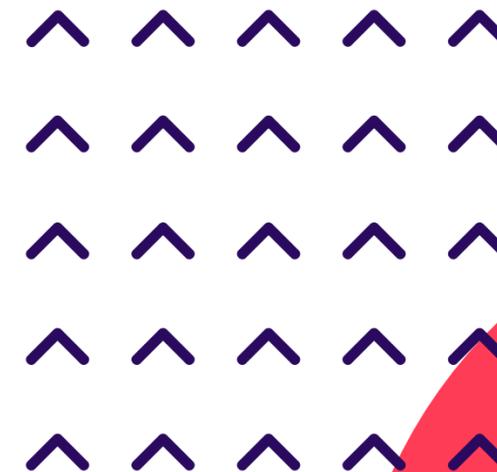


Business plan |



PLANO DE NEGÓCIOS

Curso Técnico em Administração
Prof Gabriela Tiscoski

AGENDA



- 1. Plano de Negócios**
- 2. Modelo de Negócios**
- 3. Tipos de modelos de negócios**
- 4. Business model Canvas**

Identificação e
avaliação de
oportunidades

Desenvolvimento
do Plano de
Negócios

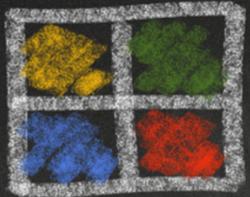
Determinação e
captação dos
recursos
necessários

Gerenciamento
da empresa
criada

O PROCESSO EMPREENDEDOR



SUCCESS



SWOT

TRAINING

MANAGEMENT



GOAL

BUSINESS PLAN

LEADER

ACTION

MISSION

TEAM

ANALYSIS

TIMELINE



MARKET

SEARCH

Empreendedorismo

Plano de Negócios

Business Plan

Parte Fundamental do processo
empreendedor

Prover uma ferramenta de gestão para o
PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO
inicial da empresa.



Por que Planejar?

Índice de mortalidade das micro e pequenas empresas/*startups* brasileiras e de outros países nos primeiros anos de existência é alto.

A falta de planejamento aparece nos primeiros lugares dos motivos de insucesso das empresas, seguido por deficiência de gestão (gerenciamento de fluxo de caixa, vendas) políticas de apoio insuficientes, conjuntura econômica, fatores pessoais.





O Plano de Negócios ajuda a manter os pés no chão durante o planejamento e a execução.

Mesmo que contenha alguns erros de calibração nas premissas (o que é comum), ainda será uma estimativa melhor da realidade do que a imagem que os fundadores imaginam.

Seus elaboradores serão obrigados a mergulhar profundamente no contexto do empreendimento.

É uma poderosa ferramenta de comunicação com os diferentes stakeholders. Ele pode ser utilizado para captar financiamento externo de potenciais investidores, ou fechar vendas por exemplo.

**UM NEGÓCIO BEM PLANEJADO TERÁ
MAIS CHANCES DE SUCESSO DO QUE
AQUELE SEM PLANEJAMENTO, NA
MESMA IGUALDADE DE CONDIÇÕES.**

DORNELAS

FATORES CRÍTICOS DO PLANEJAMENTO

Pinson & Jinnnet, 2016



1. Toda empresa precisa de um planejamento para poder gerenciar suas atividades e apresentar a ideia a investidores, bancos, clientes, etc.



2. Toda entidade provedora de financiamento fundos, e outras financeiras precisam de um plano de negócios para avaliar os riscos



3. Poucos empresários sabem como escrever um P.N. adequado. A maioria não têm conceitos básicos de marketing, planejamento, vendas, ponto de equilíbrio, faturamento, etc.



Afinal, o que é um Plano de Negócios?

É um documento usado para descrever um empreendimento e um modelo de negócios que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve APRENDIZAGEM E AUTOCONHECIMENTO e ainda permite o empreendedor SITUAR-SE NO SEU AMBIENTE DE NEGÓCIOS.

