



FACULDADE UNIÃO DAS AMÉRICAS – UNIAMÉRICA

## Criando e dando Início ao Empreendimento

Me. Edwin K. F. Granville  
Foz do Iguaçu,  
15 de abril de 2010

### Objetivos

- ▶ Refletir e analisar a respeito da criação de um empreendimento;
- ▶ Definir o que é e qual a utilidade de um plano de negócio;
- ▶ Apresentar as principais etapas de um plano de negócio.

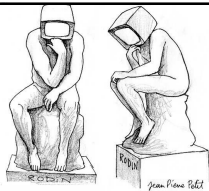
## COMO SURGE O EMPREENDIMENTO

Observação, percepção e análise de:

- Atividades
- Tendências; e
- Desenvolvimentos na:
  - Cultura
  - Sociedade
  - Hábitos sociais e
  - consumo



Bernardi (2003)



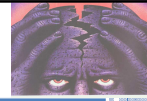
## COMO SURGE O EMPREENDIMENTO

- PLANEJAMENTO
- AMBIENTE
- ESTRUTURA



Bernardi (2003)

# COMO SURGE O EMPREENDIMENTO



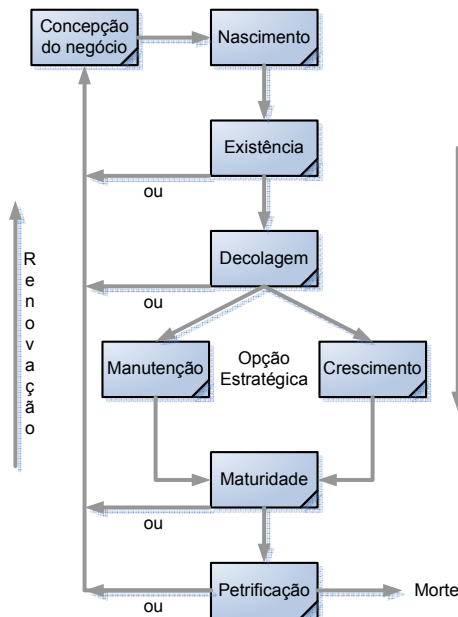
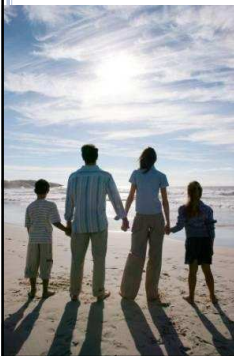
## SOLUÇÕES CRIATIVAS AOS PROBLEMAS

Psicológico	Peso: engorda e calorias Fome: satisfeito e com fome ainda após comer Sede: não mata a sede e dá sede Saúde: indigestão, ruim, insônia e acidez
Sensorial	Gosto: amargo, suave e salgado Aparência: cor, não dá apetite e forma Textura: duro, seco e gorduroso
Atividades	Planejamento refeições: esquecer e ficar cansado Armazenagem: esgotamento e a embalagem não cabe Preparação: muito trabalho, muita louça e nunca dá certo Cozimento: queima e gruda Limpeza: forno sujo e cheiro na geladeira
Uso da compra	Portabilidade: comer longe de casa e levar almoço Porções: não há suficiente e deixa sobras Disponibilidade: fora da estação e não tem no mercado Deterioração: mofa e azeda Custo: caro e ingredientes caros
Psicológico/Social	Serve para empresa: não serviria e preparação de última hora Comer sozinho: muito trabalho e "triste" para uma só pessoa Auto-imagem: cozinheiro preguiçoso e boa mãe não prepara

Hisrich e Peters (2004)

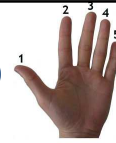
# COMO SURGE O EMPREENDIMENTO

Ciclo de vida e Estágios Evolutivos



Bernardi (2003)

## COMO SURGE O EMPREENDIMENTO



Fatores importantes para o planejamento:

- Flexibilidade e agilidade
- Qualidade
- Inovação
- Parcerias
- Terceirização
- Associação
- Crescimento
- Franquia
- Desconcentração
- Diversificação
- Colaboradores
- Sucessão
- Informática



Bernardi (2003)

## COMO SURGE O EMPREENDIMENTO

### SLOGANS

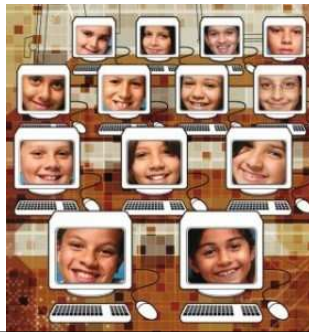
FedEx	<i>Absolutely, positively has to be there overnight</i>
McDonald's	Amo muito tudo isso!
Cisco Systems	<i>Discover all that's possible on the Internet</i>
Microsoft	Aonde você quer ir hoje?



