

# Plano de Negócio

-Eduardo Lustosa



## SUMÁRIO

### Plano de Negócio



Introdução	1
Visão geral do negócio	3
Descrição da empresa	4
Análise de Mercado	5
Produtos ou Serviços	6
Estratégia de Marketing	7
Estrutura Organizacional	9
Análise Financeira	10
Plano de Operações	11
Plano de Implementação	12
Ferramentas	13



### Objetivo de Aprendizado

O objetivo do curso "Plano de Negócios" é capacitar os participantes a dominar um planejamento de negócios eficaz no caminho do sucesso empresarial. Ao explorar os conceitos e técnicas abordados, os alunos aprenderão a visão geral do negócio, aprendendo todas as análises necessárias, aplicando estratégias certas, se aprofundando em planos de operação e implementação do seu negócio, além de mostrar ferramentas práticas.

**Responsável pelo Conteúdo:**

Eduardo Lustosa

## O que é um Plano de Negócios?

Ele fornece uma visão geral detalhada de como a empresa planeja operar e obter lucro. Um plano de negócios bem elaborado é essencial para o sucesso de uma empresa.

**NEGÓCIO PLANO DE NEGÓCIO - O QUE VOCÊ SOLUCIONA?**

**MODELO DE NEGÓCIO - COMO FUNCIONAM TODAS AS PARTES DO NEGÓCIO**

**PLANO DE NEGÓCIO - É O PLANEJAMENTO DETALHADO DE TODO O NEGÓCIO**

### Benefícios de um Plano de Negócios

- 1 - Visão estratégica
- 2 - Avaliação da viabilidade
- 3 - Acesso a financiamento ou a investidores
- 4 - Orientação na tomada de decisões
- 5 - Comunicação eficaz
- 6 - Monitoramento e ajustes

### REDUZIR O RISCO DO SEU NEGÓCIO

Brainstorm

TEMPESTADE DE IDEIAS

QUAL É O TAMANHO DO MERCADO?

QUANTO EU QUERO TER DE LUCRO?

EXEMPLO DE UMA CONTA DE TRÁS PARA FRENTE DE LUCRO ANUAL

Nesta apostila vamos ter um aprofundamento na palestra do método líderes do Brasil. Um plano de negócios é uma ferramenta crucial para empreendedores, investidores e instituições financeiras, pois ajuda a avaliar a viabilidade de um negócio, identificar riscos e oportunidades, e orientar as decisões estratégicas. Ele também pode ser usado para atrair investimentos, obter empréstimos ou parceiros comerciais.

**Um plano de negócios típico inclui várias 9 Módulos, que são:**

1 - **Resumo executivo:** uma visão geral concisa do negócio, incluindo os principais pontos fortes e metas da empresa.

2 - **Descrição da empresa:** informações subordinadas sobre a empresa, sua estrutura legal, missão, visão, valores e histórico.

3 - **Análise de mercado:** pesquisa de mercado que identifica o público-alvo, a concorrência, as tendências do mercado e as oportunidades de crescimento.

4 - **Produtos ou serviços:** descrição detalhada dos produtos ou serviços oferecidos pela empresa, incluindo suas características distintivas e vantagens competitivas.

5 - **Estratégia de marketing:** planos para promover e comercializar os produtos ou serviços da empresa, identificando os canais de distribuição, estratégias de precificação e ações de marketing.

6 - **Estrutura organizacional:** informações sobre a equipe de gestão e a estrutura organizacional da empresa, incluindo as responsabilidades e funções de cada membro da equipe.

7- **Análise financeira:** projeções financeiras, incluindo projeções de resultados, balanços patrimoniais, fluxo de caixa e indicadores-chave de desempenho (KPIs).

8- **Plano de operações:** descrição dos processos da empresa, incluindo fornecedores, logística, produção e gerenciamento de estoque.

9 - **Plano de implementação:** etapas avançadas para a execução do plano de negócios, incluindo cronogramas, marcos e responsabilidades.

