

# Atividades de aprendizagem

1. O que é um plano de negócio?
2. Para que serve um plano de negócio?
3. Por que um plano de negócio deve ser elaborado com informações precisas e reais?
4. O plano de negócio é mutável? Justifique.

## 5. Elabore um Plano Estratégico de Negócio.

a) Definir o tipo de negócio (sua escolha)

b) Análise de mercado:

Onde abrir;

Público alvo;

Concorrentes ?

c) Colocar cada passo para abrir uma empresa

6) Responder as questões abaixo, que correspondem da 3<sup>a</sup> pergunta.

- a) Qual é o volume de capital que você pretende investir?
- b) Qual é o retorno que você pensa ou precisa obter?
- c) Qual é a natureza das atividades de trabalho envolvidas?
- d) Quais são as suas experiências profissionais?
- e) Quais são os seus objetivos?
- f) Quais são as suas atitudes e opiniões a respeito de negócios?
- g) Quais são as suas características de personalidade?

h) Quais são os seus conhecimentos e habilidades?

i) Quanto tempo você pode ficar sem um salário mensal?

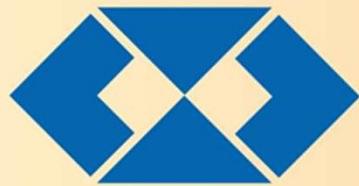
O primeiro passo é refletir a respeito de todas essas questões, elas certamente influenciarão suas escolhas. Uma vez que você consegue responder a todas elas, fica mais fácil escolher o negócio ideal. E, certamente, as oportunidades para a abertura de um negócio.

# PLANO DE NEGÓCIO: ELABORAR

## Quadro 7.1: Principais itens de um plano de negócio

1. Ramo de atividade
  - Por que escolheu este negócio?
2. Mercado consumidor
  - Quem são os clientes?
  - O que tem valor para os clientes?
3. Mercado fornecedor
  - Quem são os fornecedores de insumos e serviços?
4. Mercado concorrente
  - Quem são os concorrentes?
5. Produtos/serviços a serem ofertados
  - Quais são as características dos produtos/serviços?
  - Quais são os seus usos menos evidentes?
  - Quais são as suas vantagens e desvantagens diante dos concorrentes?
  - Como criar valor para o cliente por meio dos produtos/serviços?
6. Localização
  - Quais são os critérios para a avaliação do local ou do "ponto"?
  - Qual é a importância da localização para o seu negócio?
7. Processo operacional
  - Como sua empresa vai operar etapa por etapa? (Como fazer?)
  - Como fabricar?
  - Como vender?
  - Como fazer o serviço?
  - Qual trabalho será feito? Quem o fará? Com que material? Com que equipamento?
  - Quem tem conhecimento e experiência no ramo?
  - Como fazem os concorrentes?
8. Previsão de produção, previsão de vendas ou previsão de serviços
  - Qual é a necessidade e a procura do mercado?
  - Qual é a sua provável capacidade de produção?
  - Qual é a disponibilidade de matérias-primas e de insumos básicos?
  - Qual é o volume de produção/vendas/serviços que você planeja para o seu negócio?
9. Análise financeira
  - Qual é a estimativa da receita da empresa?
  - Qual é o capital inicial necessário?
  - Quais são os gastos com materiais?
  - Quais são os gastos com pessoal de produção?
  - Quais são os gastos gerais de produção?
  - Quais são as despesas administrativas?
  - Quais são as despesas de vendas?
  - Qual é a margem de lucro desejada?

Fonte: Adaptado de Chiavenato, 2005



# Técnico em Administração

## Empreendedorismo



EDUCAÇÃO  
Secretaria de Estado  
da Educação / SEDUC



**PROFESSOR: KALYANA**  
**CONTEÚDO: AULA 8 – PLANO**  
**DE NEGÓCIO: ESTRUTURA DO**  
**PLANO DE NEGÓCIO**  
**DATA: 17.06.2019**

## AULA 8 – PLANO DE NEGÓCIO: ESTRUTURA DO PLANO DE NEGÓCIO

### Objetivos

Apresentar a estrutura de um plano de negócio.

