

Plano de Negócios (roteiro)

Empresa Tal

1 Sumário Executivo

Deve ser feito por último. Imagine apresentar o seu plano em 30 segundos. Esta é a idéia.

Enfatize

- produtos e serviços que estás propondo ou oferecendo, ou explicação rápida da missão da empresa, mas enfatize a inovação e o diferencial competitivo
- o que já existe e o que está sendo desenvolvido
- fale do potencial da empresa e diga para que precisa de investimento
- fale da demanda por seu produto/serviço, do mercado potencial e das necessidades dos clientes potenciais

2 A Empresa

- razão social e nome fantasia

2.1 Missão, objetivos, políticas e valores

Defina uma missão que encante os clientes e motive os colaboradores

2.2 Metas e Visão

Pense onde você gostaria que a empresa chegasse ou que fosse num futuro

2.3 Estrutura Organizacional e Legal

- sócios e suas responsabilidades e funções
- participação dos sócios
- divisão em departamentos, diretorias, setores, etc.

2.4 Funcionários

Indique se já existem ou se serão necessários

- dirigentes
- pessoal técnico
- demais funcionários (apoio)

2.5 Perfil dos Empreendedores

- breve currículo de cada sócio (formação, experiência anterior, funções atuais, participações em associações, publicações, etc)
- não entre em detalhes de datas e locais ou nomes (só se for importante para o item seguinte)
- demonstrar a competência dos empreendedores no negócio (experiência anterior, conhecimentos, atuação na área específica da empresa, conexões e rede de relacionamentos)
- fale de empregos anteriores, mesmo que não na área do negócio, desde que contribuam para mostrar que você tem experiência e habilidades para o negócio

3 Produtos e Serviços

- descrição detalhada dos serviços e produtos já sendo oferecidos ou que poderão vir a ser oferecidos
- o que a empresa faz, para quem, com que benefício (proposição de valor), como oferece

3.1 Tecnologia Empregada

- descrição da tecnologia utilizada, enfatizando a modernidade e o diferencial (o que não existe em outras empresas)

3.2 Competência

- demonstrar que a empresa é competente na sua área de atuação
- indique negócios já feitos, negociações em andamento, trabalhos passados, publicações científicas, estudos realizados, cursos e treinamentos, formação técnica do pessoal, etc.
- trabalhos já realizados ou clientes atuais
- fale dos produtos que já existem e dos protótipos que precisam ser mais desenvolvidos

4 O Plano de Marketing

4.1 Áreas de Atuação

- ramo e mercado principal

4.2 Análise do Mercado Consumidor (clientes)

- clientes em potencial
- tipos de cliente: empresa, porte, pessoas físicas, onde se localizam
- necessidades dos clientes ainda não atendidas por outras empresas
- demanda e tamanho do mercado (estatísticas sobre clientes potenciais, quanto podem gastar, quanto compram)

4.3 Concorrência

- quem são, onde estão, o que e como oferecem
- dados descritivos de produtos similares ou concorrentes

4.4 Diferencial Competitivo

- o que as outras empresas não tem ou não oferecem
- qual a vantagem competitiva da sua empresa (de seus produtos e serviços)

4.5 Proposição de Valor

- o que a empresa oferece como benefício para seus clientes
- que tipo de valores serão agregados aos serviços ou produtos dos clientes
- descrição de áreas modernas de administração (CRM, business intelligence, comércio eletrônico, inteligência competitiva, gestão empresarial, avaliação de qualidade)
- cite os benefícios sociais da sua empresa: geração de empregos diretos e indiretos, inovação para outras empresas, redução de custos para outras empresas, pessoas físicas ou governo, inclusão social, redução nas importações, possibilidades de exportação

4.6 Parceiros de Negócios

- fornecedores atuais, já contatados, em potencial
- outras empresas que agregam valor ao ou que complementam o serviço ou produto oferecido
- instituições que podem dar chancela (dar aval do produto/serviço, ajudar na divulgação ou atrair clientes)

