

PLANO DE NEGÓCIO

→ **Elaboração de Planos de Negócios;**



Professora: Jaqueline Pinzon
jaquelinepinzon@ifsul.edu.br

O QUE É PLANO DE NEGÓCIO

Um plano de negócio é um documento que descreve os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas.



PARA QUE SERVE PLANO DE NEGÓCIO?

O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o seu ramo, os produtos e serviços que irá oferecer, seus clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, sobre os pontos fortes e fracos do seu negócio, contribuindo para a identificação da viabilidade de sua ideia e na gestão da empresa.



PLANO DE NEGÓCIO SEU MAPA DE PERCURSO

“Se quiser que algo seja bem feito, faça você mesmo.”





PLANO DE NEGÓCIO

Capa

Sumário

1. Sumário executivo
2. Análise do mercado e Estudo dos clientes.
3. Plano de Marketing
4. Plano Operacional
5. Plano Financeiro
6. Análise Estratégica(FOFA)

1. Sumário Executivo

1.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio;

1.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições;

1.3 Dados do empreendimento;

1.4 Missão da empresa;

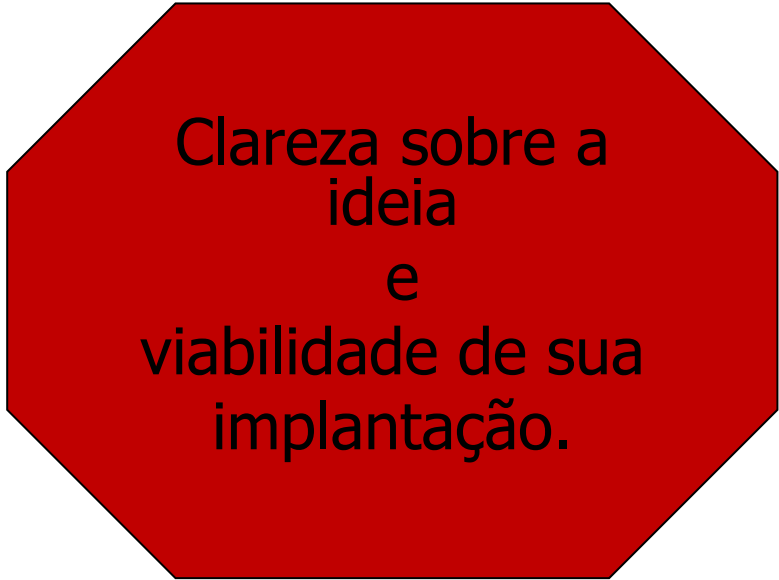
1.5 Setores de atividades;

1.6 Forma jurídica;

1.7 Enquadramento tributário;

1.8 Capital social;

1.9 Fonte de recursos.



Clareza sobre a
ideia
e
viabilidade de sua
implantação.

1. Sumário Executivo

1.1. Resumo dos principais pontos do plano de negócio

- ✓ o que é o negócio;
- ✓ quais os principais produtos e/ou serviços;
- ✓ quem serão seus principais clientes;
- ✓ onde será localizada a empresa;
- ✓ o montante de capital a ser investido;
- ✓ qual será o faturamento mensal;
- ✓ que lucro espera obter do negócio;
- ✓ em quanto tempo espera que o capital investido retorne.



ELABORAÇÃO PLANO DE NEGÓCIO

1. Sumário Executivo

1.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio;

1.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições;

1.3 Dados do empreendimento;

1.4 Missão da empresa;

1.5 Setores de atividades;

1.6 Forma jurídica;

1.7 Enquadramento tributário;

1.8 Capital social;

1.9 Fonte de recursos.



1. Resumo executivo

1.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições.

