

# E-Book Plano de NEGÓCIO



Um passo a passo para fazer  
suas idéias decolarem.

**SEBRAE**

# EXPEDIENTE

---

2017 - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Distrito Federal - Sebrae no DF

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº. 9.610).

## **Informações e contatos**

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Distrito Federal – Sebrae no DF

SIA Trecho 3, Lt. 1.580 – Brasília/DF. CEP: 71.200-030. Tel.: (61) 3362-1600.

[www.df.sebrae.com.br](http://www.df.sebrae.com.br)

## **Conselho Deliberativo**

Banco de Brasília S.A. – BRB; Banco do Brasil S.A. – BB; Caixa Econômica Federal – CAIXA;

Câmara de Dirigentes Lojistas do Distrito Federal – CDL/DF; Companhia de Planejamento do Distrito Federal – Codeplan; Federação da Agricultura e Pecuária do Distrito Federal – FAPE/DF; Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Distrito Federal – FACIDF; Federação das Indústrias do Distrito Federal – Fibra; Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Distrito Federal – FECOMÉRCIO-DF; Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal – FAP/DF; Fundação Universidade de Brasília – FUB; Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico do Distrito Federal – SDE; Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae/NA

## **PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL**

Luís Afonso Bermúdez

## **VICE-PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL**

Paulo Eduardo Montenegro de Ávila e Silva

## **DIRETORIA EXECUTIVA**

### **Diretor Superintendente**

Rodrigo de Oliveira Sá

### **Diretora de Gestão e Solução**

Cassiana Abritta Garcia Brandão

### **Diretor Técnico e de Atendimento**

Júlio Flávio Gameiro Miragaya

### **Texto**

Valéria Aparecida Arriel Bilhão

Analista do Sebrae no DF

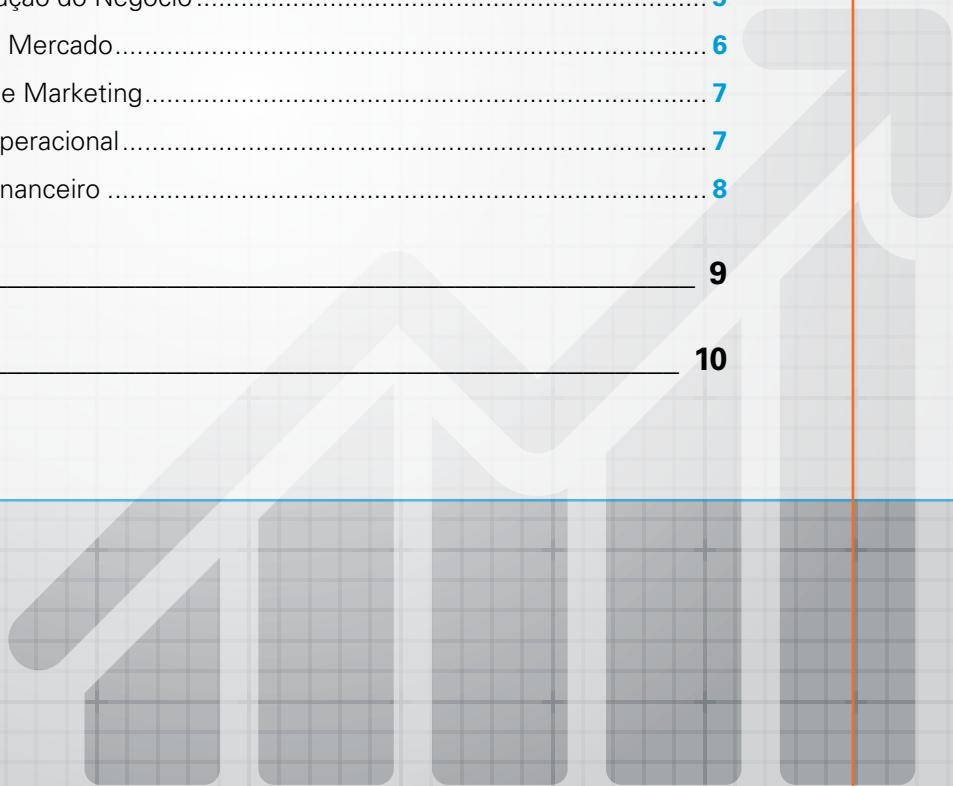
### **Produção gráfica, diagramação e revisão**