**Vamos destrinchar melhor cada um desses pontos logo a baixo:**

**Visão geral do negócio:** O resumo executivo deve fornecer uma descrição clara e concisa do negócio, destacando qual é a atividade principal da empresa e como ela se posiciona no mercado.

**Pontos fortes:** É importante identificar os principais pontos fortes da empresa, ou seja, as vantagens competitivas que a tornam única e que podem contribuir para o sucesso do negócio. Isso pode incluir perícia técnica, propriedade intelectual, relacionamentos estratégicos, pensamento da marca, entre outros.

**Metas e objetivos:** O resumo executivo deve estabelecer as metas e objetivos que a empresa pretende alcançar. Essas metas devem ser específicas, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e com prazo definido (conhecidas como metas SMART). Por exemplo, aumente a participação de mercado em 10% nos próximos dois anos.

**Proposta de valor:** É importante destacar qual é a proposta de valor da empresa, ou seja, o que a diferencia e o valor que oferece aos clientes. Isso pode incluir recursos exclusivos de produtos ou serviços, preços competitivos, atendimento ao cliente diferenciado, entre outros aspectos que proporcionaram benefícios aos clientes.

**Resumo financeiro:** Embora o resumo executivo não seja preciso ser extremamente detalhado em termos financeiros, ele deve fornecer uma visão geral dos principais indicadores financeiros, como faturamento, margens de lucro e necessidades de investimento. Essas informações ajudam a transmitir viabilidade financeira do negócio e atrair o interesse de investidores ou financiadores.

Lembrando que o resumo executivo é a primeira seção do plano de negócios e deve ser elaborado de forma clara, objetiva e convincente, capturando a atenção do leitor e despertando o interesse para que ele continue a ler o documento completo.

**Histórico da empresa:** Nesse ponto, é importante fornecer uma visão geral do histórico da empresa, desde sua fundação até o presente. Isso inclui informações sobre como e quando a empresa foi estabelecida, seus marcos importantes, seu crescimento ao longo do tempo e quaisquer eventos que ocorreram.

**Estrutura legal:** É fundamental descrever a estrutura legal da empresa, ou seja, sua forma jurídica, como uma sociedade limitada, empresa individual ou cooperativa. Também é importante mencionar os registros legais relevantes, como o registro comercial, licenças e autorizações necessárias para operar legalmente.

**Missão, visão e valores:** Esses elementos essenciais descrevem a razão de existir da empresa, sua direção estratégica e os princípios e crenças que norteiam suas ações. A missão deve retomar o propósito central da empresa, a visão deve expressar os objetivos de longo prazo e os valores devem refletir os princípios éticos e culturais da empresa.

**Descrição dos produtos ou serviços:** Nessa seção, é importante fornecer uma descrição detalhada dos produtos ou serviços oferecidos pela empresa. Isso inclui características, diferenças em relação à concorrência, estágio de desenvolvimento, aspectos técnicos e qualquer patente ou propriedade intelectual relevante.

**Estrutura organizacional:** É necessário descrever a estrutura organizacional da empresa, incluindo as principais cargas e responsabilidades dos membros da equipe. Isso ajuda a transmitir a capacidade da empresa de executar suas operações de maneira eficiente. Também pode ser útil mencionar as competências-chave dos membros da equipe e suas experiências relevantes.

Esses pontos são essenciais para fornecer uma compreensão abrangente da empresa, sua história, estrutura legal, direção estratégica e produtos/serviços oferecidos. Isso permite que os leitores do plano de negócios tenham uma visão clara da identidade e capacidades da empresa.

**Identificação do público-alvo:** A análise de mercado começa com a identificação do público-alvo, ou seja, o grupo de consumidores que a empresa pretende atingir. Isso envolve compreender suas características demográficas, comportamentais, necessidades e comportamentais. Conhecer bem o público-alvo ajuda a direcionar as estratégias de marketing e desenvolver produtos/serviços adequados.