Dornelas (2008)

## CINCO FORMAS DE EMPREENDER

- Montagem de uma empresa
- Compra de uma empresa em funcionamento
- Sociedade num novo empreendimento
- Sociedade num empreendimento em funcionamento
- Franquia



Bernardi (2003)

## PLANO DE NEGÓCIOS



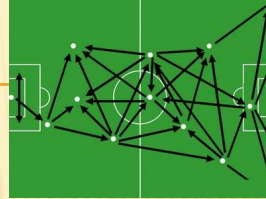
Devido à **vulnerabilidade** de novos empreendimentos frente as **restrições** exige cautela e **preparação adequada**.

Deve atender a seis quesitos:

- × **Empresa:** quem somos, o que vendemos e a quem?
- × **Mercado:** concorrentes e diferencial de nossa empresa?
- × **Estratégia:** para onde e como atingir?
- × **Finanças:** quanto, financiar, e os resultados?
- × **Pessoas:** capacidade de gestão e conhecimento?
- × **Riscos:** quais são?

Bernardi (2003)

## PLANO DE NEGÓCIOS



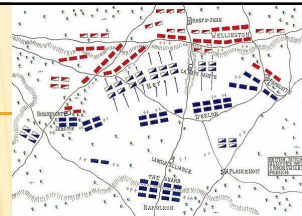
Definições:

Descreve todos os elementos, internos e externos, e estratégias relevantes ao início de um novo empreendimento (HISRICH e PETERS, 2004)

“...descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas.” Sebrae (ROSA, 2007)

“...o planejamento do negócio é um meio para um fim... pode não só evitar que o empreendedor persiga uma má oportunidade, mas também ajudá-lo a transformar suas visões originais em melhores oportunidades... proporciona subsídios que permitem ao empreendedor transmitir o potencial positivo e atrair investimento para o negócio.” (DORNELAS ET AL, 2008)

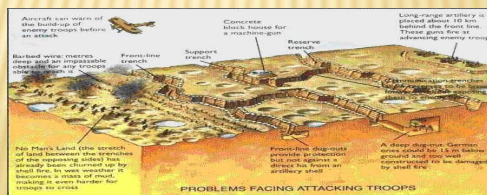
## PLANO DE NEGÓCIOS



Definições:

“... é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento, que define suas principais características e condições para proporcionar uma análise da sua viabilidade e dos seus riscos, bem como para facilitar sua implantação.” (CHIAVENATO, 2006)

“...documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa.” (DORNELAS, 2005)



## PLANO DE NEGÓCIOS

Causas de fracasso:

× Incompetência gerencial	45%
× <i>Expertise</i> desbalanceada	20%
× Inexperiência em gerenciamento	18%
× Inexperiência no ramo	9%
× Negligência nos negócios	3%
× Fraudes	2%
× Desastres	1%
× Fatores desconhecidos	2%
TOTAL	100%



(DORNELAS, 2005)

## RECOMENDAÇÕES PARA O PLANO DE NEGÓCIO

Armadilhas:

- × Falta experiência
- × Falta dinheiro
- × Atitudes erradas
- × Localização
- × Expansão inexplicada
- × Inventário impróprio
- × Excesso ativos fixos
- × Obtenção de crédito
- × Muitos recursos do dono

Dicas:

- × Metas razoáveis e mensuráveis
- × Comprometimento com o negócio
- × Conhecer pontos fracos e ameaças
- × Identificar necessidades do cliente



Adaptado de Dornelas (2005); e Hisrich e Peters (2004)

## ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Atividade **Sumário Executivo:**

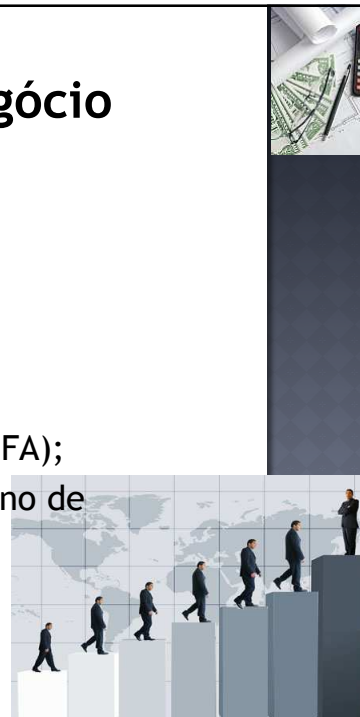
- ✘ Principais pontos do plano de negócio –
  - + o que é o negócio;
  - + principais produtos e/ou serviços;
  - + principais clientes;
  - + localização da empresa;
  - + capital a ser investido;
  - + faturamento mensal;
  - + lucro esperado;
  - + tempo de retorno do capital investido.
- ✘ Dados dos empreendedores (experiência profissional e atribuições);
- ✘ Dados do empreendimento;
- ✘ Missão da empresa;
- ✘ Setores de atividades;
- ✘ Forma jurídica;
- ✘ Enquadramento tributário;
- ✘ Capital social;
- ✘ Fonte de recursos.