Sócio 1

Nome: _____

Endereço: _____

Cidade: _____ Estado: _____

Telefone 1 _____ Telefone 2 _____

Perfil (breve currículo)

Atribuições do sócio 1 (papel a ser desempenhado na sociedade)

ELABORAÇÃO PLANO DE NEGÓCIO

1. Sumário Executivo

1.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio;

1.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições;

1.3 Dados do empreendimento;

1.4 Missão da empresa;

1.5 Setores de atividades;

1.6 Forma jurídica;

1.7 Enquadramento tributário;

1.8 Capital social;

1.9 Fonte de recursos.

1. Resumo do Executivo

1.3 Dados do empreendimento;

Nome da Empresa: _____

Endereço: _____

Telefone: _____

CNPJ/CPF: _____

ELABORAÇÃO PLANO DE NEGÓCIO

1. Sumário Executivo

1.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio;

1.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições;

1.3 Dados do empreendimento;

1.4 Missão da empresa;

1.5 Setores de atividades;

1.6 Forma jurídica;

1.7 Enquadramento tributário;

1.8 Capital social;

1.9 Fonte de recursos.

1. Sumário Executivo

1.4. Missão da Empresa

Consiste em definir o papel que a empresa desempenha em sua área de atuação.

É a razão de sua existência e representa o seu ponto de partida, pois identifica e dá rumo ao negócio.

- ✓ Qual é o seu negócio?
- ✓ Quem é o consumidor?
- ✓ O que é valor para o consumidor?
- ✓ O que é importante para os empregados, fornecedores, sócios, comunidade, etc.

1. Sumário Executivo

Exemplos de Missão da Empresa

- ✓ **Empresa de alimentos.** Servir alimentos saborosos e de qualidade com rapidez e simpatia, em um ambiente limpo e agradável.
- ✓ **Locadora de veículos.** Oferecer soluções em transporte, por meio do aluguel de carros, buscando a excelência.
- ✓ **Hospital.** Promover a melhoria da qualidade de vida e satisfação das pessoas, praticando a melhor medicina, por meio de uma organização hospitalar autossustentável.

1. Sumário Executivo

Exemplo

MISSÃO: Contribuir para o crescimento de nossa nação, partindo da juventude, através do desenvolvimento humano e empresarial, agregando valores e rompendo paradigmas.

VISÃO: Ser referência no ramo de atuação até meados de 2023, buscando aprimoramento contínuo e inovando sempre.

Valores: Ética, Transparência, Efetividade e Competência.

ELABORAÇÃO PLANO DE NEGÓCIO

1. Sumário Executivo

- 1.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio;
- 1.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições;
- 1.3 Dados do empreendimento;
- 1.4 Missão da empresa;
- 1.5 Setores de atividades;
- 1.6 Forma jurídica;
- 1.7 Enquadramento tributário;
- 1.8 Capital social;
- 1.9 Fonte de recursos.

1. Sumário Executivo

1.5. Setores de atividade

Principais setores da economia

Agropecuária

São os negócios cuja atividade principal diz respeito ao cultivo do solo para a produção de vegetais (legumes, hortaliças, sementes, frutos, cereais, etc.) e/ou a criação e tratamento de animais (bovino, suíno, etc.). Ex: plantio de pimenta, cultivo de laranja, apicultura, criação de peixes ou cabras.

Indústria

São as empresas que transformam matérias-primas em produtos acabados, com auxílio de máquinas ou manualmente. Abrange desde o artesanato até a moderna produção de instrumentos eletrônicos. Ex: fábrica de móveis, confecção de roupas, marcenaria.

Principais setores da economia

Comércio

São as empresas que vendem mercadorias diretamente ao consumidor – no caso do comércio varejista – ou aquelas que compram do fabricante para vender para o varejo – comércio atacadista. Ex: papelaria, lanchonete, loja de roupas, distribuidora de bebidas.

Prestação de serviços

São as empresas cujas atividades não resultam na entrega de mercadorias e, sim, no oferecimento do próprio trabalho ao consumidor. Ex: lavanderia, oficina mecânica, escritório de consultoria, escola infantil.