**Análise da concorrência:** É essencial analisar os concorrentes da empresa para entender seu posicionamento no mercado, suas estratégias, pontos fortes e fracos. Isso envolve identificar os principais concorrentes diretos e indiretos, avaliar suas ofertas de produtos/serviços, preços, canais de distribuição, vantagens competitivas e participação de mercado. Essa análise ajuda a identificar a posição da empresa em relação à concorrência e a identificar oportunidades de diferenciação.

**Tendências do mercado:** uma análise de mercado também envolve o estudo das tendências e mudanças no mercado em que a empresa atua. Isso inclui fatores biológicos, sociais, tecnológicos, ambientais e regulatórios que podem afetar o setor. Compreender essas tendências ajuda a antecipar demandas futuras, identificar oportunidades de crescimento e adaptar as estratégias de negócios para se manter relevante.

**Oportunidades de crescimento:** Através da análise de mercado, é possível identificar oportunidades de crescimento para a empresa. Isso pode envolver a identificação de segmentos de mercado não atendidos, necessidades não satisfeitas dos clientes, lacunas na concorrência ou demandas emergentes. Identificar essas oportunidades permite que a empresa desenvolva estratégias específicas para aproveitá-las e expandir seus negócios.

**Análise SWOT:** A análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats - Forças, Fraquezas, Oportunidades, Ameaças) é uma ferramenta comumente utilizada na análise de mercado. Ela envolve a identificação dos pontos fortes e passageiros internos da empresa, bem como as oportunidades e ameaças externas que ela enfrenta. Essa análise ajuda a empresa a compreender sua posição competitiva e desenvolver estratégias para capitalizar seus pontos fortes, superar suas fraquezas, aproveitar oportunidades e mitigar ameaças.

Esses pontos são cruciais para obter uma compreensão abrangente do mercado em que a empresa está inserida, identificar seu público-alvo, conhecer seus concorrentes, acompanhar as tendências do setor e identificar oportunidades de crescimento. Essa análise embasa as decisões estratégicas da empresa e ajuda a direcionar suas atividades de marketing e desenvolvimento de produtos/serviços.



**Descrição detalhada:** É essencial fornecer uma descrição completa dos produtos ou serviços oferecidos pela empresa. Isso inclui informações sobre suas características, funcionalidades, especificações técnicas e aspectos que os diferenciam de outras ofertas no mercado. Quanto mais detalhado para uma descrição, melhor será a compreensão do que a empresa oferece aos clientes.

**Proposta de valor:** Destaque a proposta de valor única de produtos ou serviços. Ou seja, o valor adicional que eles trazem aos clientes em comparação com as alternativas disponíveis. Isso pode incluir benefícios específicos, soluções para problemas do cliente, economia de tempo ou dinheiro, qualidade superior, recursos exclusivos ou qualquer outro aspecto que os torne atraentes para o público-alvo.

**Vantagens competitivas:** Identifique as vantagens competitivas dos produtos ou serviços em relação à concorrência. Isso pode envolver características exclusivas, tecnologia patenteada, processos inovadores, qualidade superior, preços competitivos, rede de distribuição eficiente, atendimento ao cliente excepcional ou qualquer outro fator que proporcione uma vantagem distintiva no mercado.

**Ciclo de vida do produto:** Avalie em que fase do ciclo de vida do produto ou serviço a oferta se encontra. Isso pode variar desde o lançamento inicial até a maturidade ou declínio. Compreender o estágio do ciclo de vida ajuda a definir as estratégias de marketing, desenvolvimento e gestão de produtos.

**Planos futuros de desenvolvimento:** Apresente os planos futuros de desenvolvimento de produtos ou serviços. Isso pode incluir melhorias, atualizações, lançamentos de novas versões, expansão da linha de produtos, diversificação ou qualquer outra estratégia de inovação e crescimento. Demonstrar que a empresa está atenta às necessidades do mercado e tem planos para se manter relevante e competitiva a longo prazo é um aspecto importante nessa seção.

