

Resumo P2

Patrick de Angeli

December 15, 2024

Contents

1	Plano de Negócios	2
1.1	Definição	2
1.2	Objetivos	2
1.3	Estrutura	2
2	Marketing	3
2.1	Definição	3
2.2	Processo de Marketing	3
3	Operações	4
3.1	Definição	4
3.2	Processo de Transformação	4
4	Finanças	5
4.1	Definição	5
4.2	Funções Principais	5

1 Plano de Negócios

1.1 Definição

Um plano de negócios é um documento crucial para qualquer empreendimento, servindo como um guia detalhado que descreve os objetivos do negócio e os passos necessários para alcançá-los. Ele auxilia na identificação e mitigação de riscos e incertezas, aumentando as chances de sucesso do negócio.

1.2 Objetivos

- Testar a viabilidade da ideia, verificando se ela possui potencial de retorno econômico.
- Orientar o desenvolvimento das operações e da estratégia, definindo o caminho a ser seguido pela empresa.
- Atrair recursos financeiros, demonstrando a solidez do negócio para potenciais investidores.
- Transmitir credibilidade para stakeholders, como bancos, investidores e parceiros.
- Desenvolver a equipe de gestão, alinhando a visão e os objetivos do negócio a todos os membros da equipe.

1.3 Estrutura

- **Sumário Executivo:** Apresentação concisa dos principais pontos do plano.
- **Descrição da Empresa:** Detalhes sobre a empresa, como missão, visão, valores, estrutura organizacional, histórico e localização.
- **Produtos e Serviços:** Descrição detalhada dos produtos e serviços oferecidos, incluindo seus diferenciais e vantagens competitivas.
- **Análise de Mercado:** Análise do mercado em que a empresa atua, incluindo a identificação do público-alvo, a análise da concorrência, as tendências de mercado e as oportunidades e ameaças.
- **Plano de Marketing:** Estratégias para alcançar o mercado-alvo, incluindo as estratégias de produto, preço, praça (distribuição) e promoção.
- **Plano Operacional:** Descrição detalhada de como a empresa irá operar, incluindo os processos de produção, a gestão de estoques, a logística e a infraestrutura.

- **Plano Financeiro:** Projeções financeiras da empresa, incluindo as receitas, os custos, os investimentos, o fluxo de caixa e os indicadores de rentabilidade.
- **Plano de Recursos Humanos:** Estratégias para a gestão de pessoas, incluindo o recrutamento, a seleção, o treinamento, o desenvolvimento, a remuneração e os benefícios.
- **Análise de Riscos:** Identificação e análise dos principais riscos que a empresa enfrenta, bem como as estratégias para mitigá-los.
- **Plano de Sustentabilidade:** Estratégias que visam garantir que a empresa tenha um impacto ambiental positivo ou neutro, incluindo o uso eficiente de recursos naturais, redução de emissões de carbono e responsabilidade social.

2 Marketing

2.1 Definição

Marketing é o processo de criação, comunicação e entrega de valor para os clientes e para a gestão de relacionamentos com eles de forma que beneficiem a organização e seus stakeholders.

2.2 Processo de Marketing

- **Compreender o mercado e as necessidades dos clientes:** Através de pesquisa de mercado, o profissional de marketing precisa identificar as necessidades e desejos dos seus clientes, bem como as tendências e oportunidades do mercado.
- **Desenvolver uma estratégia de marketing orientada para o cliente:** Com base nas informações coletadas na etapa anterior, o profissional de marketing deve desenvolver uma estratégia de marketing que atenda às necessidades dos clientes e os posicione em relação à concorrência.
- **Construir um programa de marketing integrado que entregue valor superior:** O programa de marketing deve incluir um mix de marketing eficaz, que combine produto, preço, praça e promoção de forma sinérgica.
- **Construir relacionamentos lucrativos com os clientes:** O objetivo do marketing é construir relacionamentos duradouros com os clientes, que gerem valor para ambas as partes.
- **Capturar valor dos clientes para criar lucros e valor para o cliente:** O sucesso do marketing é medido pela capacidade da empresa de capturar valor dos clientes, gerando lucro e satisfação.

3 Operações

3.1 Definição

Administração de operações é a área de administração que trata da gestão dos recursos e das atividades necessárias para a produção de bens e serviços.

3.2 Processo de Transformação

O processo de transformação é o núcleo da **Administração de Operações**, responsável por converter **insumos** em **produtos** ou **serviços**. Esse processo permeia toda a organização, impactando e sendo impactado por outras áreas funcionais. A visão sistêmica é crucial para a compreensão da administração de operações e do processo de transformação.

O processo de transformação pode ser compreendido em três etapas principais:

1. Entrada (Input):

Compreende os recursos que serão utilizados no processo de transformação. Eles podem ser classificados em duas categorias:

- **Recursos Transformados:** São os recursos que sofrem alterações durante o processo.
 - Exemplos: Matérias-primas em uma fábrica, pacientes em um hospital, informações em um sistema contábil.
- **Recursos de Transformação:** São os recursos que atuam sobre os recursos transformados.
 - Exemplos: Instalações, equipamentos, tecnologias, trabalhadores.

2. Processo de Transformação:

É a etapa onde os insumos são convertidos em produtos ou serviços. Os tipos de processamento variam de acordo com a natureza do recurso transformado.

- **Processamento de Materiais:** Envolve a alteração das propriedades físicas dos materiais.
 - Exemplos: Indústrias manufatureiras, empresas de transporte, empresas de armazenagem.
- **Processamento de Informações:** Envolve a modificação das características, posse, estocagem ou localização das informações.
 - Exemplos: Empresas de contabilidade, institutos de pesquisa de mercado, bibliotecas, empresas de telecomunicações.
- **Processamento de Consumidores:** Envolve a alteração da localização, estado físico ou psicológico, ou acomodação dos consumidores.

– Exemplos: Empresas de turismo, hospitais, hotéis.

3. Saída (Output):

Consiste nos bens ou serviços resultantes do processo de transformação. As características dos outputs variam de acordo com o tipo de processo e os insumos utilizados.

- **Tangibilidade:** Grau em que o output pode ser tocado.
- **Estocabilidade:** Capacidade de armazenar o output.
- **Transportabilidade:** Facilidade de transportar o output.
- **Qualidade:** Grau de conformidade com as especificações e expectativas do cliente.

4 Finanças

4.1 Definição

Administração financeira é a área da organização responsável por gerir os recursos financeiros, garantindo sua utilização eficiente para atingir os objetivos organizacionais. Ela abrange decisões relacionadas a investimentos, financiamento e gestão de ativos, sempre buscando o equilíbrio entre risco e retorno.

4.2 Funções Principais

- **Planejamento Financeiro:** Definir metas financeiras e estratégias para alcançá-las.
- **Gestão de Capital de Giro:** Garantir que a organização tenha recursos suficientes para suas operações diárias.
- **Análise de Investimentos:** Avaliar projetos e oportunidades para determinar sua viabilidade e retorno esperado.
- **Captação de Recursos:** Buscar fontes de financiamento adequadas, como empréstimos, emissão de ações ou reinvestimento de lucros.
- **Controle Financeiro:** Monitorar receitas, despesas e desempenho financeiro para garantir a saúde financeira da organização.