

COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIOS DE SUCESSO

1

Sumário:

- **Conceito e Objectivos**
- Estrutura do PN
 - Apresentação da Empresa
 - Análise do Produto / Serviço
 - Análise de Mercado
 - Estratégia de Marketing
 - Análise Financeira
 - Perfil de Gestão
- Dicas práticas sobre o PN

2

Plano de Negócios - Conceito

- O Plano de Negócios (PN) é um documento que sistematiza a informação sobre:
 - Qual é a nossa ideia do negócio.
 - Como tencionamos implementá-la.
 - Quais os resultados que esperamos obter.

3

Plano de Negócios - Objectivos

- Captar fundos que viabilizem o nosso projecto;
- Obter financiamento para um investimento em concreto;
- Servir de base a um planeamento estratégico interno;
- Permitir levantar uma série de questões relativas ao negócio e, posteriormente, obter resposta a essas mesmas questões.

4

Plano de Negócios - Objectivos

Em suma, o objectivo é “vender” a imagem do empresário e do seu projecto, a potenciais investidores!



5

Sumário:

- Conceito e Objectivos
- **Estrutura do PN**
 - **Apresentação da Empresa**
 - Análise do Produto / Serviço
 - Análise de Mercado
 - Estratégia de Marketing
 - Análise Financeira
 - Perfil de Gestão
- Dicas práticas sobre o PN

6

APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

7

Apresentação da Empresa

- a. A forma pela qual o empresário optou para desenvolver o seu projecto deve se clarificada. Sendo que terá as seguintes opções:
- Criação de nova empresa;
 - Retoma de uma já existente;
 - Regime de Franchising.



8

Apresentação da Empresa

b. Forma Jurídica:

É importante escolher a Forma Jurídica que melhor se adapte:

- À missão da empresa;
- Aos objectivos dos sócios;
- À partilha de risco;
- À Capacidade Financeira.

c. Nome e Descrição:

- Empresa
- Sócios

9

Apresentação da Empresa

- d. Historial da Empresa:** constituição, como surgiu a ideia, estudos de suporte...
- e. Objectivos Fundamentais** (tais como volume de facturação, prazo para eventual entrada em bolsa, conquista de determinada quota de mercado...)
- d. Conceito do negócio:** Apresentar a ideia e o negócio (indicar que produtos serão vendidos ou serviços prestados, a que clientes e com que vantagem competitiva).

10

Apresentação da Empresa

g. Dados Financeiros:

Apresentar os indicadores financeiros mais importantes, tais como vendas, lucros, cash flows ou taxas de retorno do investimento.

h. Necessidades Financeiras para a execução do PN

i. Expectativas de Crescimento:

- Empresa / Negócio
- Mercado

11

Sumário:

- Conceito e Objectivos
- **Estrutura do PN**
 - Apresentação da Empresa
 - **Análise do Produto / Serviço**
 - Análise de Mercado
 - Estratégia de Marketing
 - Análise Financeira
 - Perfil de Gestão
- Dicas práticas sobre o PN

12

ANÁLISE DO PRODUTO/SERVIÇO

13

2. Análise do Produto / Serviço

- Inclui uma descrição dos produtos e serviços da empresa, indicando quais os pontos de diferenciação face aos já existentes no mercado.
- A escolha do produto / serviço deve ser orientada para o mercado, sendo o objectivo a satisfação das necessidades dos potenciais clientes.

14

2. Análise do Produto / Serviço

Neste ponto deve referir-se:

- O valor acrescentado que representa o nosso produto/serviço para o consumidor;
- O investimento em recursos humanos (remunerações), em equipamentos e instalações e os motivos da escolha de determinada localização;
- Indicar eventuais processos e tecnologia utilizada, sobretudo no caso de ser inovadora;
- Abordar a evolução do produto no futuro.

15

Sumário:

- Conceito e Objectivos
- **Estrutura do PN**
 - Apresentação da Empresa
 - Análise do Produto / Serviço
 - **Análise de Mercado**
 - Estratégia de Marketing
 - Análise Financeira
 - Perfil de Gestão
- Dicas práticas sobre o PN

16

ANÁLISE DE MERCADO

17

Análise de Mercado

- Consiste na identificação do mercado alvo e o tipo de segmentação de clientes.
- Após esta análise deve-se explicar em que medida é que o produto ou serviço têm condições de sucesso naquele mercado

18

Análise de Mercado

- O poder de compra, a motivação e a dimensão são características do segmento de mercado de maior importância
- Adequar o produto ao mercado, de forma a potencializar o negócio.