Esses pontos permitem uma descrição detalhada dos produtos ou serviços oferecidos pela empresa, destacando suas características distintivas, vantagens competitivas e planos futuros de desenvolvimento. Isso ajuda a transmitir aos leitores do plano de negócios o valor dos produtos ou serviços da empresa e como ela se diferencia da concorrência.

**Segmentação de mercado:** Identifique e segmente o público-alvo com base em características demográficas, comportamentais, geográficas ou outras relevantes. Isso permite direcionar as atividades de marketing de forma mais eficaz, adaptando as mensagens e abordagens às necessidades e estímulos específicos de cada segmento.

**Posicionamento de mercado:** Defina como a empresa pretende se posicionar no mercado em relação à concorrência. Isso envolve identificar os pontos fortes, vantagens competitivas e proposta de valor única da empresa. O posicionamento de mercado define a imagem e a percepção desejada pelos clientes em relação à marca e aos produtos/serviços oferecidos.

**Mix de marketing:** Desenvolva uma estratégia abrangente de mix de marketing, também conhecida como os 4Ps do marketing: Produto, Preço, Praça (distribuição) e Promoção. Isso inclui decisões sobre a oferta de produtos/serviços, definição de preços competitivos, escolha de canais de distribuição adequados e criação de campanhas promocionais efetivas.

**Estratégia de comunicação:** Determinar as estratégias de comunicação que serão utilizadas para alcançar o público-alvo e promover a empresa. Isso pode envolver publicidade, relações públicas, marketing de conteúdo, marketing digital, entre outros. Defina os canais de comunicação a serem utilizados e desenvolvidos mensagens coerentes e atraentes para construir a conscientização e o envolvimento dos clientes.

**Avaliação de resultados:** Estabeleça métricas e indicadores de desempenho para avaliar a eficácia das estratégias de marketing integradas. Isso pode incluir métricas como retorno sobre investimento (ROI), taxa de conversão, alcance e engajamento nas mídias sociais, aumento de vendas, entre outros. A avaliação contínua dos resultados permite ajustar as estratégias de marketing e maximizar o impacto das atividades de marketing.

**Quanto às principais redes sociais atualmente, algumas das mais relevantes são:**

**Facebook:** Com bilhões de usuários, o Facebook continua sendo uma plataforma importante para atingir um amplo público, oferecendo recursos de segmentação avançados e diferentes formatos de conteúdo.

**Instagram:** Com foco em conteúdo visual, o Instagram é popular para compartilhamento de fotos e vídeos, sendo especialmente eficaz para marcas que buscam engajamento com um público mais jovem.

**YouTube:** Como a maior plataforma de compartilhamento de vídeos, o YouTube é ideal para criar conteúdo em vídeo e alcançar uma audiência global.

**LinkedIn:** Voltado para o mercado profissional, o LinkedIn é uma plataforma importante para networking, recrutamento e marketing B2B (business-to-business).

**Twitter:** O Twitter é conhecido por seu formato de mensagens curtas (tweets) e é uma plataforma eficaz para compartilhamento de notícias, atualizações rápidas e engajamento com o público em tempo real.

**É importante lembrar que a escolha das redes sociais mais seguidas depende do público-alvo e dos objetivos de marketing da empresa, sendo essencial analisar em quais plataformas o público-alvo está presente e engajado.**

**Equipe de gestão:** Presente os membros-chave da equipe de gestão da empresa, destacando suas comemorações, experiência e papéis desempenhados. Isso inclui informações sobre o(s) fundador(es), CEO, diretores e outras cargas de liderança. Certifique-se de destacar as competências e os executivos relevantes de cada membro da equipe.

**Responsabilidades e funções:** Descreva as responsabilidades e funções de cada membro da equipe de gestão. Isso inclui suas áreas de atuação, as atividades que serão realizadas e como eles contribuirão para o sucesso do negócio. Detalhar claramente as responsabilidades de cada pessoa ajuda a garantir uma distribuição eficiente do trabalho e uma gestão adequada das operações.