ELABORAÇÃO PLANO DE NEGÓCIO

1. Sumário Executivo

- 1.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio;
- 1.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições;
- 1.3 Dados do empreendimento;
- 1.4 Missão da empresa;
- 1.5 Setores de atividades;
- 1.6 Forma jurídica;
- 1.7 Enquadramento tributário;
- 1.8 Capital social;
- 1.9 Fonte de recursos.

1. Sumário Executivo

1.6 Forma Jurídica

O primeiro passo para que uma empresa exista é a sua **CONSTITUIÇÃO formal**. **Para tanto**, é necessário definir sua forma jurídica. A forma jurídica determina a maneira pela qual ela será tratada pela lei, assim como o seu relacionamento jurídico com terceiros.

1.6.1 FIRMA INDIVIDUAL: empresa de uma só pessoa. O empresário (pessoa física) e a empresa (pessoa jurídica) têm uma identificação bastante forte.

1.6.2 SOCIEDADE LIMITADA: é aquela em que cada quotista, ou sócio, entra com uma parcela do capital social, ficando responsável diretamente pela integralização da cota que subscreveu e indiretamente ou subsidiariamente, pela integralização das cotas subscritas por todos os outros sócios.

ELABORAÇÃO PLANO DE NEGÓCIO

1. Sumário Executivo

- 1.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio;
- 1.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições;
- 1.3 Dados do empreendimento;
- 1.4 Missão da empresa;
- 1.5 Setores de atividades;
- 1.6 Forma jurídica;
- 1.7 Enquadramento tributário;
- 1.8 Capital social;
- 1.9 Fonte de recursos.

1. Sumário Executivo

1.7 Enquadramento Tributário

Basicamente, a pequena empresa pode adotar três formas diferentes para o cálculo e o recolhimento dos impostos junto ao Governo Federal: o **EMPREENDEDOR INDIVIDUAL**, o **REGIME NORMAL** ou o **SIMPLES NACIONAL**.



1. Sumário Executivo

1.7 Enquadramento Tributário

O Empreendedor Individual é o empresário individual com receita bruta ano de até R\$ 81.000,00, que tenha um empregado que ganhe salário mínimo ou o salário mínimo da respectiva categoria profissional e não possua mais de um estabelecimento nem participe de outra empresa como titular, sócio ou administrador. Nessa modalidade, o recolhimento dos impostos e contribuições é feito em valores fixos mensais.

1. Sumário Executivo

O SIMPLES é destinado às empresas que – com possibilidade de enquadramento – se beneficiarão da redução e simplificação de tributos, além do recolhimento de um imposto único. O enquadramento no SIMPLES está sujeito à aprovação da Receita Federal e leva em consideração a atividade e a estimativa de faturamento.

O Regime Normal as empresas recolhem os impostos da forma convencional, cumprindo todos os requisitos previstos em lei para cada imposto.

ELABORAÇÃO PLANO DE NEGÓCIO

1. Sumário Executivo

- 1.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio;
- 1.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições;
- 1.3 Dados do empreendimento;
- 1.4 Missão da empresa;
- 1.5 Setores de atividades;
- 1.6 Forma jurídica;
- 1.7 Enquadramento tributário;
- 1.8 Capital social;
- 1.9 Fonte de recursos.

1. Sumário Executivo

1.8 Capital Social

O capital social é representado por todos os recursos (dinheiro, equipamentos, ferramentas, etc.) colocado(s) pelo(s) proprietário(s) para a montagem do negócio.

1.9. Fonte de Recursos

Aqui você irá determinar de que maneira serão obtidos os recursos para a implantação da empresa. Para o início das atividades, você pode contar com recursos próprios, de terceiros ou com ambos.

Análise de Mercado

Estudos dos Clientes

1º passo: identificando as características gerais dos clientes.