(ROSA, 2007)

## Etapas do Plano de Negócio

- ⦿ Análise de mercado;
- ⦿ Plano de marketing;
- ⦿ Plano operacional;
- ⦿ Plano financeiro;
- ⦿ Construção de cenários;
- ⦿ Avaliação estratégica (SWOT/FOFA);
- ⦿ Prática da construção de um plano de negócios.



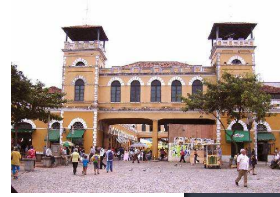
## ANÁLISE DE MERCADO

Clientes:

- ◉ Conhecer interesses e comportamento;
- ◉ Ato da compra;
- ◉ Onde estão os clientes.

Concorrentes: (análise comparativa), material utilizado, preço, localização, pagamento, atendimento, serviço e garantia

Fornecedores: ter opções de compra, conhecer pessoalmente (qualidade e capacidade), comparar preços e verificar quantidade mínima.



## PLANO DE MARKETING

- ◉ O que será fabricado, vendido ou qual serviço será prestado;
- ◉ Linhas de produtos ou serviços (aparência);
- ◉ Pensar como cliente (percepção do produto);
- ◉ 4 Ps de Marketing: Produto, Preço, Promoção e Praça;
- ◉ Considerar riscos e restrições.



## PLANO OPERACIONAL



- ◉ Arranjo físico ou *layout* (como sua empresa é vista e os fluxos de processos);
- ◉ Acesso universal (deficientes físicos);
- ◉ Capacidade instalada (flexibilidade);
- ◉ Produção → comércio/serviços;



◉ Padrões e quadro de pessoal

## PLANO FINANCEIRO



- ◉ Investimento fixo: equipamentos, máquinas, móveis, ferramentas e veículos;
  - Alugar X construir/comprar;
  - Planejar aquisições e terceirização.
- ◉ Capital de giro: estoque (média), controle (itens de maior giro) e caixa mínimo (contas a receber, fornecedor, etc.);
- ◉ Investimentos pré-operacionais: reforma (instalações elétricas, pintura, etc.), licenças, alvarás, etc.

## PLANO FINANCEIRO



- ◉ Investimento total;
- ◉ Faturamento mensal;
- ◉ Matéria-prima, materiais diretos e terceirização;
- ◉ Custo de comercialização;
- ◉ Mão-de-obra;
- ◉ Depreciação;
- ◉ Custos fixos;
- ◉ Demonstrativo de resultados;
- ◉ Ponto de equilíbrio, lucratividade e rentabilidade;
- ◉ Retorno investimento.



## CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

- ◉ Primeiros meses, previsões - pessimista, provável e otimista;
- ◉ Incluir atrasos (“amortecedores”, “pulmões”, etc.);
- ◉ Os resultados dos planos atrasam ou não são alcançados;
- ◉ Necessidade de mais recursos financeiros;
- ◉ Reações do concorrente.



## AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA



### ◎ SWOT/FOFA -

- Forças - vantagem competitiva;
- Oportunidades - situação positiva;
- Fraquezas - desvantagem ou atuação prejudicada; e
- Ameaças - situação de pouco controle e de dificuldade.



### ◎ Dimensões internas e externas.



## PRÁTICA DA CONSTRUÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

Avaliação do plano de negócio (5W2H):

- ◎ What (o que);
- ◎ Why (por que);
- ◎ Where (onde);
- ◎ When (quando);
- ◎ Who (quem);
- ◎ How (como); e
- ◎ How Much (quanto).



## REVISÃO

- ✦ Por que os empreendimentos são criados?
- ✦ Qual a utilidade de um plano de negócio?
- ✦ Você seria capaz de citar algumas etapas de um plano de negócio?

## REFERÊNCIAS

- BERNARDI, L. A. Manual de Empreendedorismo e Gestão: Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2003.
- CHIAVENATO, I. Empreendedorismo - dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2006.
- DORNELAS, J. C. A. ;TIMMONS, J. A., ZACHARAK, A. Planos de Negócios Que Dão Certo - um guia para pequenas empresas. tradução de Jorge Martins. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo – transformando idéias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- HISRICH, R. D., PETERS, M. P. Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- ROSA, C. A. Como elaborar um plano de negócio. Brasília: SEBRAE, 2007. Disponível online em <[http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/797332C6209B4B1283257368006FF4BA/\\$File/NT000361B2.pdf](http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/797332C6209B4B1283257368006FF4BA/$File/NT000361B2.pdf)>. Acesso em 18 de fev de 2010.