

OFICINA DE PLANO DE NEGÓCIOS



DINÂMICA



CONTRATO DE CONVIVÊNCIA





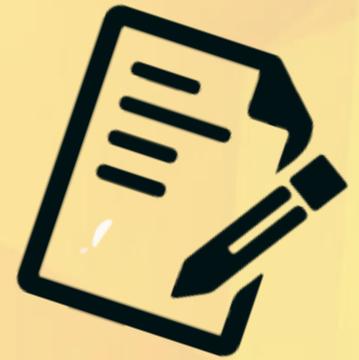
De onde vêm as boas idéias Steven Johnson.mp4

PLANO DE NEGÓCIOS



O que é?

SUMÁRIO EXECUTIVO



Serve para:

- Permitir uma avaliação rápida da empresa e de seus planos;
- Conduzir o entendimento do plano de negócios e do que o leitor encontrará nele;

RESUMO

Deverá fornecer uma visão geral e atrativa do plano, mostrando as vantagens competitivas e o diferencial do seu negócio.



MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão

Razão de existência da empresa.

Visão

Onde a empresa quer chegar.

Valores

Princípios que guiam a vida da organização.

DADOS DA EMPRESA

Cadastrar as informações sobre os sócios, acrescentar também os dados da empresa, como CNPJ, setor econômico, e enquadramento tributário.



RECURSOS

Próprio ou de terceiros?





**É HORA DE
PRATICAR**

CLIENTES

Conheça muito bem seu público-alvo!



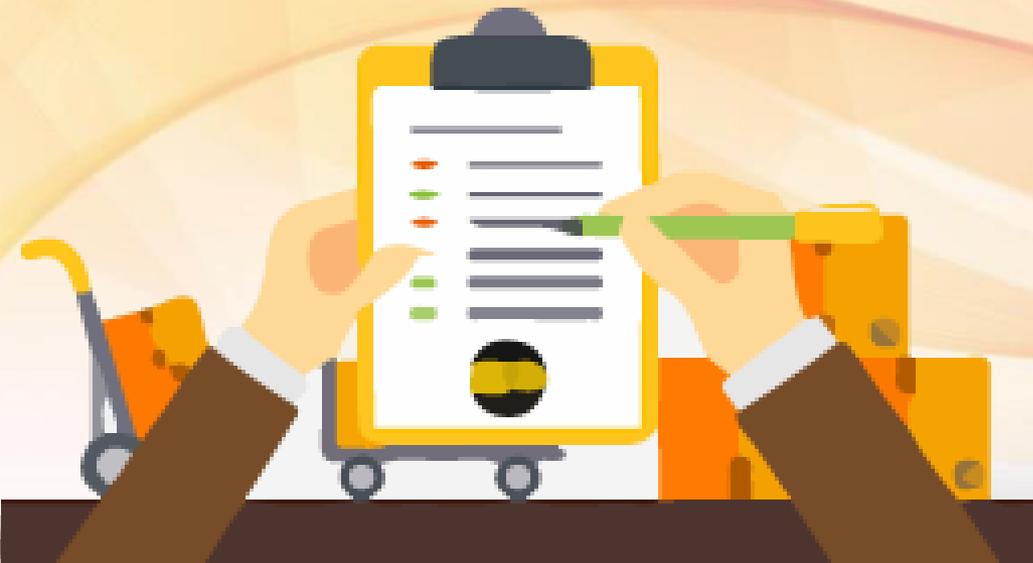
CONCORRENTES

Qual seu diferencial em relação ao seu concorrente?



FORNECEDORES

Pesquisa com no mínimo 3 potenciais fornecedores é importante para estar em posição vantajosa no momento da compra de matéria-prima e insumos.





**É HORA DE
PRATICAR**

OFICINA DE PLANO DE NEGÓCIOS



PLANO DE MARKETING

Estratégia para planejar e conduzir as ações que conduzirão no sucesso do lançamento e venda do produto no mercado.



PRODUTO (POSICIONAMENTO)

Descreva detalhadamente seu produto.



PREÇO

O preço está relacionado ao benefício percebido pelo consumidor.



PRAÇA (CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO)

Onde o produto
vai ser
disponibilizado?



PROMOÇÃO

Os objetivos da promoção são informar, persuadir e lembrar!