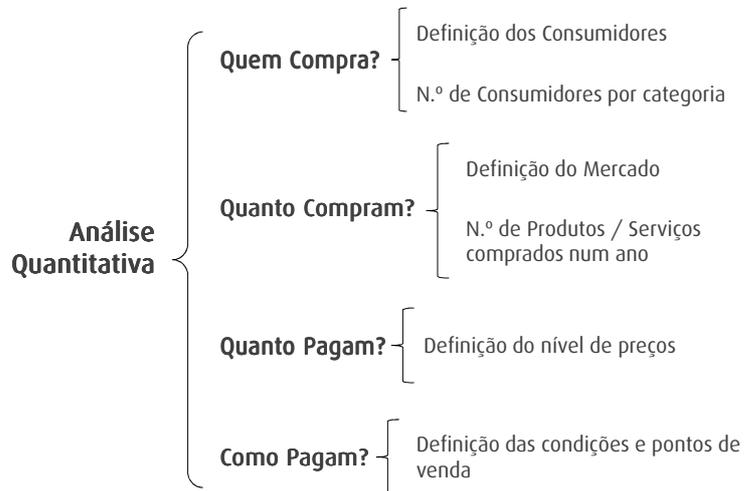
19

Análise de Mercado

- Abordar o mercado com o intuito de determinar quem são os potenciais clientes e como é que se poderão transformar em clientes efectivos.
- Por outro lado também se deve identificar e caracterizar os concorrentes (actuais e potenciais)