Cálix Propaganda

# SUMÁRIO

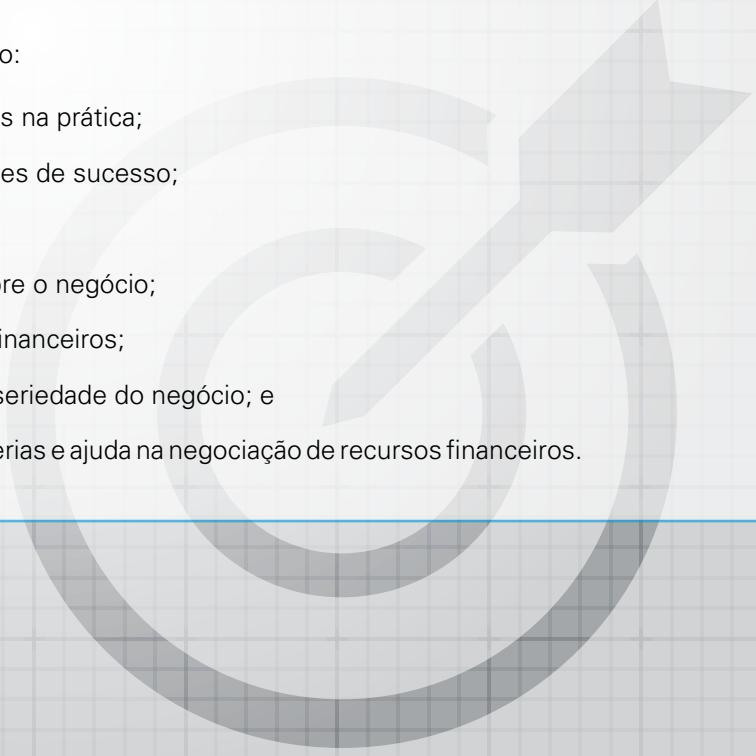
---

<b>Etapas</b>	<b>5</b>
Etapa 1: Identificação da Oportunidade de Negócios .....	5
Etapa 2: Caracterização do Negócio .....	5
Etapa 3: Análise de Mercado.....	6
Etapa 4: O Plano de Marketing.....	7
Etapa 5: O Plano Operacional.....	7
Etapa 6: O Plano Financeiro .....	8
<b>Conclusão</b>	<b>9</b>
<b>Referências</b>	<b>10</b>



O objetivo desse material é identificar a importância da análise prévia e do planejamento adequado antes da constituição de uma empresa. Para isso, a ferramenta mais indicada é a elaboração de um Plano de Negócio, que é um documento que tem o objetivo de estruturar as principais ideias e opções que o empreendedor analisará para decidir quanto à viabilidade da empresa a ser criada, além de ser um estudo prévio que avalia as vantagens e desvantagens de se abrir uma empresa.

Algumas reflexões sobre o seu planejamento:

- Antecipar dificuldades que só seriam vistas na prática;
  - Diminuir riscos e aumentar as possibilidades de sucesso;
  - Permitir maior conhecimento do negócio;
  - Reunir e ordenar ideias e providências sobre o negócio;
  - Permitir várias simulações sem prejuízos financeiros;
  - Demonstrar organização, perseverança e seriedade do negócio; e
  - Atrair prováveis sócios, fornecedores, parcerias e ajuda na negociação de recursos financeiros.
- 

# Etapas

## Etapa 1: Identificação da Oportunidade de Negócios

Essa fase antecede ao planejamento, pois se trata do momento de identificar e avaliar a oportunidade de negócios, onde a percepção do empreendedor, por meio da observação e busca de informações, assim como uma breve pesquisa, podem ser grandes aliados nesse momento. Vale ressaltar a importância da escolha da atividade não somente considerando as aptidões do futuro empreendedor ou algo que não exista nas proximidades de sua residência, mas trata-se de uma série de informações complementares para a escolha da atividade ideal.

Alguns pontos importantes a serem considerados:

- Observação das necessidades de consumo;
- Identificação de possíveis falhas da concorrência;
- Avaliação das ações desejadas;
- Identificação de práticas que podem ser melhoradas;
- Busca por uma atividade que explore a sua experiência;
- Realização de análise de tendência de mercado;
- Localização do empreendimento.

## Etapa 2: Caracterização do Negócio

Tem como objetivo entender os itens que compõem a caracterização da empresa, como, por exemplo, dados do empreendimento e dos empreendedores, setor de atividade econômica, forma jurídica do negócio, enquadramento tributário, Capital Social e fonte de recursos (próprio ou de terceiros).

Nesse momento, vale ressaltar a importância de se obter informações sobre especificidades

relativas à forma jurídica e ao enquadramento tributário; por isso, faz-se necessário recorrer a um bom contador.

### Etapa 3: Análise de Mercado

---

Nessa fase, o objetivo é compreender como definir o mercado de atuação da empresa. Aqui você identifica se haverá demanda para seu produto ou serviço, o que exige muita pesquisa, a fim de conhecer verdadeiramente a viabilidade de um negócio. É nesse momento que o empreendedor deverá obter informações de clientes, concorrentes e fornecedores.

O estudo do mercado consumidor é um dado importante para o empreendimento, já que abrange as informações necessárias à identificação dos prováveis compradores. Segmente seu mercado, identifique seu

potencial consumidor e pesquise informações sobre seu perfil:

- Geográficas (local onde se encontra o determinado cliente);
- Demográficas (idade, sexo, nível de instrução, religião, classe social);
- Psicográficas (estilo de vida, personalidade);
- Comportamentais (hábitos de consumo).

