
Fichamento e pontuação dos principais tópicos do Plano de Negócio SEBRAE

Docente: Sérgio Fred Ribeiro Andrade
Discentes: Ana Cristina e Marcus Vinícius
E-commerce: Periféricos personalizáveis

PARTE 1 – A ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Introdução

- O plano de negócio é comparado a um mapa de percurso para empreendedores.
 - Ele é crucial para determinar a viabilidade de uma ideia de negócio e fornece informações detalhadas para orientar o empreendimento.
 - A elaboração do plano requer persistência, pesquisa e criatividade.
-

Sumário Executivo:

- O sumário executivo é descrito como uma síntese abrangente do plano de negócio, contendo informações essenciais para avaliar a viabilidade do empreendimento e orientar as decisões futuras.
 - É enfatizada a importância de incluir dados dos empreendedores, experiência profissional, missão da empresa, setores de atividades, forma jurídica, enquadramento tributário, capital social e fonte de recursos.
-

Análise de Mercado:

- Estudo dos clientes: Além da identificação das características demográficas dos clientes, é enfatizada a importância de compreender seus interesses, comportamentos de compra e localização geográfica.
 - Estudo dos concorrentes: É ressaltada a necessidade de identificar os principais concorrentes, analisar seus pontos fortes e fracos e compreender suas estratégias de mercado.
 - Estudo dos fornecedores: Destaca-se a importância de identificar e avaliar os fornecedores de matérias-primas, equipamentos e serviços, considerando critérios como preço, qualidade e prazo de entrega.
-

1. Plano de Marketing:

- Descrição dos principais produtos e serviços: Detalhar os produtos ou serviços oferecidos, considerando características como tamanho, modelo, cor, embalagem, entre outros. Destacar a importância da qualidade percebida pelo consumidor.
 - Preço: Determinar o preço com base nos custos e na disposição do consumidor em pagar, comparando com preços praticados no mercado.
 - Estratégias promocionais: Desenvolver ações para apresentar, informar, convencer ou lembrar os clientes sobre os produtos ou serviços, considerando diferentes canais como propaganda, internet, amostras grátis, entre outros.
 - Estrutura de comercialização: Definir os canais de distribuição para alcançar os clientes, considerando vendedores internos, externos, representantes, entre outros.
 - Localização do negócio: Identificar a melhor localização para a empresa, considerando aspectos como contrato de locação, segurança, acessibilidade, proximidade de clientes e concorrentes, e fornecedores.
-

2. Plano Operacional:

- Layout ou arranjo físico: Distribuir os setores da empresa, recursos e pessoas de forma eficiente para aumentar produtividade e facilitar comunicação.
 - Capacidade produtiva/comercial/serviços: Estimar a capacidade de produção ou atendimento da empresa para evitar ociosidade e desperdício.
 - Processos operacionais: Descrever como as atividades serão realizadas, identificando responsáveis, materiais e equipamentos necessários.
 - Necessidade de pessoal: Projetar o pessoal necessário para o funcionamento do negócio, incluindo sócios, familiares e funcionários contratados.
-

3. Plano Financeiro:

- Investimento total: Determinar os recursos necessários para iniciar o negócio, considerando investimentos fixos, capital de giro e investimentos pré-operacionais.
 - Estimativa dos investimentos fixos: Listar os equipamentos, móveis e veículos necessários, com seus valores e quantidades.
 - Capital de giro: Calcular o montante necessário para o funcionamento normal da empresa, incluindo estoque inicial e caixa mínimo.
 - Investimentos pré-operacionais: Considerar gastos realizados antes do início das atividades, como reformas e taxas de registro.
 - Estimativa do faturamento mensal: Multiplicar a quantidade de produtos pelo preço de venda, considerando informações de mercado e concorrentes.
 - Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações: Calcular o custo dos materiais por unidade fabricada.
-

-
- Estimativa dos custos de comercialização: Registrar os gastos com impostos e comissões sobre as vendas.
 - Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas: Calcular o custo das matérias-primas ou mercadorias vendidas.
 - Estimativa dos custos com mão de obra: Definir o pessoal necessário e calcular os custos salariais e encargos sociais.
 - Estimativa do custo com depreciação: Calcular a depreciação dos investimentos fixos ao longo do tempo.
 - Estimativa dos custos fixos operacionais mensais: Identificar os gastos que não variam com o volume de produção ou vendas.
 - Demonstrativo de resultados: Prever o resultado da empresa, considerando faturamento e custos totais.
 - Indicadores de viabilidade: Calcular o ponto de equilíbrio, lucratividade, rentabilidade e prazo de retorno do investimento para avaliar a viabilidade do negócio.
 - Rentabilidade: Avalia a eficiência do investimento, indicando a capacidade da empresa de gerar lucro em relação ao capital investido.
-

PARTE 2 - A CONSTRUÇÃO DO SEU PLANO DE NEGÓCIO

1. Análise de mercado - Estudo dos clientes

Público-alvo (perfil dos clientes)

Pessoas físicas de qualquer gênero, geralmente de uma faixa etária mais jovem (16-30) que tenham interesse em cultura pop ou design gráfico e ganham um pouco mais de R\$3000,00.

Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

Os clientes costumam comprar nosso produto esporadicamente, majoritariamente online e estão dispostos a pagar um valor mais alto devido à qualidade do produto e do atendimento.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

A área de abrangência do nosso negócio é nacional, visto que trabalhamos apenas online e disponibilizamos entrega a todo país.

1. Análise de mercado - Estudo dos concorrentes

| | Qualidade | Preço | Condições de Pagamento | Localização | Atendimento | Serviços aos clientes | Garantias oferecidas |
|--|-----------|-------------|------------------------|---|-------------|--|----------------------------|
| Sua Empresa TailorTech | alta | competitivo | flexível | online | excelente | suporte técnico | qualidade e funcionalidade |
| Concorrente 1 (nome) Customice | excelente | premium | flexível | online e físico perto do centro comercial | bom | manutenção, troca e instalação de switch | qualidade e funcionalidade |
| Concorrente 2 (nome) EstiloTec | boa | competitivo | flexível | online | bom | suporte técnico | restrita |
| Conclusões | | | | | | | |
| A TailorTech se destaca com preços competitivos e alta qualidade de produtos, além de oferecer um excelente atendimento ao cliente exclusivamente online, embora isso possa restringir o acesso a quem prefere experiências de compra físicas. Em contrapartida, Customize e EstiloTec apresentam limitações em atendimento e garantias, respectivamente, apesar da Customize oferecer vantagens como serviços adicionais e uma presença física que pode atrair clientes locais. | | | | | | | |

1. Análise de mercado - Estudo dos fornecedores

| Ordem | Descrição dos Itens a Serem Adquiridos (Matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços) | Nome do Fornecedor | Preço | Condições de pagamento | Prazo de entrega | Localização (estado e/ou município) |
|-------|--|--------------------|-----------|----------------------------|------------------|-------------------------------------|
| 1 | Placas de Circuito | Tech Parts Ltda. | R\$ 10,00 | 30 dias após entrega | 7 dias úteis | SP |
| 2 | Carcaças Personalizadas | CaseDesign | R\$ 15,00 | 50% encomenda, 50% entrega | 10 dias úteis | MG |
| 3 | Cabos USB | Connect Cables | R\$ 5,00 | 30 dias após entrega | 5 dias úteis | SC |
| 4 | Tintas Especiais | ColorTech | R\$ 20,00 | À vista | 2 dias úteis | PR |
| 5 | Embalagens Personalizadas | PackPrint | R\$ 1,00 | 30 dias após entrega | 3 dias úteis | SP |
| 6 | Serviços de Serigrafia | PrintWorks | R\$ 50,00 | 50% encomenda, 50% entrega | 7 dias úteis | RS |
| 7 | | | | | | |
| 8 | | | | | | |
| 9 | | | | | | |
| 10 | | | | | | |

2. Plano de Marketing:

2.1 - Descrição dos principais produtos e serviços

Principais produtos (a serem fabricados, revendidos ou serviços prestados):

Nosso e-commerce oferecerá uma variedade de periféricos personalizáveis, incluindo mouse, teclado, mousepad e headset. Cada produto será customizável, permitindo aos clientes escolherem entre diferentes designs, cores, padrões e até mesmo temas personalizados. Nosso foco será fornecer periféricos que combina funcionalidade com estilo exclusivo, atendendo às necessidades e preferências individuais de cada cliente.

2. Plano de Marketing:

2.2 - Preço

Os preços (em média) serão competitivos no mercado, alinhados com a qualidade dos produtos e os preços dos nossos concorrentes diretos.

Mouse: R\$ 399,99

Teclado: R\$ 449,99

Mousepad: R\$ 49,99

Headset: R\$ 799,99

2. Plano de Marketing:

2.3 - Estratégias promocionais

Descreva as estratégias de promoção e divulgação que irá utilizar:

Utilizaremos publicidade online, ofertas especiais sazonais, parcerias com influenciadores, participação em eventos do setor e programas de fidelidade para promover os produtos.