4.7 Estratégias de Marketing

- publicidade e propaganda: inicial para divulgação do início de atividades, periódicas e regulares, divulgação da marca
- estratégias para conquista de novos clientes e para fidelização
- estratégias para análise de clientes, segmentos, satisfação, lucratividade

5 Plano Financeiro

5.1 Custos e Despesas

- despesas iniciais e despesas regulares (fixas e variáveis)
- por etapa (por ano ou mês)
- discriminar por: materiais, infra-estrutura física (salas, prédios, móveis), infra-estrutura técnica (equipamentos), pessoal técnico, pessoal administrativo e de apoio, custos com divulgação, vendas e negociações

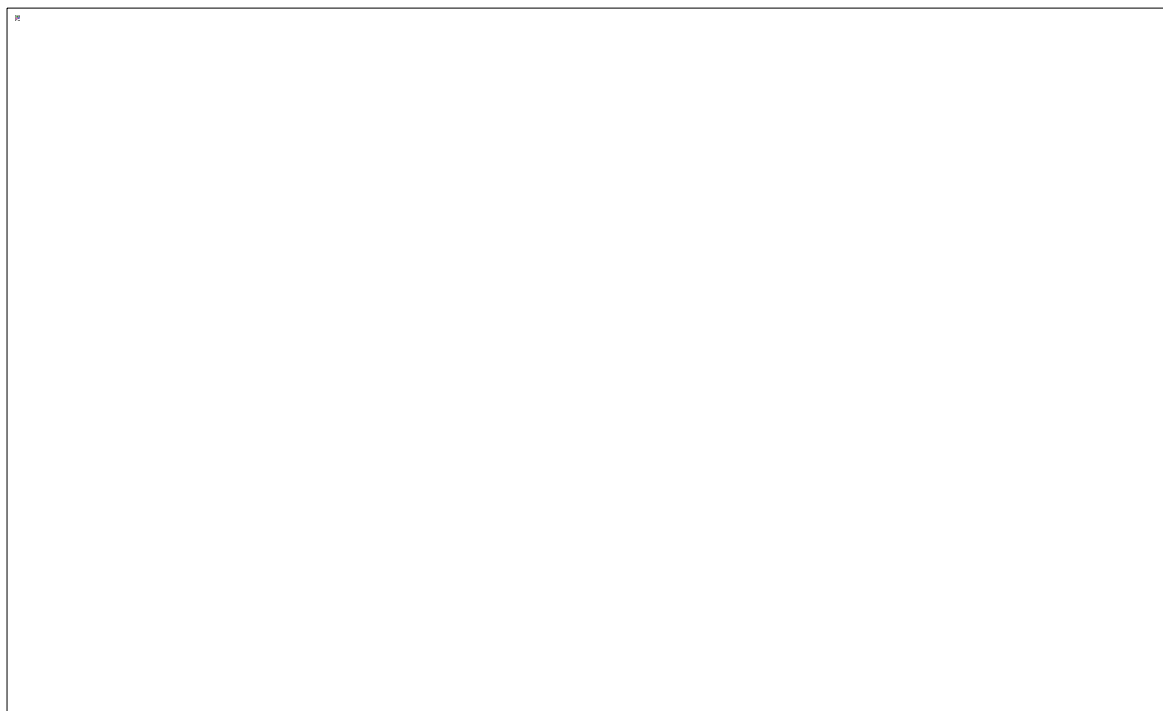
5.2 Previsão de Vendas e Receitas

- por mês durante algum tempo
- estimativa de preços de venda (verificar o mercado)
- venda de produtos e serviços associados
- modelo de negócio: venda por contrato, mensalidade, custo por chamado, assume risco junto com cliente (ganhar % em cima da redução de custos/despesas para clientes)
- estimativa pessimista