**Organograma:** Apresenta um organograma que ilustra a estrutura organizacional da empresa, mostrando a autoridade e a relação entre os membros da equipe. Isso ajuda a visualizar a estrutura de comando, a comunicação interna e a tomada de decisões. Também é importante indicar como uma estrutura organizacional pode evoluir à medida que a empresa cresce.

**Recursos humanos:** Discuta as políticas e práticas relacionadas a recursos humanos, como recrutamento, seleção, treinamento, desenvolvimento e retenção de talentos. Descreva também as políticas de benefícios, benefícios e plano de carreira. Essas informações ajudam a demonstrar que a empresa valoriza e investe em seu capital humano.

**Necessidades futuras de pessoal:** Considere como necessidades futuras de pessoal e mencione se haverá a contratação de novos membros da equipe. Discuta as áreas em que a empresa pode precisar fortalecer sua equipe para sustentar o crescimento e alcançar os objetivos propostos. Isso demonstra que a empresa está se preparando para enfrentar os desafios futuros e garantir recursos adequados para atingir suas metas.

Esses pontos fornecem uma visão clara da estrutura organizacional da empresa, destacando a equipe de gestão, suas responsabilidades e funções. Também aborda aspectos de recursos humanos e planejamento futuro de pessoal, fornecendo uma visão geral sobre como a empresa será gerenciada e como a equipe contribuirá para o sucesso do negócio.

**Projeções financeiras:** Apresente projeções financeiras para os próximos anos, incluindo projeções de resultados, balanços patrimoniais e fluxo de caixa. Essas projeções devem refletir como expectativas realistas de receitas, despesas, investimentos e fluxo de caixa da empresa. Elas são fundamentais para demonstrar a viabilidade financeira do negócio e ajudar na tomada de decisões estratégicas.

**Demonstração de resultados:** Apresenta uma demonstração de resultados projetados, que mostra a receita total, os custos e as despesas da empresa ao longo de um período específico. Isso inclui a receita de vendas, os custos de produção, as despesas operacionais e os impostos. A demonstração de resultados ajuda a avaliar a lucratividade e o desempenho financeiro da empresa.

**Balanço patrimonial:** Apresenta um balanço patrimonial projetado, que lista os ativos, passivos e patrimônio líquido da empresa em um determinado momento. Isso inclui os ativos tangíveis e intangíveis da empresa, como propriedades, equipamentos, estoques e marcas registradas, bem como as obrigações financeiras, como dívidas e contas a pagar. O balanço patrimonial ajuda a avaliar a saúde financeira e a solidez da empresa.

**Fluxo de caixa:** Apresente uma projeção de fluxo de caixa, que mostra as entradas e saídas de caixa da empresa ao longo de um período de tempo. Isso inclui recebimentos de vendas, pagamentos a fornecedores, despesas operacionais, investimentos e financiamentos. O fluxo de caixa é crucial para monitorar a liquidez da empresa e sua capacidade de cumprir obrigações financeiras.

**Indicadores-chave de desempenho (KPIs):** Identifique e descreva os indicadores-chave de desempenho financeiro que serão monitorados para avaliar o sucesso e o progresso da empresa. Isso pode incluir KPIs como margem de lucro, retorno sobre o investimento, geração de caixa operacional, período de retorno do investimento, entre outros. Os KPIs acompanham permitem o desempenho financeiro da empresa e fazem ajustes quando necessário.

Esses pontos são essenciais para a análise financeira do plano de negócios. As projeções financeiras, as projeções de resultados, os balanços patrimoniais, o fluxo de caixa e os indicadores-chave de desempenho ajudam a avaliar a viabilidade financeira do negócio, identificam pontos fortes e fornecem informações valiosas para a tomada de decisões financeiras estratégicas.

**Processos operacionais:** Descreva detalhadamente os processos operacionais da empresa, desde a aquisição de matérias-primas ou suprimentos até a entrega do produto final ou prestação do serviço. Esse ponto abrange as etapas envolvidas, a sequência de atividades, a tecnologia utilizada, os recursos necessários e os padrões de qualidade.

