

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. 4
2	Conceito do negócio	p. 5
2.1	O negócio PetRoulette.net	p. 5
2.2	O produto	p. 5
3	Equipe de gestão	p. 6
4	Mercado e competidores	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
5	Marketing e vendas	p. 8
5.1	Produto/Serviço	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
6	Estrutura e operação	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
7	Estratégia de crescimento	p. 10
7.1	Análise SWOT	p. 10
7.2	Cronograma	p. 10
8	Previsões dos resultados econômicos e financeiros	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
	Referências	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/Serviço

Será prestado o serviço de intermediação de adoção de animais através da Internet. Existirá um serviço *Premium*, no qual os clientes terão benefícios (como remoção de propagandas), usuários *Premium* podem colocar animais para doação por 30 dias, existirá também o serviço *Diamante*, no qual o animal ficará em exposição por 60 dias.

5.2 Preço

Depende do tempo do anúncio. O serviço *Premium* (30 dias) terá um custo de R\$ 19,90 por animal cadastrado e o *Diamante* (60 dias) custará R\$ 34,90.

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

- 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.