Há diversos modelos de Plano de Negócios, de acordo com as características de empresa



Um Plano de Negócios deve ser um documento robusto, que contém as principais propostas, levantamentos, premissas e projeções do negócio. Nele, devem estar contidas minimamente as seguintes partes, que podem ser adaptadas, agrupadas, ou terem sua ordem alterada dependendo de cada caso:



Plano de Negócios



Plano de Negócios

- 1. Sumário Executivo - Descrição do negócio, Mercado alvo, Vantagens competitivas, Principais projeções de vendas e de lucratividade.**
- 2. Equipe de Gestão - Organograma e Currículo resumido das pessoas chave.**
- 3. Pesquisa de Mercado - A indústria, Clientes, Fornecedores, Dimensão do mercado e tendências, Concorrentes e Necessidades dos clientes não atendidas pelos concorrentes.**
- 4. Análise Econômico-Financeira - Projeções de Vendas, Margens, Lucratividade, Custos, Ponto de equilíbrio, Tempo para alcançar um fluxo de caixa positivo, Cálculos de retorno.**
- 5. Plano de Marketing - Estratégias de Precificação, Qualidades do Produto / Serviço, Canais de venda e Propaganda.**
- 6. Plano Operacional - Rota de produção e processos operacionais essenciais; Capacidade produtiva; Regulamentações e assuntos jurídicos; Localização geográfica; Logística, Sustentabilidade ambiental, social e de governança - Abordagem ESG (práticas ambientais, sociais e de governança).**
- 7. Plano de Implantação - Análise SWOT; Cronograma macro; Levantamento de riscos e análise de cenários; Contratações de pessoal; Necessidade de capital próprio e externo - investimentos imobilizados e Necessidade de Capital de Giro.**



Business Plan

Resumindo, o Plano de Negócios deve ser abrangente o suficiente para que se tenha um bom conhecimento de onde se está entrando, mas também direto e o quanto conciso possível. É importante prestar muita atenção nos detalhes, pois eles fazem toda a diferença.

**Quando
precisamos
colocar uma
ideia no papel, o
um caminho
para isso é criar
um Modelo de
Negócios.**



BUSINESS

MODEL

Modelo de negócio é um documento simples, prático e bastante visual, que coloca no papel a ideia de criação de uma empresa ou de um projeto, explicando como você gera e entregar valor para os clientes a partir dessa proposta.

Modelo de Negócios é o mapeamento do “como” você faz: como você gera receita, como você gera valor para o cliente, como você trabalha a suas entregas e como todas essas etapas se relacionam.

Plano de Negócios está estruturado “o que” você faz da maneira mais detalhada possível. Custos, receita, processos, estrutura, etc



Modelos de Negócio separados por algumas categorias de empresas.

Possuem muitas similaridades e, por isso, são separados em grandes grupos.

1. Franquias ou franchising

**Comercialização do uso de uma marca ou patente.
Replica o modelo em outro local.**

A remuneração é recebida através da concessão de direitos e da transferência de conhecimentos do proprietário.

Empreendedores comecem já com uma estrutura sólida e reconhecida, e processos testados e padronizados, diminuindo as chances de erro em muitos casos.

Porém, em contrapartida, a liberdade de operações e ações fica restrita à aprovação do franqueador (detentor da marca), o que muitas vezes limita as possibilidades do franqueado.

O Modelo de Negócio de franquias, em geral, possui muitas características comuns, como os canais e o fluxo de receitas.



2. Assinatura

Serviços por assinatura são aqueles em que uma empresa oferece produtos ou serviços através do pagamento de uma taxa.

Entretenimento e educação - mercado digital.

No passado: jornais e revistas;

Essa taxa pode ser semanal, mensal, semestral ou até mesmo anual, dependendo da preferência do cliente.

Entrega e Receita recorrente.

Os diferenciais costumam estar no método entrega e nas novidades e exclusividades associadas a assinatura.



amazon prime

SKY



3. Freemium



Oferece recursos gratuitos e pagos.

**É o usuário que escolhe se é nos serviços free ou premium que vai se encaixar.
Conquistar os consumidores por meio do acesso gratuito e fidelizá-los no acesso pago.**

Entretanto, é necessário que o empreendedor possa calcular sua estrutura de custos de maneira eficiente, tendo em vista que uma parcela pequena dos usuários optará pela versão paga.