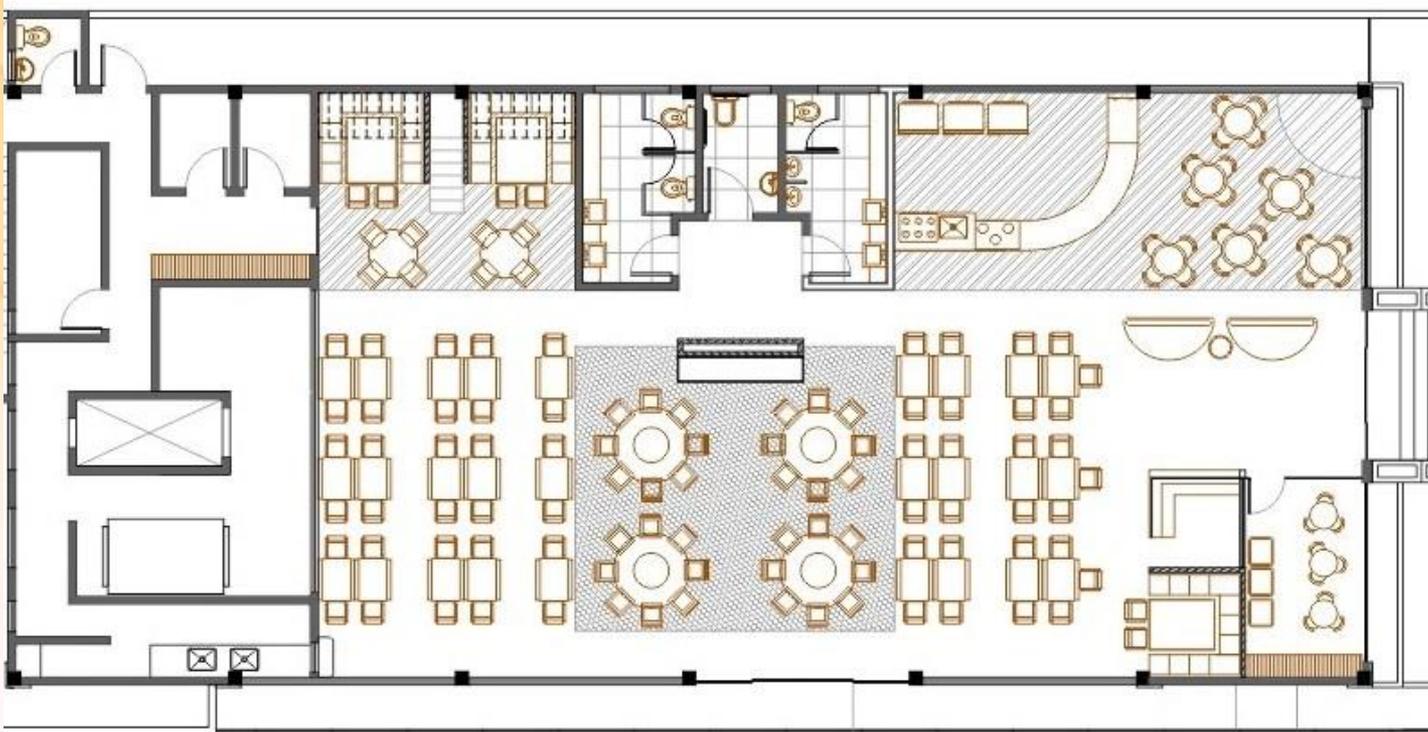
**É HORA DE
PRATICAR**

PLANO OPERACIONAL



LAYOUT

Arranjo físico da empresa, como ela está organizada.



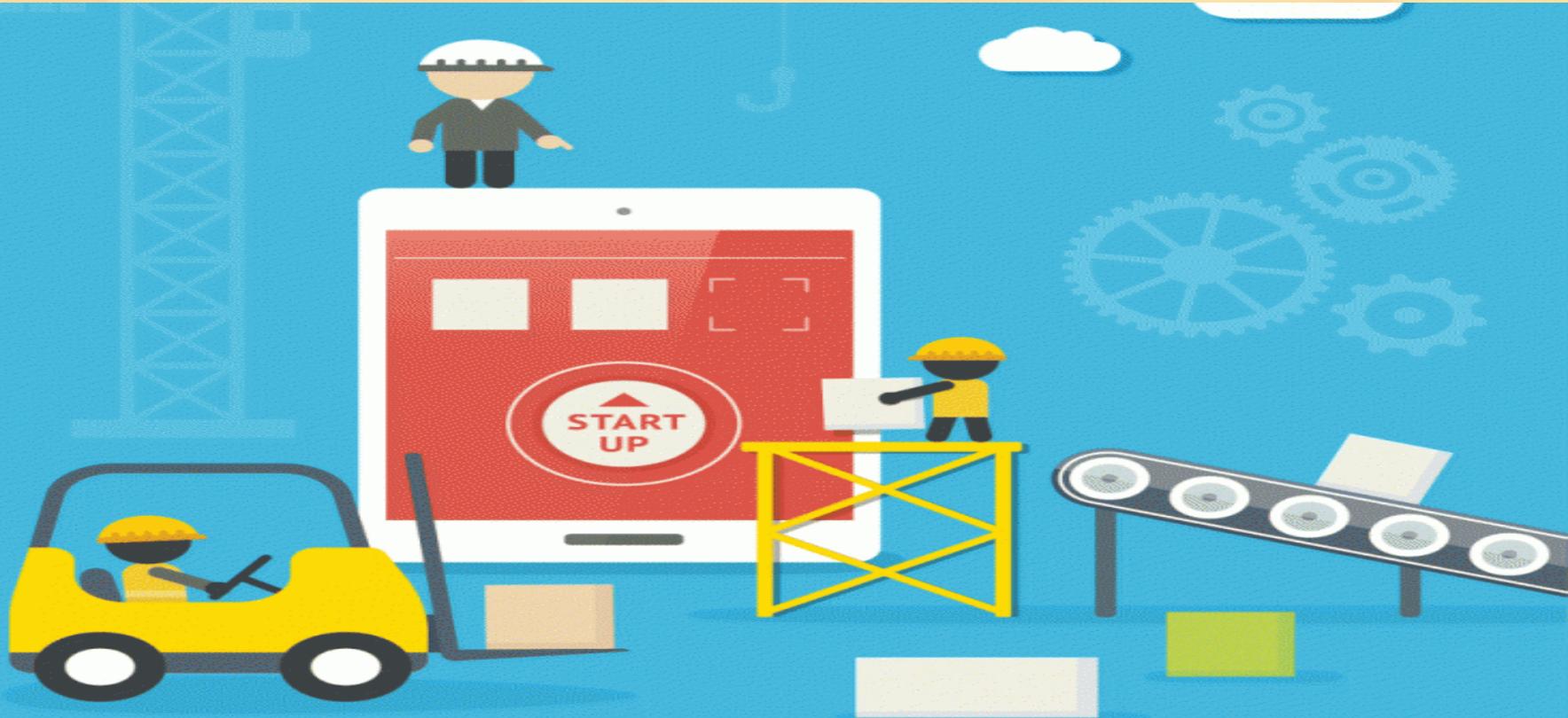
CAPACIDADE PRODUTIVA, COMERCIAL E DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

