



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
BELEZA PURA COSMÉTICOS

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
BELEZA PURA COSMÉTICOS

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA – PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA – PROF. DANILO MORAIS
DOVAL

Estudantes:

Gislaine Franco Muniz, RA 1012019100372

Maine Bento Cruz, RA 1012019100091

Ronildo Francisco Tavares, RA 1012019100418

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO,2019

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA.....	5
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR.....	5
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	7
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO.....	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA.....	9
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	10
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	11
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO.....	13
4. CONCLUSÃO.....	14
REFERÊNCIAS	15
ANEXOS.....	16

1. INTRODUÇÃO

O objetivo desse projeto interdisciplinar é mostrar uma geração de ideias conhecido por BRAINSTORMING EMPRESARIAL e como exemplo foi criado uma nova empresa de cosméticos onde terá não só a preocupação de vender para os clientes que adoram produtos simplesmente por vaidade, mas também dos diabéticos que precisam de cuidados diferenciados e sempre mantendo a produção da fábrica de forma sustentável.

Os sócios da Beleza Pura cosmético poderão utilizar os métodos que estarão ao seu favor como a Gestão empreendedora que é a união de todos os conceitos do empreendedorismo aplicados a administração de um negócio, engloba as práticas gerenciais da empresa. A Administração estratégica que desenvolve o planejamento da empresa, estabelecendo a situação futura desejada. O Perfil empreendedor que mostra características importantes para quem deseja empreender principalmente de forma sustentável. Fontes de Capital que estimará o valor de investimento. A Estratégica empresarial que é o conjunto de objetivos, metas, finalidades, diretrizes e planos para atingir os objetivos da empresa. Missão, visão e valores que são fundamentais para o planejamento empresarial pois a Missão mostra a razão da empresa existir, Visão é onde a empresa pretende chegar e Valores são os padrões institucionais da empresa.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa BELEZA PURA COSMÉTICOS é uma fábrica que busca o melhor para seus clientes, oferecendo produtos que focam na sustentabilidade. Seu público alvo são as lojas vendedoras de cosméticos para o público geral e preocupadas em oferecer uma linha de qualidade e cuidados com a pele dos diabéticos, visando a satisfação dos consumidores

Sua equipe está cada vez empolgada na criação de novos produtos e sempre inovando para alcançar uma grade maior de vendas sem prejudicar tanto o meio ambiente.

Pensando de modo sustentável, seus hidratantes, perfumes, maquiagens e outros materiais de beleza não são testados em animais. Também existe o diferencial de trabalhar somente com embalagens recicláveis e refis feitos de materiais biodegradáveis.

A busca pela inovação é constante e seus funcionários estão sempre motivados devido aos programas de recompensas que é oferecido em forma de incentivo.

Sua maior concorrente é a empresa Natura, pois está a anos no mercado, inovando de forma sustentável e possui consultoras pelo Brasil inteiro vendendo e divulgando a marca, além de grande investimento em marketing.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

A fábrica Beleza Pura Cosméticos está sempre em busca de inovação para atingir de forma positiva o mercado de beleza. Serão desenvolvidos os seguintes produtos: cremes para a pele, talcos, loções, sprays, batons, maquiagens, perfumes, esmaltes de unha, tinturas de cabelos, desodorantes, soluções para higiene bucal, óleos e espumas de banho, produtos infantis, sabonetes, shampoos e condicionadores para o público geral e uma linha específica com propriedades antioxidantes e anti-inflamatórios que ajudam a hidratar e aliviar a secura e das extremidades caudadas por má circulação dos portadores de diabetes.

A matéria prima tem prioridade de serem produzidas na própria fábrica ou pelas empresas parceiras com custos acessíveis e foco na sustentabilidade. Não havendo essas possibilidades, serão negociadas com pequenos produtores rurais da região.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Para a empresa de cosméticos que busca uma melhoria sustentável para o planeta é necessário que o empreendedor tenha o perfil de empreendedorismo sustentável, onde foca preservar a natureza, e a combinação das dimensões econômica, social e ambiental.

O empreendedor precisa estar ciente e disposto aos seguintes quesitos segundo Affonso (p. 12):

Investir em capital humano, incentivando o desenvolvimento contínuo dos colaboradores e permitindo que eles apresentem suas ideias e inovações, contribuindo para os resultados da empresa; ouvir as pessoas e aceitar suas ideias é uma prática que envolve a sustentabilidade.

Adotar processos ambientalmente corretos, sempre pensando em reduzir o impacto negativo ao meio ambiente. Isso vale para grandes e pequenas empresas, com ações como: troca de maquinários de alto consumo; redução do consumo de água, energia e combustível; eliminação da impressão de papel, etc. Ou seja, deve-se rever todos os processos que podem ser eliminados ou substituídos por processos mais econômicos e limpos.

Estimular a consciência coletiva dos colaboradores sobre a importância de suas ações para o meio ambiente, envolvendo-os em ações sustentáveis.

Buscar conhecimentos sobre práticas de empreendedorismo sustentável adotadas em outras empresas do mercado nacional e internacional que deram certo e podem ser adotadas em sua empresa.

Conversar com os consumidores para conhecer sua percepção em relação a formas de redução de impactos negativos e economia de recursos escassos. Procurar saber como eles produziram o produto ou serviço que você oferece. Dessa forma, você pode conseguir boas ideias.