**Gestão de fornecedores:** Explique como a empresa gerenciará seus fornecedores. Isso inclui a seleção de fornecedores, o estabelecimento de relacionamentos comerciais, a negociação de contratos, o monitoramento da qualidade dos produtos ou serviços fornecidos e o controle de estoque para garantir a disponibilidade de materiais necessários.

**Logística:** Descreva os planos de logística da empresa, incluindo o transporte, armazenamento e distribuição de produtos ou materiais. Isso pode envolver parcerias com empresas de transporte, a escolha de instalações de processamento autônomo, o desenvolvimento de sistemas de gerenciamento de estoque e otimização das rotas de entrega.

**Gestão de qualidade:** Discuta como a empresa garantirá a qualidade de seus produtos ou serviços. Isso pode incluir a implementação de procedimentos de controle de qualidade, a realização de testes e inspeções, a adoção de certificações de qualidade reconhecidas e o monitoramento do feedback dos clientes para aprimorar constantemente a qualidade oferecida.

**Gestão de recursos humanos:** Aborde como a empresa gerenciará seus recursos humanos. Isso envolve o recrutamento e seleção de funcionários protegidos, o treinamento e desenvolvimento contínuo, a criação de um ambiente de trabalho saudável, a definição de políticas de remuneração e benefícios, e a implementação de programas de motivação e retenção de talentos.

Esses pontos são essenciais para um plano de operações eficaz. Eles garantem que a empresa tenha processos bem definidos, fornecedores, uma cadeia de suprimentos eficiente, produtos ou serviços de qualidade e uma equipe talentosa para realizar as operações. Um plano de operações bem elaborado contribui para a eficiência, a produtividade e o sucesso geral da empresa.

**Definição de metas e marcos:** Estabeleça metas claras e mensuráveis que a empresa deseja alcançar durante a implementação do plano de negócios. Divida essas metas em marcos específicos, que são pontos de referência importantes ao longo do caminho para acompanhar o progresso e avaliar o sucesso da implementação.

**Cronograma e alocação de recursos:** Crie um cronograma detalhado que descreva as atividades e os prazos para a implementação do plano de negócios. Identifique os recursos necessários, como pessoal, financiamento, tecnologia e instalações, e aloque-os de forma adequada para cada fase do cronograma. Isso ajuda a garantir que os recursos sejam utilizados de maneira eficiente e oportuna.