Saiba quem são os seus concorrentes, que pode ser composto por pessoas ou empresas que oferecem mercadorias ou serviços iguais ou substitutos aos que pretende oferecer. As questões seguintes devem ser respondidas para esse critério:

- Quem são? Quantos são? Onde estão?
- Quais são os pontos fortes e fracos?
- Os preços de venda e os custos dos concorrentes são competitivos?
- Qual sua imagem no mercado?

E, finalmente, uma análise, não menos importante, deve ser feita: um estudo sobre seus fornecedores. Para iniciar e manter qualquer



atividade empresarial, a empresa depende de seus fornecedores, pois o conhecimento desse mercado vai se refletir nos resultados almejados pela empresa. O mercado fornecedor é aquele que fornece à empresa os equipamentos, máquinas, matéria-prima, mercadorias e outros materiais necessários ao seu funcionamento.

- Quem são e onde se localizam?
- São qualificados?
- Atendem suas exigências de qualidade?
- São grandes ou pequenos?
- Quantos são?
- Quais as condições de crédito exigidas e as formas de pagamento?

#### **Etapa 4:** O Plano de Marketing

---

O marketing de uma empresa vai além de sua propaganda, é um conjunto de atividades desenvolvidas pela empresa para que ela atenda a desejos e necessidades de seus clientes. Além disso, contempla estratégias para a entrada da empresa no mercado, para assegurar a sua permanência nele e para consolidar sua marca e posicionamento.

As atividades de marketing podem se classificadas em áreas básicas, que são traduzidas nos 4 Ps do marketing, são eles: Produto, Pontos de Venda, Promoção e Preço.

- Decisões sobre Produto (características, design, durabilidade, serviços agregados, etc.);
- Decisões sobre Preço (quanto o mercado está disposto a pagar e qual sua percepção de valor desse produto ou/serviço);
- Decisões sobre Distribuição e Comercialização (volume e capacidade de produção, canais de distribuição, como seus produtos e/ou serviços chegarão até os seus clientes, etc.); e
- Decisões sobre Comunicação (qual a melhor maneira de se comunicar com o cliente, com o objetivo apresentar os produtos ao cliente e informar sobre a compra deles e qual a mídia utilizada para essa comunicação).

#### **Etapa 5:** O Plano Operacional

---

Este item trata do como fazer o empreendimento funcionar. Questões devem ser respondidas, tais como qual trabalho será feito e quais as fases

de fabricação, venda e prestação de serviços, além da tecnologia a ser utilizada (máquinas, equipamentos, matérias-primas necessárias).

- Layout ou arranjo físico (definição de como será a distribuição dos diversos setores da empresa).
- Capacidade de produção do negócio (quanto pode ser produzido ou quantos clientes podem ser atendidos com a estrutura existente).
- Processos operacionais (como se dará o funcionamento da empresa, cada atividade, setor ou tarefa).
- Necessidade de pessoal (qual o quantitativo de pessoas necessárias).

## Etapa 6: O Plano Financeiro

E, finalmente, com a elaboração do plano financeiro, o empreendedor irá determinar o total de recursos a ser investido para que a empresa comece a funcionar. É necessário fazer uma estimativa do resultado da empresa a partir de dados projetados, bem como uma projeção do capital necessário para começar o negócio, pois a empresa terá que fazer investimento em local,

equipamentos, materiais e despesas diversas, para instalação e funcionamento inicial. Alguns ações a serem realizadas são mencionadas a seguir:

- Calcular o investimento total (abordando os investimentos fixos, capital de giro e investimentos pré-operacionais).
- Fazer a projeção de faturamento da empresa, bem como os custos fixos e variáveis e a análise de fluxo de caixa.
- Analisar os resultados do empreendimento (lucratividade, rentabilidade, ponto de equilíbrio, prazo de retorno do investimento).



# Conclusão

O Plano de Negócios é o instrumento mais recomendado para avaliar o empreendimento numa visão como um todo, abrangendo os aspectos mercadológicos, organizacionais e financeiros, propiciando maior segurança, assertividade e aumentando a chance de sucesso. Além disso, o empreendedor passará por uma experiência de criação desse processo e vislumbrará a realização do seu negócio, de forma organizada e levando à reflexão nas diversas etapas.

Para a elaboração dessa importante ferramenta, procure a orientação do Sebrae e se capacite para essa nova empreitada.

# Referências

SEBRAE. Como Elaborar um Plano de Negócios. Mato Grosso: 2013. Disponível em: <https://www.mt.sebrae.com.br/conteudo-digital/downloadConteudo/13>. Acesso em nov. 2017.

SEBRAE. Como Elaborar um Plano de Acesso ao Crédito, para sua empresa. Minas Gerais: 2013. Disponível em: <https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Cartilha-Manual-ou-Livro/Como-elaborar-Plano-de-Acesso-a-Credito-para-sua-Empresa>. Acesso em nov. 2017.