Em alguns casos, é possível incorporar anúncios na versão gratuita para gerar receitas e criar um mecanismo de incentivo para que seus usuários migrem da versão grátis para a premium.



4. Isca e anzol

Oferece um produto ou serviço atrelado a outro.

Em um deles, há alto valor agregado entregue com uma pequena margem de lucro, enquanto no outro, é possível realizar uma venda constante de itens essenciais para o uso do primeiro item.

Fidelização do consumidor um diferencial para construir um negócio com receita recorrente.



5. Marketplace

Grandes varejistas que transformam sua plataforma digital em um shopping online.

Sua estrutura funciona como um meio intermediário entre lojistas menores e o consumidor final

Para os proprietários desse mercado, há grandes vantagens, pois não exige a criação de espaços para estoques ou o trabalho logístico para o envio de pedidos.

Contudo, é necessário zelar pela imagem do negócio, pois é por meio dela que a empresa agrega valor para os seus vendedores.



6. Economia Colaborativa



empresas de tecnologia disruptiva, que oferecem seus serviços para solucionar problemas dos clientes, mas também atendem a diferentes interesses econômicos.

Geram, inclusive, oportunidades de renda extra.

Basta se cadastrar na plataforma para poder trabalhar a hora que quiser

Modelo ganha-ganha. Todos são beneficiados com ele.

Exemplo físico: coworking é um espaço físico disponível para quem procura um escritório.



7. B2C

O Business to Consumer, ou “Negócio para Consumidor”, é talvez o modelo mais conhecido no mercado e o mais replicado pelas empresas.

O produto ou o serviço é vendido diretamente para os clientes pessoas físicas.

O vínculo seja cada vez mais próximo e livre de outros agentes intermediários.

Entre as principais características desse modelo de negócio estão as vendas mais simples, mas massivas e com o ticket médio mais baixo, pois o volume de compras costuma ser menor em comparação com o B2B.

Entre as empresas que têm o B2C como modelo, estão varejistas como Fast Shop, Carrefour e Extra, por exemplo.

Exemplos desse mercado são os e-commerces, as empresas de serviços de transporte, de mídia digital e de varejo.

CASASBAHIA



8. B2B

O Business to Business, ou “Negócio para Negócio”, por sua vez, tem como cliente final outras pessoas jurídicas.

Ou seja, é quando uma empresa vende o seu produto ou serviço para outra empresa.

Um negócio B2B pode comercializar softwares, maquinários, mão de obra, matérias-primas e terceirizar serviços para diversos setores do mercado.

Em relação ao B2C, o ticket médio aqui tende a ser maior, porque as empresas compram em grande volume e as vendas costumam ser mais complexas, pois é preciso desenvolver uma forte relação de confiança entre as partes.

Fornecedores, fabricantes, empresas de prestação de serviços e terceirização são exemplos de negócios Business to Business.



9. Modelo D2C

Direto ao Consumidor é parecido com o B2C, pois envolve um relacionamento direto com o público.

A indústria detém todo o processo de produção e logística para vender diretamente para o consumidor.

Oferece tanto vantagens para a indústria, que fica com margens de lucro mais amplas, quanto para o consumidor que tem acesso a produtos por menores preços.

Por meio dos avanços tecnológicos as indústrias conseguem desenvolver vários canais de produção e realizar suas ofertas ao público.

Exemplos: Outlets, moveleira têxtil, montadores de automóveis e lojas de fábricas.



10. P2P

Peer-to-Peer ou Pessoa para Pessoa organiza negócios entre dois ou mais indivíduos que se conectam para realizar alguma transação.

A empresa apenas realiza a intermediação entre os indivíduos, sendo que as partes envolvidas são as únicas responsáveis por criar um acordo coerente com os interesses de ambos.

É comumente utilizado para a compra e venda de produtos, para o compartilhamento de arquivos, transferências de dados e outras atividades entre dois usuários.

Empresas nesse setor geralmente recebem alguma remuneração ligada a cada uma dessas interações, mas também conta com outros meios de financiar sua atividade como anúncios, outras taxas e acessos exclusivos.