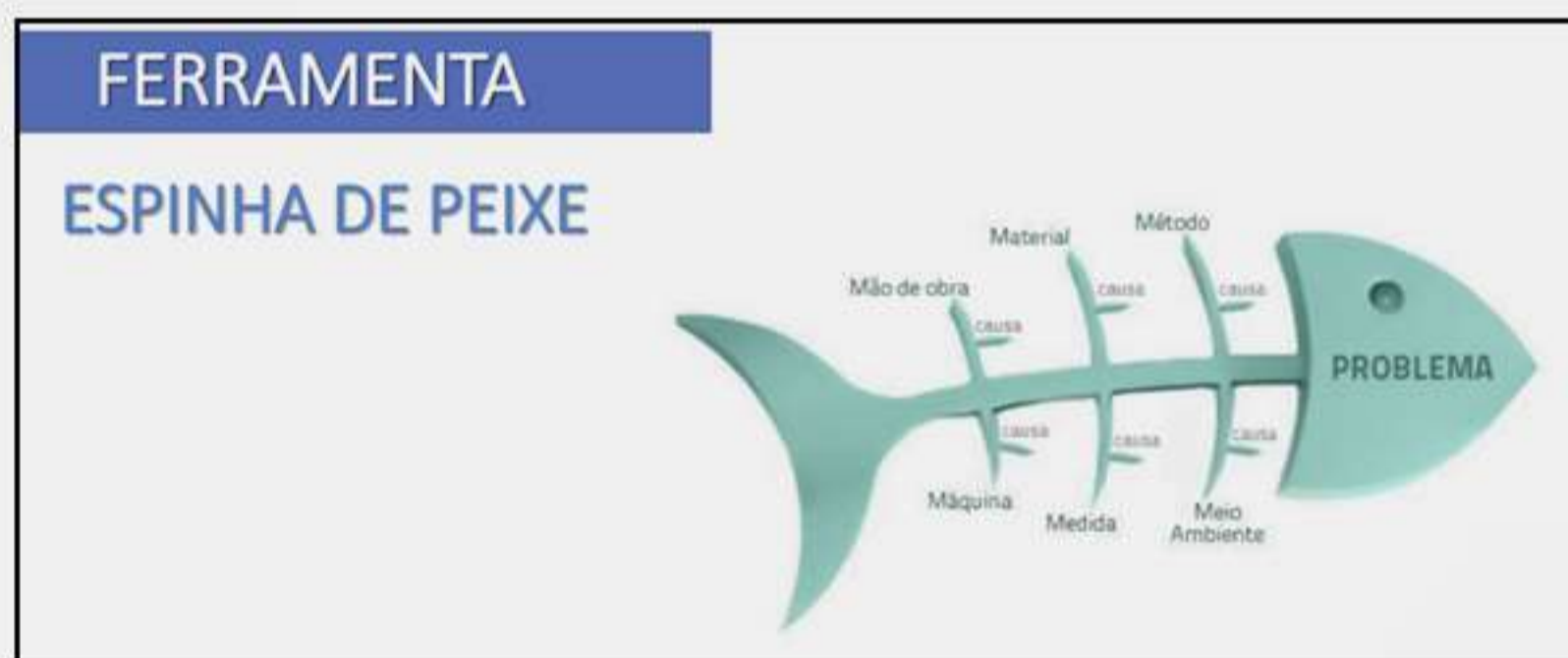
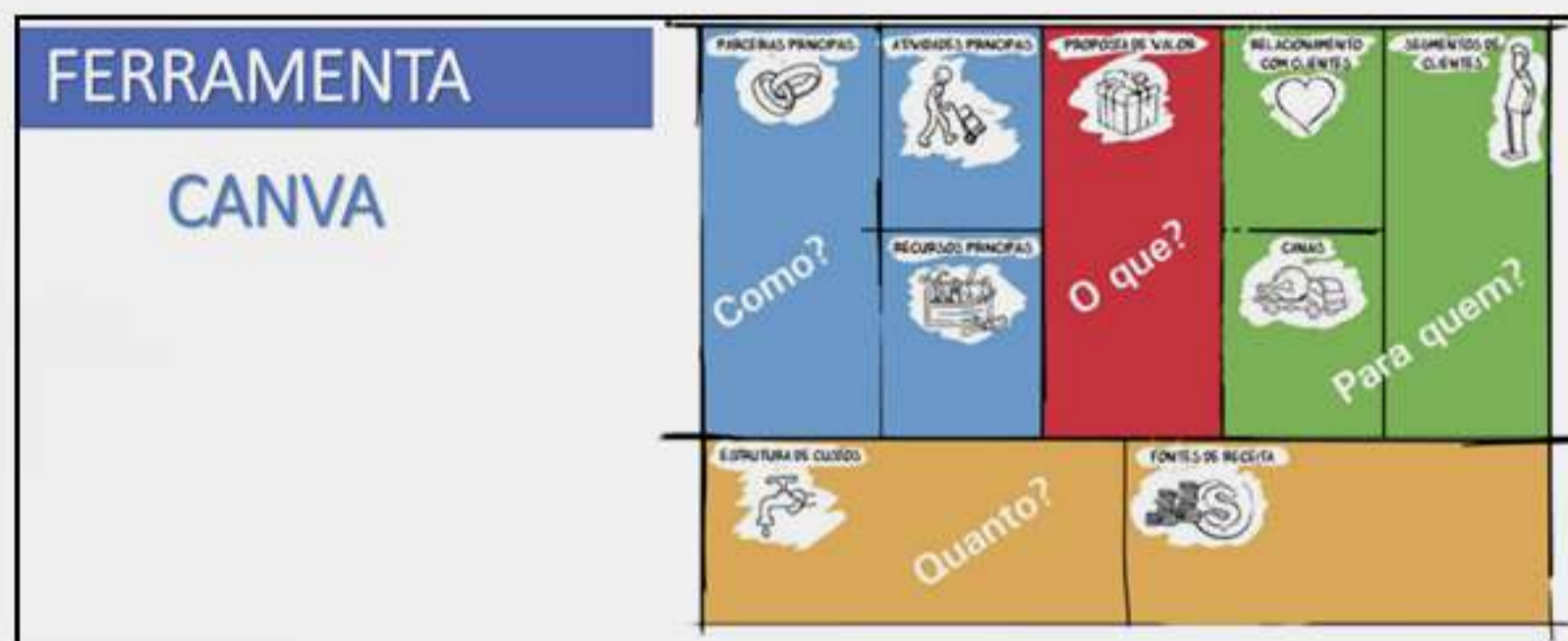
**Responsabilidades e papéis:** Atribuição de responsabilidades claras e definidas a cada membro da equipe envolvida na implementação do plano de negócios. Descreva os papéis e as funções de cada pessoa, bem como as confortáveis e colaborações necessárias entre as equipes. Isso garante que todos entendam suas responsabilidades e contribuam para o sucesso da implementação.