Informação importante para identificar quantos clientes podem ser atendidos, com a estrutura existente, possibilitando melhor aproveitamento dos recursos, além de diminuir o tempo ocioso.



PROCESSOS OPERACIONAIS

Definir como a empresa irá funcionar, etapa por etapa.



PESSOAS

Levantamento e descrição de funções, levando sempre em consideração as leis trabalhistas.





**É HORA DE
PRATICAR**

QUADRO DE AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA – SWOT (FOFA)

	AJUDA	ATRAPALHA
INTERNA (organização)	FORÇA	FRAQUEZA
EXTERNA (ambiente)	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS

SWOT (FOFA)

Forças



- O que é que faz bem?
- Que recursos únicos pode aproveitar?
- O que é que os outros vêem como suas forças?

Oportunidades



- Que oportunidades tem disponíveis?
- Que tendências/novidades pode você aproveitar?
- Como pode transformar as suas forças em oportunidades?

Fraquezas



- O que é que pode melhorar?
- Onde é que tem menos recursos que os outros?
- O que é que os outros vêem como as suas prováveis fraquezas?

Ameaças



- Que ameaças podem prejudicá-lo?
- O que é que a sua competição anda a fazer?
- As suas fraquezas expõem-no a que possíveis ameaças?

Forças

Nome e marca de reputação forte no mercado mundial
Grande número de lojas
Constante inovação em produtos
Adaptação de menu aos locais de implementação
Forte investimento em publicidade e marketing
Preço competitivo
Administração de cadeia de suprimentos "Just in time"
Presença como patrocinador em grandes eventos
Associa filmes e desenhos com seus produtos (McLanche Feliz)

Fraquezas

Pouca variedade de alimentos saudáveis
Atendimento lento em pedidos especiais
Danos ecológicos na produção de seus produtos
Má reputação quanto aos direitos dos funcionários e condições de trabalho
Alto *turnover*, incluindo alta gerência
Desconhecimento da origem de alguns ingredientes
Posicionamento "mesmo por menos" filtra o segmento de clientes

Oportunidades

Novas tecnologias que possibilitam a redução de custos
Ainda recorrente falta de tempo da população, demandando alimentação *fast*
Aumento da preocupação com questões sociais traz a oportunidade de parcerias com instituições de caridade
Consciência por alimentos saudáveis traz oportunidade de mudanças no cardápio

Ameaças

Mercado de *fast foods* saturado em economias desenvolvidas
Crescente demanda por alimentos mais saudáveis
Nascem mais estabelecimentos com a proposta *'fit'* para alimentos
Mudanças na regulamentação da ANVISA