5.3 Projeções Financeiras

- demonstração de lucro ou prejuízo por mês e por ano
- clara apresentação do “break even” – ponto de equilíbrio (é quando começa a dar lucro; mês em que as receitas estiverem empatando ou passando os custos)
- demonstração do Retorno do Investimento – ROI (quando os custos ou investimentos iniciais forem pagos; quando a soma dos lucros mensais forem iguais ou maiores à soma dos prejuízos mensais)
- lucratividade: lucro mensal dividido pelo volume de vendas
- rentabilidade: lucro mensal dividido pelo investimento inicial

Gráfico de Break-Even e ROI



Break-even: quando linha verde passa a amarela

ROI = área após Break-even entre verde e amarelo > área antes do Break-even entre amarelo e verde

Planilha para Cálculo de Break-Even e ROI:

Break-even = quando C for maior ou igual a A

ROI ou Pay-Back = quando D for maior ou igual a B

| Meses | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
|--|------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|--------------------------|
| Despesas | | | | | | | |
| Item 1 | R\$ 10,00 | - | - | - | - | - | |
| Item 2 | R\$ 20,00 | R\$ 10,00 | - | - | - | - | |
| Item 3 | R\$ 10,00 | R\$ 10,00 | R\$ 10,00 | R\$ 10,00 | R\$ 10,00 | R\$ 10,00 | |
| Item 4 | R\$ 20,00 | R\$ 20,00 | R\$ 30,00 | R\$ 30,00 | R\$ 30,00 | R\$ 30,00 | |
| Item 5 | R\$ 30,00 | R\$ 40,00 | R\$ 20,00 | R\$ 20,00 | R\$ 10,00 | R\$ 10,00 | |
| Total de despesas/ mês (A) | R\$ 90,00 | R\$ 80,00 | R\$ 60,00 | R\$ 60,00 | R\$ 50,00 | R\$ 50,00 | |
| Acumulado de despesas (B) | R\$ 90,00 | R\$ 170,00 | R\$ 230,00 | R\$ 290,00 | R\$ 340,00 | R\$ 390,00 | |
| Receitas | | | | | | | |
| Item 1 | R\$ 0,00 | R\$ 0,00 | R\$ 0,00 | R\$ 0,00 | R\$ 20,00 | R\$ 40,00 | receita crescente |
| Item 2 | R\$ 0,00 | R\$ 10,00 | R\$ 0,00 | R\$ 10,00 | R\$ 10,00 | R\$ 0,00 | receita esporádica |
| Item 3 | R\$ 10,00 | R\$ 20,00 | R\$ 30,00 | R\$ 40,00 | R\$ 50,00 | R\$ 60,00 | receita crescente |
| Item 4 | R\$ 0,00 | R\$ 0,00 | R\$ 60,00 | R\$ 20,00 | R\$ 0,00 | R\$ 50,00 | receita muito esporádica |
| Total de receitas / mês (C) | R\$ 10,00 | R\$ 30,00 | R\$ 90,00 | R\$ 70,00 | R\$ 80,00 | R\$ 150,00 | |
| Acumulado de receitas (D) | R\$ 10,00 | R\$ 40,00 | R\$ 130,00 | R\$ 200,00 | R\$ 280,00 | R\$ 430,00 | |
| Resultado mensal (C - A) Lucro ou prejuízo | -R\$ 80,00 | -R\$ 50,00 | R\$ 30,00 | R\$ 10,00 | R\$ 30,00 | R\$ 100,00 | |
| Resultado para ROI (D - B) | -R\$ 80,00 | -R\$ 130,00 | -R\$ 100,00 | -R\$ 90,00 | -R\$ 60,00 | R\$ 40,00 | |
| Lucratividade (lucro mensal / C) | -800,0% | -166,7% | 33,3% | 14,3% | 37,5% | 66,7% | |
| Rentabilidade (lucro mensal / investimento inicial ou prejuízo acumulado até ROI) | -20,5% | -12,8% | 7,7% | 2,6% | 7,7% | 25,6% | |

Investimento necessário R\$ 390,00

Break-even no 3o mês

ROI ou Pay-Back no 6o mês

5.1 Necessidades de Financiamento

- o que e quanto falta para a empresa
- discriminar como e para que os recursos sendo solicitados serão utilizados