**Monitoramento e controle:** Estabeleça botão de monitoramento e controle para acompanhar o progresso da implementação e realizar ajustes quando necessário. Isso pode incluir a definição de indicadores-chave de desempenho (KPIs) relevantes, a realização de reuniões regulares de acompanhamento, a análise de relatório e a identificação de desvios em relação ao cronograma ou às metas protegidas.

**Plano de contingência:** Preveja possíveis obstáculos e riscos que possam surgir durante a implementação e desenvolva um plano de contingência para lidar com eles. Isso envolve identificar estratégias alternativas, recursos adicionais ou ações corretivas que podem ser acionados caso tenham causado contratemplos. Ter um plano de contingência ajuda a minimizar e a manter a implementação do plano de negócios no caminho certo.

Esses pontos são fundamentais para garantir uma implementação eficaz do plano de negócios. Ao definir metas e marcos, criar um cronograma detalhado, atribuir responsabilidades claras, monitorar o progresso e ter um plano de contingência, a empresa aumenta suas chances de sucesso na implementação das estratégias e ações delineadas no plano de negócios.

## ALGUMAS FERRAMENTAS QUE PODEM TE AJUDAR A CRIAR O SEU PLANO DE NEGÓCIOS:



**FERRAMENTA 5W2H**







## RESUMINDO

Um plano de negócios é um documento que descreve a visão, objetivos e estratégias de uma empresa. Ele abrange várias seções importantes, incluindo resumo executivo, descrição da empresa, análise de mercado, produtos ou serviços, estrutura organizacional, análise financeira, plano de operações, plano de implementação e outros. O plano de negócios oferece uma visão estratégica, avaliação da viabilidade, acesso a financiamento, orientação na tomada de decisões, comunicação eficaz e monitoramento contínuo. Ele fornece uma base sólida para o sucesso e crescimento de um negócio, permitindo uma compreensão abrangente da empresa, do mercado, dos recursos necessários e das estratégias a serem integradas.

**“Se você conhece o inimigo e conhece a si mesmo, não precisa temer o resultado de cem batalhas. Se você se conhece mas não conhece o inimigo, para cada vitória ganha sofrerá também uma derrota. Se você não conhece nem o inimigo nem a si mesmo, perderá todas as batalhas...”**

**Sun Tzu**  
**Arte da guerra**

**Eduardo Lustosa**  
**@eduardolustosajj**  
**(61) 98133-9544**



# UNILÍDERES

**Apoio:**

Secretaria de  
Desenvolvimento Econômico,  
Trabalho e Renda