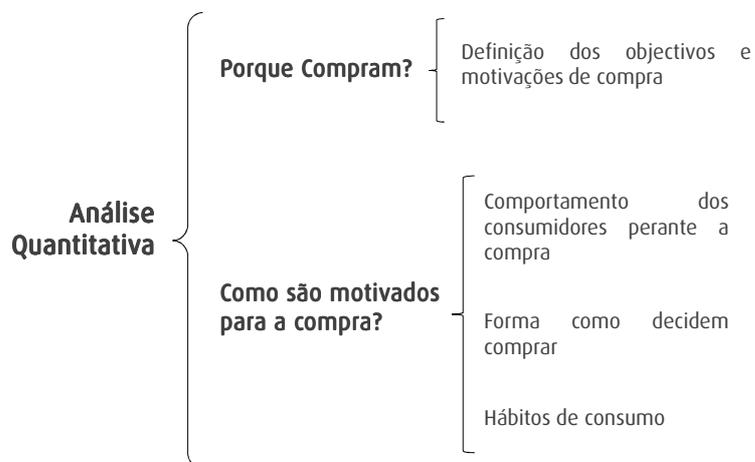
20

Análise de Mercado – Estudo dos Consumidores



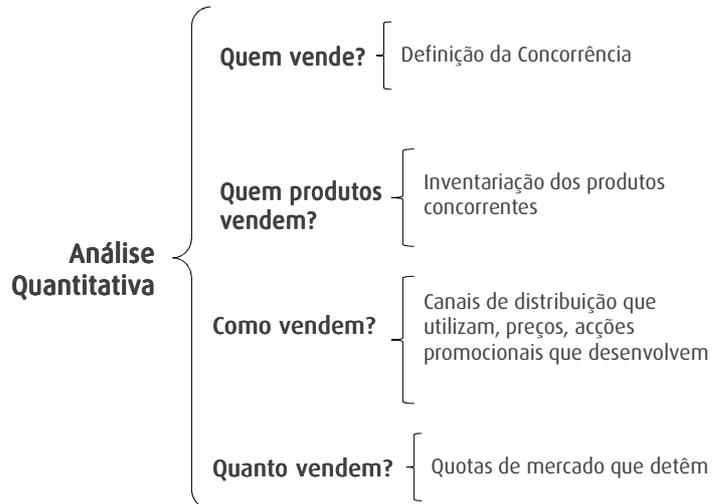
21

Análise de Mercado – Estudo dos Consumidores



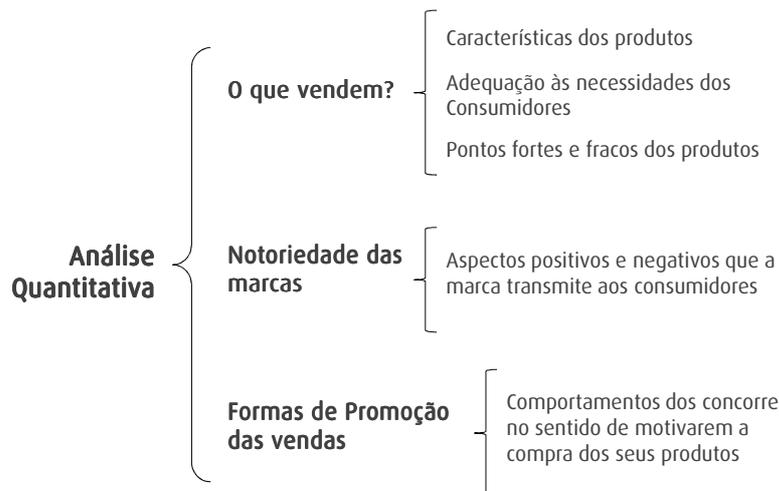
22

Análise de Mercado – Estudo da Concorrência



23

Análise de Mercado – Estudo da Concorrência



24

Sumário:

- Conceito e Objectivos
- **Estrutura do PN**
 - Apresentação da Empresa
 - Análise do Produto / Serviço
 - Análise de Mercado
 - **Estratégia de Marketing**
 - Análise Financeira
 - Perfil de Gestão
- Dicas práticas sobre o PN

ESTRATÉGIA DE MARKETING

Estratégia de Marketing

- Um objectivo do Marketing é transmitir a imagem de que a empresa tem alguma vantagem comparativa;

- Descrevemos de seguida a estratégia global de Marketing e as diversas vertentes do marketing-mix (Produto, Preço, Distribuição e Comunicação)

27

Estratégia de Marketing

- Estratégia global de Marketing:
 - Quantificação dos objectivos de venda;
 - Pressupostos em que assentam tais estimativas.

28

Estratégia de Marketing

- **Produto**
 - Apresentação do produto
- **Preço**
 - Política de preços
 - Preços que os clientes estão habituados a pagar
 - Quanto estarão dispostos a pagar
 - Preços praticados pelos concorrentes
 - Sistema de contabilidade analítica / custo produto

29

Estratégia de Marketing

- **Distribuição**
 - Planeamento da venda dos produtos / serviços.
 - Quais os canais de distribuição a utilizar.
- **Comunicação**
 - Forma de promoção do negócio junto do mercado (publicidade, promoções, relações públicas).

30

Sumário:

- Conceito e Objectivos
- **Estrutura do PN**
 - Apresentação da Empresa
 - Análise do Produto / Serviço
 - Análise de Mercado
 - Estratégia de Marketing
 - **Análise Financeira**
 - Perfil de Gestão
- Dicas práticas sobre o PN

31

ANÁLISE FINANCEIRA

32

Análise Financeira

- **Investimentos e Financiamentos**
- Conta de Exploração Previsional
- Orçamento Previsional de Tesouraria

33

Análise Financeira – Investimentos e Financiamentos

- Nesta rubrica devem ser analisadas todas as despesas de investimento relativas a:
 - Instalações
 - Recursos Humanos
 - Máquinas e Equipamentos
 - Necessidades de fundo de maneo
 - Despesas com a constituição da empresa



34

Análise Financeira – Investimentos e Financiamentos

- A falta de Capital quer no arranque da actividade quer no seu crescimento é uma das principais causas para o insucesso das PME.



Quais as fontes de financiamento adequadas?

35

Análise Financeira – Financiamentos

- Crédito Bancário
- Linhas de Crédito
- *Factoring*
- *Leasing*
- *Business Angels*
- Capital de Risco

36

Análise Financeira – Investimentos e Financiamentos

- Para o PN há a reter o seguinte:
 - Quaisquer que sejam as formas de financiamento há que ter em atenção ao equilíbrio de financiamento dos capitais próprios (Mínimo de 30%)
 - Assim será assegurada uma estrutura financeira saudável sem demasiados encargos financeiros (juros empréstimos).

37

Análise Financeira – Investimentos e Financiamentos

- Deve-se procurar financiar imobilizado (edifícios e equipamentos) com capitais de médio e longo prazo e necessidades de capital circulante (crédito de clientes, existências) com capitais de curto prazo (ccc).

38

Análise Financeira

- Investimentos e Financiamentos
- **Conta de Exploração Previsional**
- Orçamento Previsional de Tesouraria

39

Análise Financeira – Conta de Exploração Previsional

- Através deste item conseguiremos obter o resultado líquido de exploração normal da actividade da empresa.
- Numa primeira fase, a sua periodicidade deve ser mensal.
- Podemos assim aferir da viabilidade económica do projecto.

