

Plano de negócio





Índice de mortalidade de médias e pequenas empresas

Brasil: 70%

USA: 50%

Pesquisa *Small Business Administrator*: 98% falta ou falha de **planejamento**.



O que é Plano de Negócio?

- Descrição do empreendimento e modelo de negócio que sustenta a empresa.
- Orientação no ambiente de negócio.
- Deve responder:
 - Em que negócio estou?
 - O que vendo?
 - Qual é o meu mercado-alvo?



Para que planejar?

- Gerenciar negócio e apresentá-lo a investidores, bancos e clientes.
- Análise de risco dos agentes financeiros.
- Entender e estabelecer diretrizes para o negócio.
- Gerenciar de forma mais eficaz.
- Identificar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo.



Fatores de sucesso considerados no PN

- Conceito de negócio
 - Atendimento às necessidades de mercado.
 - Características de um negócio bem-sucedido:
 - Algo novo
 - Algo melhor
 - Um mercado novo ou mal-atendido



Fatores de sucesso considerados no PN

- Reconhecimento do mercado.
 - Tamanho do mercado.
 - Acessibilidade do mercado.
 - Receptividade do mercado.
 - Fatores que o afetam.



Fatores de sucesso considerados no PN

- Situação do setor
 - Levantar fatores que afetam o setor.
 - Setores em crise:
 - Dificuldades de financiamento.
 - Oportunidade se houver posicionamento adequado.
- Ex.: construção de novas casas x reformas.



Fatores de sucesso considerados no PN

- Enfoque empresarial consistente.
 - Reconhecimento da natureza da empresa
 - Definição das principais metas
 - Declaração da missão



Fatores de sucesso considerados no PN

- Gerenciamento competente.
 - Capacidade da equipe de diretores.
- Controle financeiro.
 - Previsão dos custos iniciais de operação.
- Previsão de mudanças.



Estrutura

- Sumário executivo – síntese das principais informações do plano explicita objetivo do plano em relação ao leitor.

Enunciado do projeto

Competência dos responsáveis

Produtos e tecnologia

Mercado potencial

Elementos de diferenciação

Previsão de vendas

Rentabilidade e projeções financeiras

Necessidades de financiamento



Estrutura

- A empresa

Histórico

Missão

Visão

Objetivos e metas de negócios

Situação atual: crescimento, faturamento dos últimos anos, estrutura organizacional e legal, certificações, parcerias e serviços terceirizados.



Estrutura

- Análise estratégica
- Ameaças e oportunidades
- Forças e fraquezas
- O setor
- A concorrência
- O mercado



Estrutura

- Plano de marketing

O produto: ciclo de vida, vantagens competitivas.

Planos de pesquisa e desenvolvimento.

Preço

Distribuição

Comunicação

Serviços ao cliente (venda e pós-venda)

Relacionamento com os clientes



Estrutura

- Plano financeiro
 - Investimento inicial
 - Projeção dos resultados
 - Projeção do fluxo de caixa
 - Projeção do balanço
 - Ponto de equilíbrio
 - Análise do investimento
 - Tempo de retorno do investimento
 - Valor atual líquido



DELIMITAÇÃO DO NEGÓCIO

Necessidades que se pretende satisfazer

Competências e habilidades para satisfazê-los



Posicionamento do negócio

Restrito: produto.
AI ou Eventos?

Amplo: demandas de mercado.
Soluções em Comunicação?
ou
Comunicação de resultados?



Decisões para definir a abrangência do negócio

- Dimensão do produto.
 - Necessidades do mercado.
 - Tecnologia de produtos/serviços.
 - Decisão relacionada ao diferencial e ao valor que ele agrega.



Decisões para definir a abrangência do negócio

- Abrangência geográfica.
 - Escolha de mercados específicos.
 - Aceitabilidade ou adequação do produto/serviço ao perfil de cliente.
 - Existência de produtos/serviços substitutos ou concorrentes.
- Quantos estágios da cadeia quer ou necessita participar.
 - Consultoria, assessoria, parcerias.



VISÃO

- Estabelece o foco, a direção da empresa rumo ao futuro.
- Onde se pretende que a organização esteja amanhã em seu ambiente e o que se deve fazer para isso.
- É orientada por valores e princípios.
- Deve ser viável.
- Orienta o estabelecimento de objetivos e metas.
- Motiva as pessoas.



Fatores para a elaboração da visão

- Aprendizado sobre mercado e ambiente.
- Marca.
- Alianças, parcerias, redes: interação de competências distintas.
- Potencial humano – comprometimento.



MISSÃO

- Razão de existir da empresa.
- Papel da organização em face da realidade.
- Delimita ação no espaço de negócio escolhido, dá senso de direção ao negócio.
- Deve ser compartilhada por todos os funcionários.



Características da missão

- Possui número limitado de metas.
- Enfatiza principais valores e políticas (essas definem como lidar com seus públicos de interesse).
- Define escopo competitivo.
- Define setor .
- Define produtos.
- Define competência (tecnologia, atendimento, comunicação) que apóiam sua atuação.
- Define segmento de mercado. Quem é nosso cliente? Quem poderá vir a ser nosso cliente? O que podemos fazer para manter os primeiros e conquistar novos?
- Define atuação geográfica: região, país estado, cidade, grupo de países.