2. Plano de Marketing:

2.4 - Estrutura de comercialização

Formas de comercialização e distribuição (descreva abaixo quais serão utilizadas):

Nossa estrutura de comercialização será online, com um website intuitivo que ofereça uma experiência de compra conveniente e personalizada. Adotaremos uma abordagem que permita aos clientes fazerem compras tanto pelo nosso site quanto por meio de dispositivos móveis. Investiremos em logística eficiente para garantir a entrega rápida e segura dos produtos aos clientes, além de oferecermos opções de frete flexíveis.

2. Plano de Marketing:

2.5 - Localização do negócio

Considerações sobre o ponto (localização), que justifiquem sua escolha:

Nosso negócio será estritamente online.

3. Plano Operacional:

3.1 - Layout ou arranjo físico

Desenhe abaixo um esquema de como ficarão as principais áreas e como serão alocadas máquinas, equipamentos, móveis, etc.

Nosso negócio será estritamente online.

3. Plano Operacional:

3.2 - Capacidade produtiva/ comercial/serviços

Qual será a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização? Qual será o volume de produção (ou serviços) e comercialização iniciais?

3. Plano Operacional:

3.3 - Processos operacionais

Descreva como serão feitas as principais atividades do negócio

Implementamos um sistema de gestão de pedidos integrado para processamento eficiente, personalização precisa dos produtos de acordo com as especificações dos clientes, logística ágil para entrega e gestão de estoque otimizada para equilibrar oferta e demanda.

3. Plano Operacional:

3.4 - Necessidade de pessoal

| Cargo/função | Qualificações necessárias |
|----------------------|-----------------------------------|
| sócio | experiência com e-commerce |
| técnico de TI | conhecimento em TI |
| gerente de marketing | experiência com divulgação online |
| financeiro | formação em adm/economia |
| jurídico | formação em direito |

3. Plano Operacional:

3.4 - Necessidade de pessoal

| Cargo/função | Qualificações necessárias |
|----------------------|-----------------------------------|
| sócio | experiência com e-commerce |
| técnico de TI | conhecimento em TI |
| gerente de marketing | experiência com divulgação online |
| financeiro | formação em adm/economia |
| jurídico | formação em direito |

4. Plano Financeiro:

4.1 - Estimativa dos investimentos fixos

A – Máquinas e equipamentos

| | Descrição | Qtde. | Valor Unitário | Total |
|------------|-----------------------------------|-------|----------------|------------|
| 1 | Computadores de Alto Desempenho | 2 | R\$ 7.500 | R\$ 15.000 |
| 2 | Licenças de Software (IDEs, etc.) | 2 | R\$ 1.500 | R\$ 3.000 |
| 3 | Sistema de Backup (HD Externo) | 2 | R\$ 500 | R\$ 1.000 |
| 4 | Roteador de Alta Velocidade | 1 | R\$ 750 | R\$ 750 |
| 5 | | | | |
| 6 | | | | |
| 7 | | | | |
| 8 | | | | |
| 9 | | | | |
| 10 | | | | |
| Total de A | | | R\$10.250 | R\$19.750 |

4. Plano Financeiro:

4.1 - Estimativa dos investimentos fixos

B – Móveis e utensílios

| | Descrição | Qtde. | Valor Unitário | Total |
|--------------|-----------------------|-------|----------------|--------------|
| 1 | Mesas de Escritório | 2 | R\$ 800 | R\$ 1.600 |
| 2 | Cadeiras Ergonômicas | 2 | R\$ 500 | R\$ 1.000 |
| 3 | Organizadores de Mesa | 2 | R\$ 50 | R\$ 100 |
| 4 | | | | |
| 5 | | | | |
| 6 | | | | |
| 7 | | | | |
| 8 | | | | |
| 9 | | | | |
| 10 | | | | |
| Sub-total(a) | | | | \$ R\$ 2.700 |

4. Plano Financeiro:

4.1 - Estimativa dos investimentos fixos

OBS: Tabela C não se aplica ao projeto. Logo, foram contabilizadas apenas as tabelas A e B

| | | | |
|--|--------------------------------------|------------------------------|----------------------|
| | Total dos investimentos fixos | Sub-total (A+B+C) | \$ R\$ 22.450 |
|--|--------------------------------------|------------------------------|----------------------|

4. Plano Financeiro:

4.2 - Capital de giro

A – Estimativa do estoque inicial

| | Descrição | Qtde. | Valor Unitário | Total |
|------------|----------------------------|-------|----------------|-------------|
| 1 | Mouses Personalizáveis | 100 | R\$150 | R\$15.000 |
| 2 | Teclados Personalizáveis | 100 | R\$ 200 | R\$ 20.000 |
| 3 | Mouse Pads Personalizáveis | 200 | R\$ 100 | R\$ 20.000 |
| 4 | Headsets Personalizáveis | 50 | R\$ 300 | R\$ 15.000 |
| 5 | Kits de Personalização | 300 | R\$ 50 | R\$ 15.000 |
| 6 | Tintas para Impressão | 50 | R\$ 200 | R\$ 10.000 |
| 7 | Ferramentas de Aplicação | 50 | R\$ 100 | R\$ 5.000 |
| 8 | Embalagens Customizadas | 500 | R\$ 20 | R\$ 10.000 |
| 9 | | | | |
| 10 | | | | |
| Total de A | | | | R\$ 110.000 |