Matriz Swot McDonald's

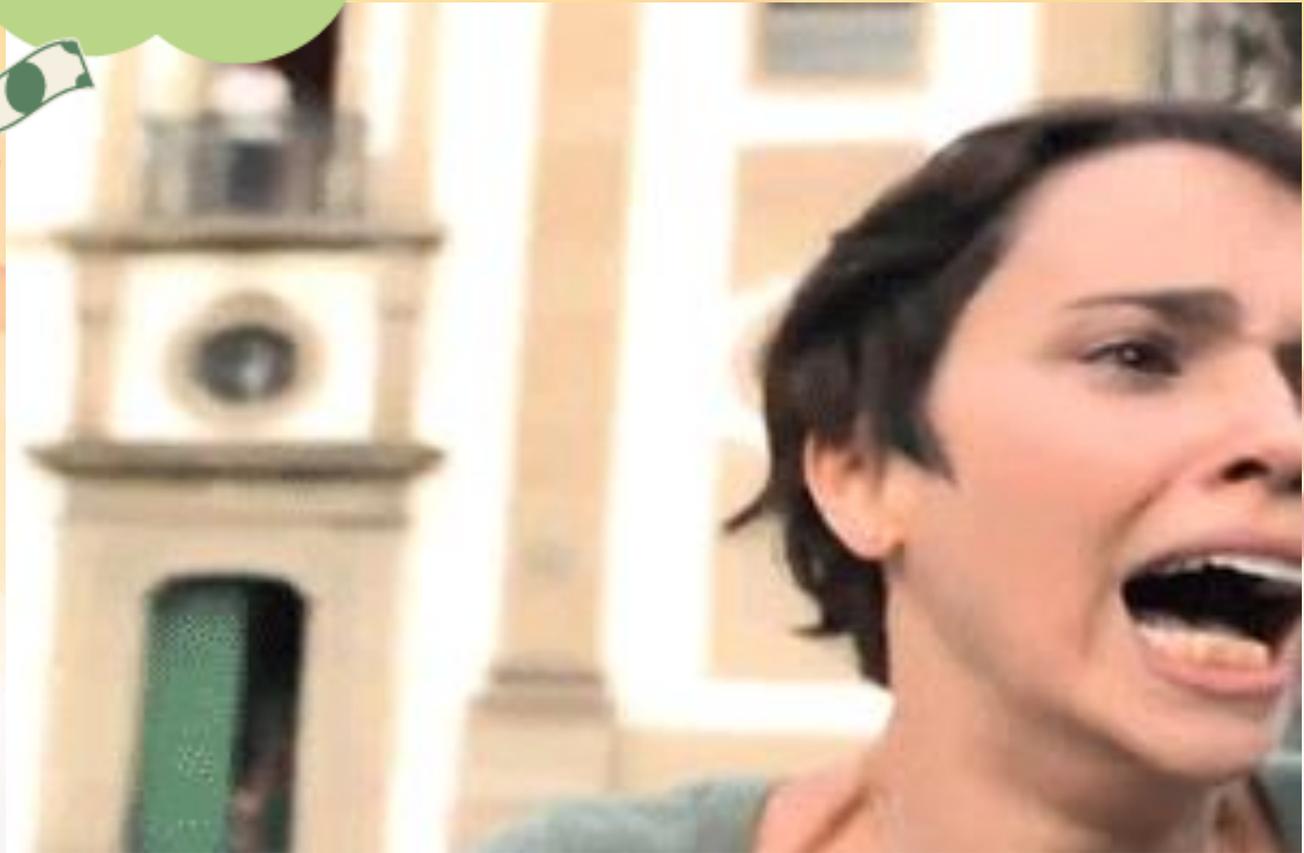
SWOT COCA COLA



OFICINA DE PLANO DE NEGÓCIOS



Plano Financeiro



Finalmente chegou a hora de falarmos de dinheiro, após ter realizado várias pesquisas sobre fornecedores, concorrência, manejo de mercadorias, você já tem uma ideia do montante de dinheiro que precisará para abrir e/ou manter sua empresa, agora é hora de colocar isso no papel e realizar os cálculos necessários sobre esses valores.



O Plano financeiro é o resultado final do plano de negócios, pois apresenta em números todas as ações planejadas ao longo do seu desenvolvimento.

Através dos Indicadores poderá ser analisada a viabilidade do empreendimento, tais como ponto de equilíbrio, rentabilidade, lucratividade, retorno sobre investimento, entre outros. E as projeções financeiras auxiliarão nas tomadas de decisão.

Para melhor entendimento, vamos dividir em 3 partes:

- Análise de Investimentos;
- Indicadores Chave;
- Projeções Financeiras.



SALÃO DO ELVIS



Análise de Investimentos

Este é o momento de definir todos os recursos necessários para que a empresa comece a funcionar, sendo composto por:

- Investimentos fixos;
- Investimentos Pré – operacionais;
- Capital de Giro.



Investimentos Fixos

São todos os bens que necessitam ser comprados para que a empresa tenha um bom funcionamento como equipamentos, móveis e veículos.

DESCRIÇÃO	VALOR
Equipamentos	R\$ 3.000,00
Móveis	R\$ 2.000,00
TOTAL	R\$ 5.000,00



Investimentos Pré-Operacionais

Compreendem os gastos realizados antes da abertura da empresa, como reformas do imóvel e taxas de registro da empresa.

DESCRIÇÃO	VALOR
Reforma	R\$ 3.000,00
Registro da empresa	R\$ 1.000,00
TOTAL	R\$ 4.000,00



Capital de giro

Recursos financeiros para financiar clientes na venda à prazo e para pagar fornecedores. Para que possamos calcular o Capital de Giro precisamos ter em mãos as seguintes informações:



Estimativa do estoque Inicial



MATERIAIS	QUANTIDADE	CUSTO UNITARIO	TOTAL (R\$)
Shampoo	17	R\$ 10,00	R\$ 170,00
Condicionador	3	R\$ 20,00	R\$ 60,00
Laminas descartáveis	215	R\$ 0,50	R\$ 107,50
Luvas	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00
TOTAL			R\$ 357,50



Caixa mínimo



Capacidade de financiamento das vendas.