40

Análise Financeira – Conta de Exploração Previsional

- Os resultados líquidos constituem a base de remuneração dos investimentos efectuados e do lucro obtido pelo empresário, para além de permitirem a constituição de reservas e efectuar investimentos futuros.
- Análise do ponto crítico das vendas.

41

Análise Financeira

- Investimentos e Financiamentos
- Conta de Exploração Previsional
- **Orçamento Previsional de Tesouraria**

42

Análise Financeira – Orçamento Previsional de Tesouraria

- É essencial que o empresário preveja a situação de liquidez da sua empresa;
- O objectivo é permitir ao empresário saber se a empresa vai gerar meios financeiros suficientes para liquidar as dívidas que se vão vencer;
- Desta forma, é possível estudar formas de financiamento mais convenientes, em termos de tipos montantes e prazos.

43

Sumário:

- Conceito e Objectivos
- **Estrutura do PN**
 - Apresentação da Empresa
 - Análise do Produto / Serviço
 - Análise de Mercado
 - Estratégia de Marketing
 - Análise Financeira
 - **Perfil de Gestão**
- Dicas práticas sobre o PN

44

PERFIL DE GESTÃO

45

Perfil de Gestão

- Apresentação do perfil dos principais gestores e colaboradores (internos e externos: outsourcing):

Curriculum Vitae

- Referir o organigrama da empresa, indicando níveis de responsabilidade e explicitar *quem vai fazer o quê*.
- Apresentar os profissionais externos aos quais a empresa recorre ou pretende vir a recorrer (advogados, contabilistas, consultores,...)

Ex:

46

Sumário:

- Conceito e Objectivos
- Estrutura do PN
 - Apresentação da Empresa
 - Análise do Produto / Serviço
 - Análise de Mercado
 - Estratégia de Marketing
 - Análise Financeira
 - Perfil de Gestão
- **Dicas práticas sobre o PN**

47

Dicas Práticas sobre o PN

- Para que os objectivos sejam assim atingidos deve o PN ser elaborado a pensar a quem é dirigido.

Algumas dicas...



48

Dicas Práticas sobre o PN

- I. Ser **claro e conciso**, não sendo demasiado extenso e complexo, de modo a assegurar a facilidade de leitura.

- II. Dar um **aspecto profissional** ao documento.
 - A qualidade do papel e impressão são a primeira imagem que os leitores terão da empresa.

49

Dicas Práticas sobre o PN

- III. **Evidenciar a qualidade dos elementos da empresa:**
 - Devemos demonstrar que a equipa é composta por pessoas qualificadas e de grande credibilidade, com conhecimentos técnicos capazes de dar resposta às adversidades com que o negócio se irá deparar.

- IV. Apresentar uma **abordagem focada no mercado alvo:**
 - Ex: Missão: “Satisfazer as necessidades dos clientes”

50

Dicas Práticas sobre o PN

V. Demonstrar que o negócio é um sucesso:

- Realçar o factor crucial para o sucesso; e
- Quais as características que lhe dão vantagem competitiva face aos concorrentes actuais e potenciais (por exemplo a qualidade do produto ou a excelência do serviço, a boa localização, boas relações com clientes, bons contactos).

51

Dicas Práticas sobre o PN

VI. Referir os riscos do negócio:

- Devem ser indicados não só os pontos fortes e as oportunidades de mercado, mas também os eventuais pontos fracos e as ameaças externas.
- A referência aos riscos e indicação de como os prevenir e minimizar é um factor de credibilização da empresa perante os investidores pois revela que os responsáveis da empresa são realistas e têm consciência das dificuldades.

52

Dicas Práticas sobre o PN

VII. Apresentar estimativas e **projeções realistas**:

- O PN deve ser realista quanto à capacidade da empresa e o potencial de mercado dos seus produtos ou serviços.

VIII. Obter uma **revisão crítica**:

- Mostrar o projecto do PN a pessoas próximas ao negócio e cujo julgamento e sugestões críticas e fundamentadas poderão ser relevantes para corrigir ou melhorar um ou outro aspecto que foi planificado.⁵³

Plano de Negócios

Palavras-chave:

- **Clareza**
 - **Foco nos Pontos Fortes**
 - **Abordagem profissional**
 - **Realismo**
- **Credibilidade**

BOAS IDEIAS E BONS NEGÓCIOS!!!



55