• Se pessoas **físicas**

Qual a faixa etária?

Na maioria são homens ou mulheres?

Têm família grande ou pequena?

Qual é o seu trabalho?

Quanto ganham?

Qual é a sua escolaridade?

Onde moram?

• Se pessoas **jurídicas**

Em que ramo atuam?

Que tipo de produtos ou serviços oferecem?

Quantos empregos possuem?

Há quanto tempo estão no mercado?

Possuem filial? Onde?

Qual a sua capacidade de pagamento?

Tem uma boa imagem no mercado?

Análise de Mercado

Estudos dos Clientes

2º passo: identificando os interesses e comportamento dos clientes.

- Que quantidade e com qual frequência compram esse produto ou serviço?
- Onde costumam comprar?
- Que preço pagam atualmente por esse produto ou serviço similar?

3º passo: identificando o que leva essas pessoas a comprar.

- O preço?
- A qualidade dos produtos e/ou serviços?
- A marca?
- O prazo de entrega ou de pagamento?
- O atendimento da empresa?

Análise de Mercado

Estudos dos Clientes

4º passo: identificando onde estão os seus clientes.

- Qual o tamanho do mercado em que você irá atuar?
- É apenas sua rua? No seu bairro? Sua Cidade?
- Todo o Estado?
- No País todo ou outros países?
- Seus clientes encontrarão sua empresa com facilidade?

Análise de Mercado

Estudos dos Clientes

Suas Conclusões

- Sua empresa poderá competir com as outras que já estão há mais tempo no ramo?
- O que fará com que as pessoas deixem de ir aos concorrentes para comprar de sua empresa?
- Há espaço para todos, incluindo você?
- Se a resposta for sim, exemplifique os motivos disso. Caso contrário, que mudanças devem ser feitas para você concorrer em pé de igual com essas empresas?

Estudos dos Clientes

Público Alvo (perfil do cliente)

Comportamento dos Clientes (interesses e o que os leva a comprar)

Área de abrangência (onde estão os cliente)

Estudos dos Concorrentes

	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos Clientes	Garantias oferecidas
Sua Empresa							
Concorrente 1							
Concorrente 2							
Conclusões:							

Estudos dos Fornecedores

	Descrição dos itens a serem adquiridos	Nome do Fornecedor	Preço	Condições de Pagamento	Prazo de Entrega	Localização (estado e /ou município)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						

3.1 Descrição dos principais produtos

- Descrever os principais itens que serão fabricados, vendidos ou os serviços que serão prestados.
- Informe quais as linhas de produtos, especificando detalhes como tamanho, modelo, cor, sabores, embalagem, apresentação, rótulo, marca, etc.
- Se necessário, fotografe os produtos e coloque as fotos como documentação de apoio ao final do seu plano de negócio.
- Para empresas de serviço, informe quais serviços serão prestados, suas características e as garantias oferecidas.

3.2 Preço

Preço é o que consumidor está disposto a pagar pelo que você irá oferecer.

A determinação do preço deve considerar os custos do produto ou serviço e ainda proporcionar o retorno desejado.

Preço compatível com aquele praticado no mercado pelos concorrentes diretos.

3.3 Estratégias Promocionais

Promoção é toda ação que tem como objetivo apresentar, informar, convencer ou lembrar os clientes de comprar os seus produtos ou serviços e não os dos concorrentes. A seguir, estão relacionadas algumas estratégias que você poderá utilizar:

PLANO DE MARKETING

- propaganda em rádio, TV, jornais e revistas;
- internet;
- amostras grátis;
- mala direta, folhetos e cartões de visita;
- catálogos;
- carro de som e faixas;
- brindes e sorteios;
- descontos (de acordo com os volumes comprados);
- participação em feiras e eventos.

3.4. Estrutura de comercialização

Neste item descreva as Formas de comercialização e distribuição que serão utilizadas.