11. Saas

O Software as a Service, ou Software como Serviço, podeseer visto como negócio B2B ou B2C, dependendo do consumidor final.

Em um SaaS, o cliente paga pela assinatura do serviço e pode acessá-lo de qualquer lugar, por meio de smartphones, notebooks e outros dispositivos e toda a manutenção é de responsabilidade da empresa.

Costuma estar associado à necessidade de uma internet de qualidade da parte do comprador



O que é um Canvas?

Uma ferramenta de planejamento de modelo de negócios que facilita a visualização das conexões entre as diferentes propostas e partes envolvidas (stakeholders). É um recurso ideal para compartilhar sua proposta de valor e trabalhar ideias no desenho de um negócio.

Conforme o livro “Business Model Canvas” de Alexander Osterwalder (2010) uma estrutura padrão de Canvas consiste em:

COMO FUNCIONAM OS HEMISFÉRIOS CEREBRAIS

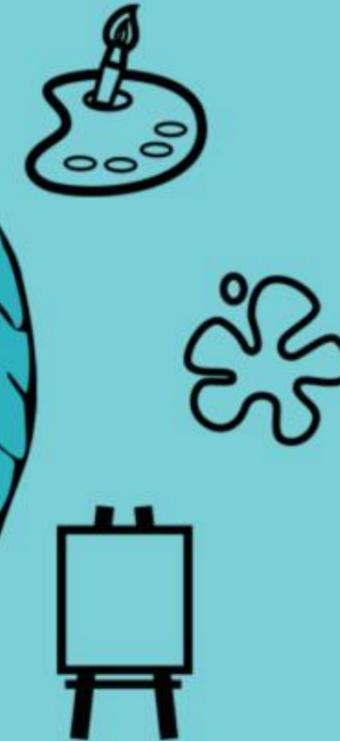
HEMISFÉRIO ESQUERDO



ASSOCIADO COM:

- Realista
- Crítico
- Matemático
- Detalhista
- Organização

HEMISFÉRIO DIREITO



ASSOCIADO COM:

- Abstrato
- Artístico
- Intuitivo
- Impulsivo
- Não linear



PARCÉRIAS PRINCIPAIS



ATIVIDADES PRINCIPAIS



PROPOSTA DE VALOR



RELACIONAMENTO COM CLIENTES



SEGMENTOS DE CLIENTES



Como?

RECURSOS PRINCIPAIS



O que?

CANAIS



Para quem?

ESTRUTURA DE CUSTOS

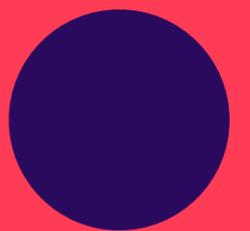
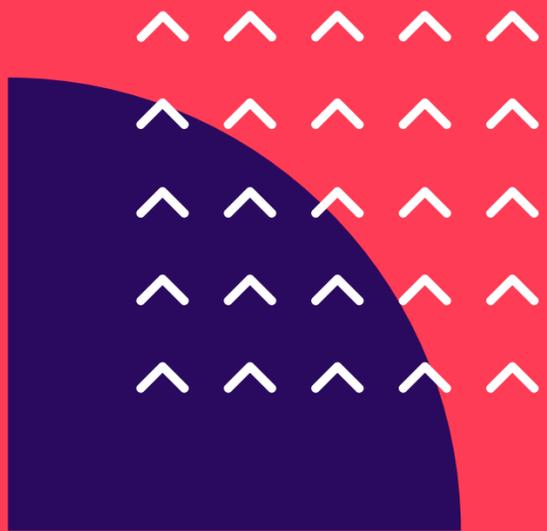
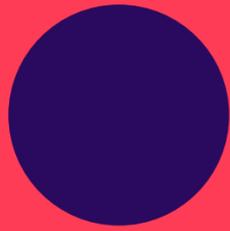


Quanto?

FONTES DE RECEITA



**VAMOS
CONHECER CADA
ETAPA DO
CANVAS A
SEGUIR**



**Obrigada pela
participação até aqui!
Prof. Gabriela**