Kalyana@canaleducacao tv

## 8.1 Produto ou serviço

O empreendedor deve planejar a adequada linha de produtos e serviços que atenda as necessidades identificadas para os seus clientes. De fundamental importância para o seu sucesso, o planejamento dos **produtos** e **serviços** que serão ofertados pelo empreendimento requisita a identificação de alguns itens:



- **Tecnologia utilizada** – caso o produto e/ou serviço inclua alguma inovação tecnológica, deverá ser especificada, bem como o tempo previsto para sua obsolescência.
- **Fluxo do processo** – a descrição das etapas do processo pode ser feita através da construção de um **fluxograma** que mostre todos os passos desde o **contato com o cliente, produção e venda do produto, prestação do seu serviço, assistência técnica**, etc. O fluxograma torna mais fácil a identificação no caso da análise dos processos das entradas e de seus fornecedores, das saídas e de seus clientes, bem como de pontos críticos do processo.

- **Situação da propriedade intelectual** (patentes e registros de desenhos industriais) – são títulos de propriedade temporária sobre uma invenção, modelo de utilização ou desenho industrial, outorgados pelo Estado aos inventores ou autores, pessoas físicas detentoras de direitos sobre a criação..

A proteção conferida pela patente e pelo registro de desenho industrial é, portanto, um valioso e imprescindível instrumento para que as invenções e criações industrializáveis se tornem ~~um~~ investimento rentável.

- **Alianças estratégicas necessárias** – em determinados momentos pode valer a pena para seu negócio delegar tarefas a terceiros, como divulgação, comercialização, embalagem, distribuição, assistência técnica, etc. Em alguns casos pode-se pensar em parceria, em outros, em terceirização.

Para decidir corretamente, algumas questões podem ser de grande valia na reflexão: o negócio necessita ou pode vir a necessitar de um parceiro estratégico? Em que ponto? Como será a operacionalização? Qual o grau de mudança que será necessário para efetivação da aliança? Quais os reais benefícios gerados por esta estratégia?

Com o correto planejamento dos produtos e serviços a serem ofertados, é hora de pensar na real produção, relacionando os recursos necessários. O empreendedor deve ser criterioso com o planejamento de todas as suas ações, pois este é o esqueleto que sustentará seu empreendimento.

→ Planejar

## 8.1.1 O ciclo de vida dos produtos

Segundo Kotler e Keller (2006), ao dizer que um produto possui um ciclo de vida faz-se necessário aceitar os seguintes fatores:

- Os produtos têm vida limitada.
- As vendas dos produtos passam por estágios distintos, cada um deles com desafios, oportunidades e problemas diferentes para as empresas.
- Os lucros sobem e descem nos diferentes estágios do ciclo de vida do produto.

- Os produtos necessitam de diferentes estratégias financeiras, de produção, de *marketing*, de compras e de recursos humanos de acordo com cada estágio do seu ciclo de vida.
- ~~Os produtos necessitam de diferentes estratégias financeiras, de produção, de *marketing*, de compras e de recursos humanos de acordo com cada estágio do seu ciclo de vida.~~
- Os produtos possuem um ciclo de vida que passa por quatro etapas clássicas de desenvolvimento, possuindo características específicas em cada uma delas. As etapas do ciclo de vida de um produto são:

344 a 146 12.07

## a) Desenvolvimento, introdução ou lançamento do produto.

- Crescimento lento de vendas.
- O lucro ainda é inexistente, sendo necessárias grandes despesas de lançamento.
- É preciso muito dinheiro para atrair distribuidores e convencê-los a criar estoques do produto.

Nesta fase, o produto requer altos investimentos em tecnologia, propaganda, distribuição e embalagem/*design*. Aqui, o lucro é negativo.

## b) Crescimento.

- Rápida aceitação do mercado e melhoria significativa no lucro.
- O mercado apresenta uma abertura à expansão.
- Os concorrentes novos entram no mercado, introduzem novas características nos produtos e expandem o número de canais de distribuição.
- As vendas crescem com muita rapidez, causando uma redução na relação gastos promocionais *versus* receita de vendas.

Nesta fase, a empresa recupera todos os investimentos e o lucro aumenta.