PLANO DE MARKETING

Um bom ponto comercial é aquele que gera um volume razoável de vendas. Por isso, se a localização é fundamental para o sucesso de seu negócio, leve em consideração os seguintes aspectos:

- Analise o contrato de locação, as condições de pagamento e o prazo do aluguel do imóvel;
- Verifique as condições de segurança da vizinhança;
- Observe a facilidade de acesso, o nível de ruído, as condições de higiene e limpeza e a existência de locais para estacionamento;

PLANO DE MARKETING

- Fique atento para a proximidade dos clientes que compram seus produtos e o fluxo de pessoas na região;
- Lembre-se de certificar da proximidade de concorrentes;
- Avalie a proximidade dos fornecedores, pois isso influencia no prazo de entrega e no custo do frete;
- Visite o ponto pelo menos três vezes, em horários alternados, para verificar o movimento de pessoas e de veículos no local.

4.1 Layout

Por meio do layout ou arranjo físico, você irá definir como será a distribuição dos diversos setores da empresa, de alguns recursos e das pessoas no espaço disponível. Um bom arranjo físico traz uma série de benefícios, como:

- aumento da produtividade;
- diminuição do desperdício e do retrabalho;
- maior facilidade na localização dos produtos pelos clientes na área de vendas;
- melhoria na comunicação entre os setores e as pessoas.

PLANO OPERACIONAL

4.2 Capacidade produtiva/comercial/serviços

É importante estimar a capacidade instalada da empresa, isto é, o quanto pode ser produzido ou quantos clientes podem ser atendidos com a estrutura existente. Com isso, é possível diminuir a ociosidade e o desperdício.

4.3 Processos Operacionais

É o momento de registrar como a empresa irá funcionar. Como serão feitas as várias atividades, como será a fabricação dos produtos, a venda de mercadorias, a prestação dos serviços e, até mesmo, as rotinas administrativas, quem serão os responsáveis, assim como os materiais e equipamentos necessários.

PLANO OPERACIONAL

4.4 Necessidade Pessoal

Faça a projeção do pessoal necessário para o funcionamento do negócio. Esse item inclui(s) sócio(s), os familiares (se for o caso) e as pessoas a serem contratadas.



PLANO FINANCEIRO

Investimento total

Nessa etapa, você irá determinar o total de recursos a ser investido para que a empresa comece a funcionar. O investimento total é formado pelos:

- Investimentos fixos.
- Capital de Giro.
- Investimentos pré-operacionais.

PLANO FINANCEIRO

5.1 Estimativas dos Investimentos Fixos

O investimento fixo corresponde a **todos** os bens que você deve comprar para que seu negócio possa funcionar de maneira apropriada.

- equipamentos,
- máquinas,
- móveis,
- utensílios,
- ferramentas
- e veículos

5.2 Capital de Giro

O capital de giro é o montante de recursos necessário para o funcionamento normal da empresa, compreendendo a compra de matérias-primas ou mercadorias, financiamento das vendas e o pagamento das despesas. Ao estimar o capital de giro para o começo das atividades da empresa, você deverá apurar o estoque inicial e o caixa mínimo necessário.

A – Estimativa do estoque inicial

B – Caixa Mínimo

PLANO FINANCEIRO

5.3 Investimentos Pré-operacionais

Compreendem os gastos realizados antes do início das atividades da empresa, isto é, antes que ela abra as portas e comece a vender. São exemplos de investimentos pré-operacionais: despesas com reforma (pintura, instalação elétrica, troca de piso, etc.) ou mesmo as taxas de registro da empresa.

5.4 Investimento Total

Agora que você estimou os valores para investimentos fixos, financeiros e pré-operacionais, é o momento de conhecer o total a ser investido no negócio.