1º passo: Contas a receber

CONTAS A RECEBER (PRAZO MÉDIO DE VENDAS)	(%)	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA EM DIAS
À vista	70	0	0
À prazo	30	30	9
Prazo médio total			9 dias

2º passo: Pagamento fornecedores

FORNECEDORES (PRAZO MÉDIO DE COMPRAS)	(%)	X	NÚMERO DE DIAS	MÉDIA PONDERADA
À vista	0	x	0	0
À prazo	100	x	30	30
PRAZO MÉDIO TOTAL				30

3º passo: Necessidade média de estoques

NECESSIDADE MÉDIA DE ESTOQUES	NÚMERO DE DIAS
	30



4º Passo: Necessidade líquida de capital de giro em dias

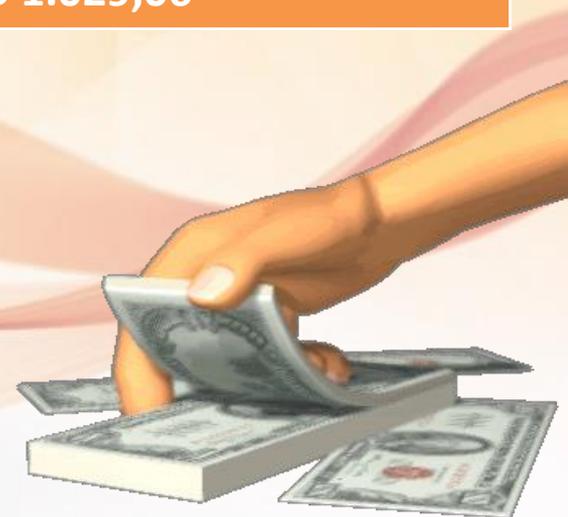


NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO EM DIAS	NÚMERO DE DIAS
RECURSOS DA EMPRESA FORA DO SEU CAIXA	
1. Contas a receber (prazo médio de vendas)	9
2. Estoques (necessidade media de estoques)	30
TOTAL (item 1 + item 2)	39
RECURSOS DE TERCEIROS NO CAIXA DA EMPRESA	
3. Fornecedores (prazo médio de compras)	30
TOTAL ((item 1 + item 2) – item 3)	9 dias



Caixa mínimo

CAIXA MÍNIMO	R\$
1. Custo fixo mensal	R\$ 3.000,00
2. Custo variável mensal	R\$ 430,00
3. Custo total (item 1 + item 2)	R\$ 3.430,00
4. CUSTO TOTAL DIÁRIO (item 3 / 30 dias)	R\$ 114, 34
5. Necessidade líquida de Capital de giro em dias	9
TOTAL (item 4 x item 5)	R\$ 1.029,06



Capital de giro

DESCRIÇÃO	R\$
Estoque Inicial	R\$ 357,50
Caixa mínimo	R\$ 1.029,06
TOTAL	R\$ 1.386,56



Investimento total

DESCRIÇÃO	R\$
Investimentos fixos	R\$ 5.000,00
Investimentos Pré Operacionais	R\$ 4.000,00
Capital de giro	R\$ 1.386,56
TOTAL	R\$ 10.386,56

Recursos financeiros

RECURSOS PROPRIOS

R\$ 10.386,56



Projeções Financeiras



Uma projeção financeira é uma previsão das receitas e das despesas futuras.

Uma projeção de curto prazo leva em consideração o primeiro ano da sua empresa, traçado mês a mês. O planejamento deve ser realista, considerando períodos sazonais, possíveis quedas de venda, aumento dos custos com matéria prima, aumento das vendas, dentre outros.

São guias para a equipe de gestão e servem também como demonstrativo para possíveis investidores ou caso seja necessário recorrer a instituições financeiras.

Para desenvolver as projeções financeiras precisaremos de várias outras informações e cálculos que e o que faremos agora.



Capacidade produtiva



Como prestador de serviços no caso do salão do Elvis seu “produto” é o seu tempo. Assim, sua capacidade máxima de venda está atrelada ao tempo que você tem para prestar o serviço.

DESCRIÇÃO	
Número de pessoas trabalhando	1
Horas diárias produtivas (máximas)	7
Dias trabalhados no mês	22
Horas produtivas máximas no mês	154
% de produtividade	70%
Horas reais de produtividade mensal	107,8h (6468 min)
Quantidade de cortes por mês (30 min por corte)	215 cortes de cabelo



Faturamento Mensal

Uma forma de estimar o quanto a empresa irá faturar por mês é multiplicar a quantidade de produtos a serem oferecidos pelo seu preço de venda, que deve ser baseado em informações de mercado. Para isso, considere:

- o preço praticado pelos concorrentes diretos;
- o quanto seus potenciais clientes estão dispostos a pagar.



