas para satisfazer suas necessidades intrínsecas (??). Essas necessidades são classificadas em três grupos: física, social e individual. O grupo físico inclui necessidades como comida, abrigo e segurança. O social inclui o desejo de uma companhia ou aceitação dentro de um grupo. Finalmente, a auto-expressão e o desejo pelo conhecimento são tipos individuais de necessidades.

Para satisfazer...

5 *Estrutura e operação*

(??)

(??)

5.1 Organograma funcional

5.2 Processos de negócio

Inicialmente o cliente deseja anunciar um animal para adoção ou venda, ao acessar o site PetRoulette, o mesmo pode escolher anunciar seu animal no plano gratuito ou pago, no gratuito 30 dias de anúncio, todavia no pago o anúncio permanecerá por 30 dias, porém seu anúncio terá uma maior visibilidade. Existem três planos: o grátis, o *Premium* e o *Diamante*, o plano diamante permite o anúncio por até 60 dias. Tanto o plano Premium quanto o Diamante não exibem baner de propagandas. O cliente cadastra um link para um vídeo no Youtube e o vídeo é divulgado no site do *PetRoulette*.

5.3 Política de recursos humanos

5.4 Fornecedores de serviços

5.5 Infra-estrutura e localização

5.6 Tecnologia

6 Estratégia de crescimento

(??)

(??)

(??)

6.1 Análise SWOT

6.2 Cronograma

7 Previsões dos resultados econômicos e financeiros

(??)

(??)

- 7.1 Evolução dos resultados econômicos
- 7.2 Composição dos principais gastos
- 7.3 Evolução dos resultados financeiros
- 7.4 Investimentos
- 7.5 Indicadores de rentabilidade
- 7.6 Necessidade de aporte e contrapartida
- 7.7 Cenários alternativos
- 7.8 Plano incluindo américa latina