5.5 Estimativa do Faturamento mensal da Empresa

Esta talvez, é uma das tarefas mais difíceis para quem ainda não iniciou as atividades. Uma forma de estimar o quanto a empresa irá faturar por mês é multiplicar a quantidade de produtos a serem oferecidos pelo seu preço de venda, que deve ser baseado em informações de mercado. Para isso, considere:

- ✓ o preço praticado pelos concorrentes diretos;
- ✓ o quanto seus potenciais clientes estão dispostos a pagar.



5.6 Estimativa do custo unitário da matéria-prima, materiais diretos e terceirizados

Aqui, será calculado o custo com materiais (matéria-prima + embalagem) para cada unidade fabricada. Essa informação é importante, caso você deseje abrir uma indústria.

5.7 Estimativas dos custos de comercialização

Aqui, serão registrados os gastos com impostos e comissões de vendedores ou representantes. Esse tipo de despesa incide diretamente sobre as vendas e, assim como o custo com materiais diretos ou mercadorias vendidas, é classificado como um custo variável.

5.8 Apuração dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

CMD – Custos com Materiais Diretos (para a indústria).

CMV – Custo das Mercadorias Vendidas (para o comércio).

Para calculá-lo, multiplicar a quantidade estimada de vendas pelo seu custo de fabricação ou aquisição.

5.9. Estimativa dos custos com mão-de-obra

Salário dos funcionários e encargos sociais (FGTS, férias, 13º salário, INSS, horas-extras, aviso prévio, etc.).

5.10. Estimativa do custo com depreciação

Cálculo:

- relacione as máquinas, equipamentos, ferramentas, utensílios, veículos, etc. utilizados.
- determine o tempo médio de vida útil (em anos) desses bens;
- divida o valor do bem pela sua vida útil em anos para saber o valor anual da depreciação; mensal divide por 12.

PLANO FINANCEIRO

5.10. Estimativas de custos

5.11. Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Os custos fixos são todos os gastos que não se alteram em função do volume de produção ou da quantidade vendida em um determinado período.

5.12. Demonstrativo de resultados

Após, reunir as informações sobre as estimativas de faturamento e os custos totais (fixos e variáveis), é possível prever o resultado da empresa, verificando se ela possivelmente irá operar com lucro ou prejuízo.

AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

7.1. Análise da matriz F.O.F.A.

A matriz F.O.F.A. é um instrumento de análise simples e valioso. Seu objetivo é detectar pontos fortes e fracos, com a finalidade de tornar a empresa mais eficiente e competitiva, corrigindo assim suas deficiências.

F	orças
O	portunidades
F	raquezas
A	meaças

AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

FORÇAS

Faça uso das forças

São características internas da empresa ou de seus donos que representam vantagens competitivas sobre seus concorrentes ou uma facilidade para atingir os objetivos propostos.

Exemplos:

- Atendimento personalizado ao cliente
- Preço de venda competitivo
- Equipe treinada e motivada
- Localização estratégica da empresa

OPORTUNIDADES

Explore as oportunidades

São situações positivas do ambiente externo que permitem à empresa alcançar seus objetivos ou melhorar sua posição no mercado.

Exemplos:

- Existência de linhas de financiamento
- Poucos concorrentes na região
- Aumento crescente da demanda
- Disponibilidade de bons imóveis para locação

AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

FRAQUEZAS

Elimine as fraquezas

São fatores internos que colocam a empresa em situação de desvantagem frente à concorrência ou que prejudicam sua atuação no ramo escolhido.

Exemplos:

- Pouca qualificação dos funcionários
- Indisponibilidade de recursos financeiros (capital)
- Falta de experiência anterior no ramo
- Custos de manutenção elevados

AMEAÇAS

Evite as ameaças

São situações externas nas quais se têm pouco controle e que colocam a empresa diante de dificuldades, ocasionando a perda de mercado ou a redução de sua lucratividade.

Exemplos:

- Impostos elevados e exigências legais rigorosas
- Existência de poucos fornecedores
- Escassez de mão-de-obra qualificada
- Insegurança e violência na região