Faturamento Mensal do Salão do Elvis



PRODUTO/ SERVIÇO	QUANTIDADE ESTIMATIVA DE VENDAS	X	PREÇO DE VENDA UNITÁRIO	FATURAMENTO TOTAL
Corte	215	X	R\$ 30,00	R\$ 6.450,00
-	-		-	-



Custos Fixos

São os gastos relacionados à estrutura da sua empresa. As despesas fixas são “fixas” porque faça chuva ou faça sol, elas sempre estarão presentes.

São as despesas necessárias para operacionalizar o seu negócio.

Atenção: elas não são “fixas” porque o valor é igual todo o mês, mas sim porque elas precisam ser pagas independente se suas vendas estão bem ou não.



Custo fixo mensal



DESCRIÇÃO	CUSTO TOTAL MENSAL (R\$)
Aluguel	R\$ 300,00
Água	R\$ 100,00
Energia elétrica	R\$ 100,00
Telefone	R\$ 50,00
Internet	R\$ 50,00
Honorários do contador	R\$ 200,00
Pró-labore	R\$ 2.000,00
Material de escritório	R\$ 50,00
Material de limpeza	R\$ 50,00
Marketing	R\$ 100,00
TOTAL	R\$ 3.000,00

Custo fixo unitário

CUSTO FIXO TOTAL		CAPACIDADE PRODUTIVA	CUSTO FIXO POR CORTE
R\$ 3.000,00	/	215	R\$ 13,95

Custos variáveis

Custo variável é todo gasto diretamente relacionado ao seu produto ou serviço. Ele é variável porque o seu gasto total varia conforme a sua venda!



Custo variável por corte



DESCRIÇÃO	R\$
Shampoo	R\$ 0,75
Condicionador	R\$ 0,25
Laminas descartáveis	R\$ 0,50
Luvas	R\$ 0,50
TOTAL	R\$ 2,00 por corte

Custo variável mensal

DESCRIÇÃO	
Custo variável por corte	R\$ 2,00
Capacidade máxima de cortes por mês	215
TOTAL	R\$ 430,00

Custo Unitário Total

DESCRIÇÃO	R\$
Custo variável unitário	R\$ 2,00
Custo fixo unitário	R\$ 13,95
TOTAL	R\$ 15,95



Estimativa dos custos de comercialização

Onde serão registrados os gastos com impostos e comissões de vendedores. Esse tipo de despesa incide diretamente sobre as vendas sendo classificado como um custo variável.

Para calculá-los, basta aplicar, sobre o total das vendas previstas, o percentual dos impostos e de comissões.



Estimativa dos custos de comercialização do Salão do Elvis



DESCRIÇÃO	%		FATURAMENTO ESTIMADO	CUSTO TOTAL
Imposto (simples)	6	x	R\$ 6.450,00	R\$ 387,00
Comissões	-	x	-	-
Taxa de administração do cartão	4	x	R\$ 1.935,00 (30% de venda no cartão)	R\$ 77,40
TOTAL				R\$ 464,40



Estimativa dos custos com mão de obra

Valor gasto com salário de pessoal, benefícios e encargos trabalhistas.

- 8% FGTS
- Férias Anuais
- 1/3 Férias Anuais
- 13º Salário
- 8% FGTS anual
- Refeição
- Transporte



Provisão Mensal: $\text{salario} + 8\% \text{ FGTS} + (\text{férias} + 1/3 \text{ férias} + 13^\circ + 8\% \text{ FGTS anual} / 12)$

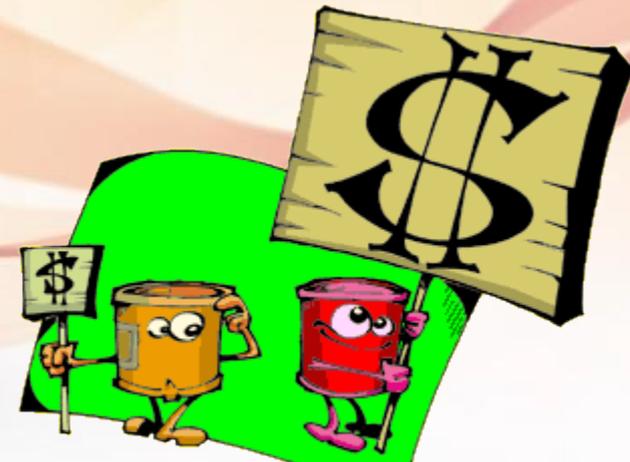
No salão do Elvis ele trabalhará sozinho!



Preço de venda

Momento onde é feito o levantamento de todos os custos e é adicionado o percentual de lucro (markup). No setor de prestação de serviços, o custo está diretamente relacionado ao número de horas trabalhadas e o total de colaboradores envolvidos no serviço.

No caso de indústrias o custo vai estar ligado aos gastos com matéria prima, logística e estoque.





Markup

No Custo Unitário Total nós consideramos os custos variáveis e fixos. Agora, no markup, iremos considerar os impostos, comissões, taxa de administração de cartão, lucros, investimentos e etc.