4. Plano Financeiro:

4.2 - Capital de giro

B – Caixa mínimo

Passo 1: Cálculo do prazo médio de vendas

| Prazo médio de vendas | (%) | Número de dias | Média Ponderada em dias |
|-----------------------|-----|----------------|-------------------------|
| a vista | 20% | 0 | 0 |
| a prazo (1) | 45% | 30 | 13,5 |
| a prazo (2) | 30% | 60 | 18 |
| a prazo (3) | 5% | 90 | 4,5 |
| a prazo (4) | 0% | | 0 |
| Prazo médio total | | | 36 |

Média Ponderada em dias é calculada multiplicando o percentual das vendas pelo número de dias e depois somando todos esses valores:

$$(0.20 \times 0) + (0.45 \times 30) + (0.30 \times 60) + (0.05 \times 90) = 0 + 13.5 + 18 + 4.5 = 36 \text{ dias}$$

4. Plano Financeiro:

4.2 - Capital de giro

B – Caixa mínimo

Passo 2: Cálculo do prazo médio de compras

| Prazo médio de vendas | (%) | Número de dias | Média Ponderada |
|-----------------------|-----|----------------|-----------------|
| a vista | 50% | 0 | 0 |
| a prazo (1) | 50% | 30 | 15 |
| a prazo (2) | 0% | | 0 |
| a prazo (3) | 0% | | 0 |
| a prazo (4) | 0% | | 0 |
| Prazo médio total | | | 15 |

Média Ponderada em dias é calculada multiplicando o percentual das compras pelo número de dias e depois somando todos esses valores:

$$(0.50 \times 0) + (0.50 \times 30) = 0 + 15 = 15 \text{ dias}$$

4. Plano Financeiro:

4.2 - Capital de giro

B – Caixa mínimo

Passo 3: Cálculo da necessidade média de estoques

| | Número de dias |
|-------------------------------|----------------|
| Necessidade média de estoques | 5 |

Prazo Médio de Estocagem (PME): é o número de dias que a mercadoria ou matéria-prima fica armazenada no estoque da empresa desde o momento da aquisição até a venda

4. Plano Financeiro:

4.2 - Capital de giro

B – Caixa mínimo

Passo 4: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

| | Número de dias |
|---|----------------|
| Recursos da empresa fora do seu caixa | |
| 1. Contas a Receber – prazo médio de vendas | 36 |
| 2. Estoques – necessidade média de estoques | 5 |
| Subtotal 1 (item 1 + 2) | 41 |
| Recursos de terceiros no caixa da empresa | |
| 3. Fornecedores – prazo médio de compras | 15 |
| Subtotal 2 | 15 |
| Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (Subtotal 1 – Subtotal 2) | 26 |

4. Plano Financeiro:

4.2 - Capital de giro

B – Caixa mínimo

Passo 4: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

- 1. Subtotal 1 (Recursos da empresa fora do seu caixa):**
Contas a Receber + Estoques
36 dias (Contas a Receber) + 5 dias (Estoques) = 41 dias
Subtotal 2 (Recursos de terceiros no caixa da empresa):
- 2. Fornecedores:**
15 dias (Fornecedores)
- 3. Necessidade Líquida de Capital de Giro em Dias:**
Subtotal 1 – Subtotal 2
41 dias - 15 dias = 26 dias

4. Plano Financeiro:

4.2 - Capital de giro

B – Caixa mínimo

| | |
|--|----------------------|
| 1. Custo fixo mensal (Quadro 5.11) | R\$ 4.400,00 |
| 2. Custo variável mensal (Subtotal 2 do quadro 5.12) | R\$ 9.000,00 |
| 3. Custo total da empresa (item 1 + 2) | R\$ 13.400,00 |
| 4. Custo total diário (item 3 ÷ 30 dias) | R\$ 446,66 |
| 5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (vide resultado do quadro anterior) | <u>26</u> dias |
| Total de B – Caixa mínimo (item 4 x 5) | R\$ 11.613,16 |

4. Plano Financeiro:

4.2 - Capital de giro

Capital de giro (resumo)

Capital de giro (resumo)

| Investimentos financeiros | R\$ |
|--|-----|
| A - Estoque inicial | |
| B - Caixa mínimo | |
| Total do capital de giro (A +B) | |