DESCRIÇÃO	VALOR MÉDIO
Impostos	6%
Taxa de cartão	4%
Lucro	40%



$$TM = \frac{100}{[100 - (\% \text{ impostos} + \% \text{ comissões} + \% \text{ taxas de cartão} + \% \text{ lucro})]}$$

$$TM = \frac{100}{[100 - (6 + 40 + 4)]} = \frac{100}{50} = 2,00$$

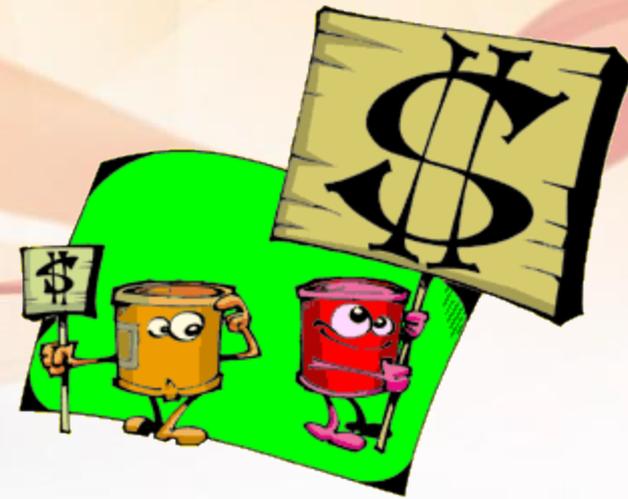


Preço de venda

Preço de venda = CUT x Markup Preço de venda

Preço de venda = 15,95 x 2,00 = R\$ 31,90

Está feito! O preço ideal de venda do corte de cabelo é de R\$ 31,90.



Atenção

Não considere que a primeira tentativa de precificação resultará no seu preço ideal. Faça os seguintes exercícios:

- Aumentar as despesas fixas ;
- Reduzir as despesas fixas ;
- Aumentar sua capacidade produtiva;
- Reduzir sua capacidade produtiva ;
- Tudo isso irá afetar seu preço final!



DRE

Demonstrativo de Resultado

A DRE (Demonstração de Resultado de Exercício) é um **resumo** das operações financeiras da empresa em um determinado período de tempo para deixar claro se a empresa se teve lucro ou prejuízo.



DRE do Salão do Elvis

DESCRIÇÃO	R\$
1. Receita Total com vendas	R\$ 6.450,00
2. Custos variáveis totais	R\$ 894,40
(-) Custos com materiais diretos e/ou Custo de Mercadorias vendidas (CMV)	R\$ 0
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 387,00
(-) Gastos com vendas	R\$ 77,40
Subtotal de 2	R\$ 430,00
3. Margem de contribuição (item 1 – item 2)	R\$ 5.555,60
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 3.000,00
5. Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo) (item 3 – item 4)	R\$ 2.555,60



Indicadores de Viabilidade

São indicadores financeiros, calculados com base nos valores anteriormente apresentados que tem como objetivo mostrar a viabilidade do seu negócio da forma como está sendo apresentado.

É preciso ter consciência de quem não mede, não gerencia!!!



Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio é um indicador de segurança do negócio, mostrando o faturamento mínimo para a empresa não ter prejuízo. E a fórmula para realizar esse cálculo é:

$$PE = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{((\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total}) / \text{Receita Total})}$$



PE do salão do Elvis

$PE = \text{Custo Fixo Total} / ((\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total}) / \text{Receita Total})$

$$PE = 3.000 / ((6.450 - 894,40) / 6.450)$$

$$PE = 3.000 / (5.555,60 / 6.450)$$

$$PE = 3.000 / 0,86$$

$$PE = 3.488,37$$



Lucratividade

É o valor percentual que representa o ganho que a empresa obtém na relação entre seu lucro e a receita total. E pode ser calculado da seguinte forma:

$$\text{Lucratividade} = (\text{Lucro Líquido} / \text{Receita Total}) * 100$$



Lucratividade do Salão do Elvis



Lucratividade = (Lucro Líquido/Receita Total) *
100

Lucratividade = (2555,60/6450) * 100

Lucratividade = 39,62 %



Rentabilidade

É o valor percentual que representa a relação entre o lucro líquido da sua empresa e investimento total e pode ser calculado da seguinte forma:

$$\text{Rentabilidade} = (\text{Lucro Líquido} / \text{Investimento Total}) * 100$$



Rentabilidade do Salão do Elvis



Rentabilidade = (Lucro Líquido/Investimento Total) * 100

Rentabilidade = (2.555,60/10.386,56) * 100

Rentabilidade = 24,60 %



Prazo de Retorno de Investimento (ROI)

Representa o tempo que sua empresa levará para recuperar tudo o que foi investido nela e pode ser calculado da seguinte forma:

Prazo de ROI = Investimento Total/Lucro Líquido



ROI do Salão do Elvis

Prazo de ROI = Investimento Total/Lucro Líquido

Prazo de ROI = $10.386,56/2.555,60$

Prazo de ROI = 4,06 meses



Construção de Cenários

Consiste na análise dos riscos, toda empresa corre riscos, seja quando é criada, ou quando está em atividade.

Prever e administrar esses riscos pode garantir a continuidade do negócio. A construção de cenários traz maior entendimento dos riscos.



Crie diferentes cenários, simulando valores e situações diversas, como a queda das vendas ou aumento dos custos e também resultados otimistas como faturamento crescente e despesas diminuindo.

Pense em ações para prevenir as adversidades ou potencializar situações favoráveis. Com as simulações crie alternativas, tendo o famoso plano B.





**É HORA DE
PRATICAR**



AVALIAÇÃO DO PLANO



PLANO DE NEGÓCIOS DE UM EMPRESA INCUBADA

EIXOS DO CERNE

GESTÃO



TECNOLOGIA



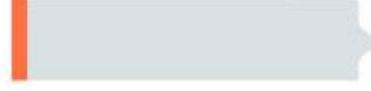
MERCADO



CAPITAL



EMPREENDEDOR



01

02

03

04

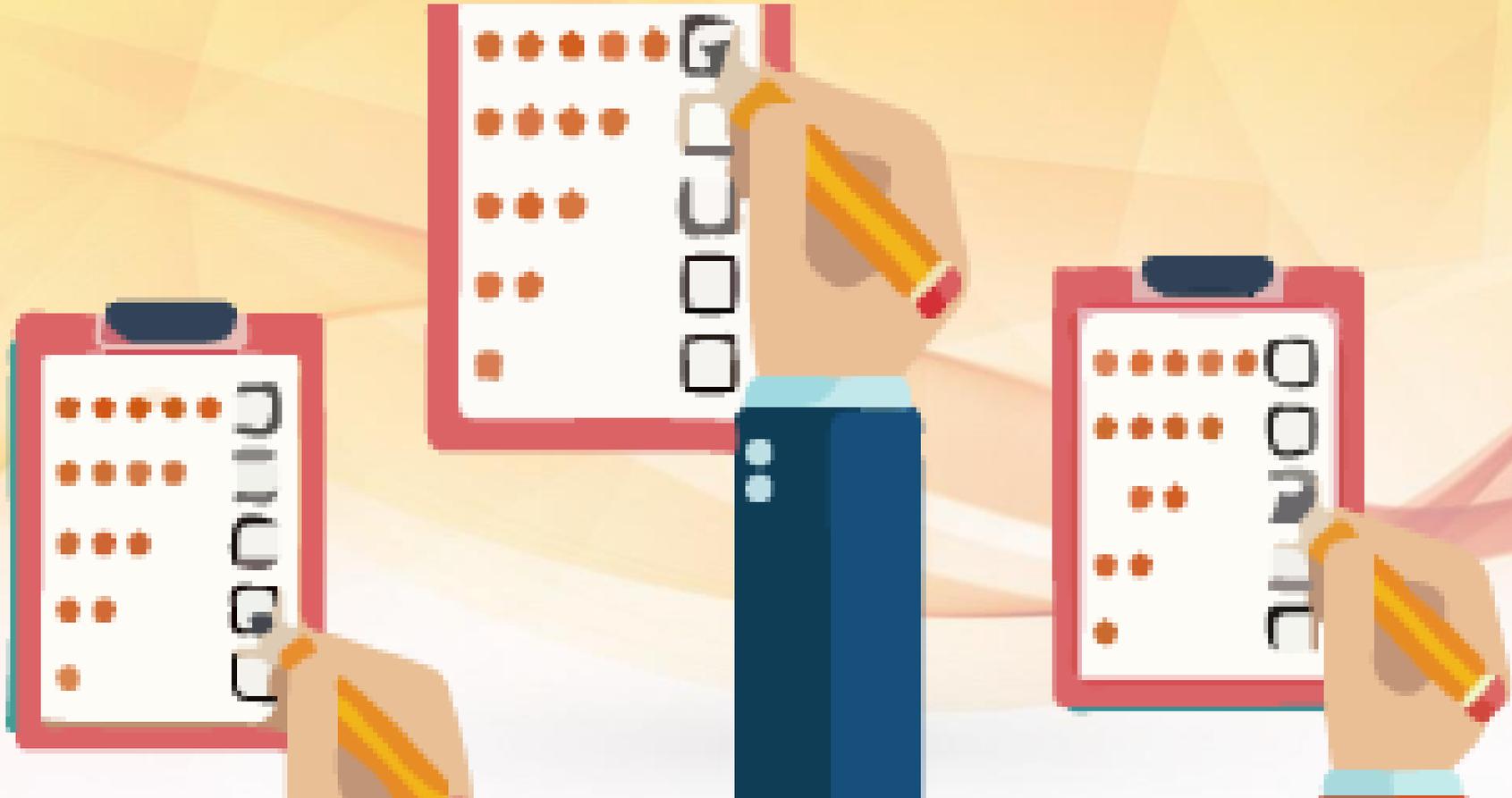
05



DINÂMICA



AVALIAÇÃO



**“PESSOAS COM METAS
TRIUNFAM PORQUE SABEM
EXATAMENTE ONDE VÃO!”**

Earl Nightingale

Obrigada!