Se o empreendimento estiver no estágio inicial, deve-se trazer na mala a cultura do empreendedorismo sustentável.

Procurar inserir no mercado produtos e serviços compatíveis com as regras ambientais. Isso é um diferencial para o negócio, ou seja, produtos ambientalmente corretos possibilitam o crescimento da empresa em variados nichos de mercado.

Gilberto Guimarães em entrevista para revista online EXAME afirma:

Empresários e chefes devem aprender a lidar com incertezas. Essa instabilidade torna muito mais difícil administrar e fazer previsões do que vai acontecer com os negócios. Os líderes devem então, adaptar-se às evoluções do seu ambiente. Ao invés de uma de gestão previdencial, estatística, o mais correto é a criação de um modelo de gestão mais avaliativo e inovador, na tentativa de antecipar o que vai acontecer no futuro.

O perfil empreendedor ideal para a empresa BELEZA PURA COSMÉTICOS seria o líder que tem sede de inovação, preocupação com seu planeta e ambição de crescer. Ter objetivos e foco na satisfação de seus clientes, assumir possíveis riscos, pensar de forma “grande e fora da casinha”, pois para inovar é necessário pensar em diferentes ângulos. Não deixar as oportunidades passarem sem tirar proveito, treinar sua equipe e manter o incentivo principalmente nas criações de novos produtos e vendas para lojistas.

O empreendedor deverá investir em conhecimentos na área para ter um melhor desenvolvimento em seu investimento, como por exemplo participar de cursos direcionados a fabricação de cosméticos, ter uma boa equipe e um químico fazendo parte dela. Treina-los para que possam sempre estar atualizados. Montar sua empresa com a estrutura necessária para que nada atrapalhe o desempenho de seus colaboradores. Formar uma cartela de clientes jurídicos para que possam vender para os clientes finais. Montar

uma equipe de marketing para que possa divulgar suas marcas e ter foco não somente nas vendas, mas também no pós-venda para garantir a satisfação.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Para abertura da fábrica Beleza Pura Cosméticos, os dois sócios farão investimento de R\$500.000,00 cada, totalizando R\$1.000.000,00.

Com a inflação de 4,20% prevista para 2019, os sócios estimam um retorno maior, por volta de 5,20% pois estão entrando no ramo com produtos que irão satisfazer seus consumidores e pesquisas como da revista EXAME mostram a possibilidade de crescimento de vendas no mercado de beleza para 2019 (Dino, 2018).

ESTIMATIVAS DO RELATÓRIO FOCUS

PREVISÃO	2018	2019
Produto Interno Bruto (PIB)	1,35%	2,50%
Inflação	4,30%	4,20%
Taxa básica de juros (Selic)	6,50%	8%
Dólar	R\$ 3,89	R\$ 3,83
Balança comercial (saldo)	US\$ 54,6 bilhões	US\$ 45,6 bilhões
Investimento estrangeiro direto	US\$ 67 bilhões	US\$ 75,65 bilhões

Fonte: Banco Central

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

A proposta da fábrica Beleza Pura Cosméticos está voltada para o fornecimento de produtos destinados a aplicação no corpo humano para o embelezamento, limpeza e melhora da aparência ,como por exemplo produtos como cremes para a pele, talcos, loções, sprays, batons, maquiagens, perfumes, esmaltes de unha, tinturas de cabelos, desodorantes, soluções para higiene bucal, óleos e espumas de banho, produtos infantis, e qualquer outro tipo de cosméticos, mas sempre fabricados de forma sustentável que não agrida ao meio ambiente, que não sejam testados em animais e uma linha exclusiva para os diabéticos que proporciona uma grande hidratação a pele ressecada.

A fábrica oferecerá inovações e investimentos constantes para fornecer produtos que atendam a uma gama diferenciada de consumidores, buscará formas de retribuir a natureza pelas extrações de matéria prima e impactos causados pela empresa.

O mercado de cosméticos vem crescendo nos últimos anos. O Brasil aparece na liderança de diversos itens no ranking mundial. Os brasileiros têm mudado o seu pensamento com relação aos produtos de beleza, que tem se tornado cada vez mais utilizados gerando assim mais lucratividade para empresa.

Muitas empresas de cosméticos realizam pesquisas de mercado constantes com a finalidade de focar nas necessidades dos clientes e acrescentar um diferencial aos produtos, deste modo empresas conseguem fidelizar o consumidor num mercado cada vez, mas competitivo além de aumentar o faturamento e atrair grandes empresas internacionais para o país.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Nossa empresa está focada em estratégias para atingir nosso público alvo que são as pessoas que utilizam produtos como cremes para a pele, talcos, loções, sprays, batons, maquiagens, perfumes, esmaltes de unha, tinturas de cabelos, desodorantes, soluções para higiene bucal, óleos e espumas de banho, produtos infantis, e qualquer outro tipo de cosméticos.

Primeiramente buscamos conhecer o tipo de cliente que vamos atender e como está o mercado atual de cosméticos, pois o cenário de nosso mercado hoje está passando por dificuldades em todas as áreas, portanto foi efetuado uma avaliação de mercado e uma busca pelos concorrentes que existem hoje no mercado.

Nossa análise da Análise SWOT, tivemos o seguinte resultado:

Nosso ponto forte é de uma empresa se iniciando com estratégias para com um atendimento diferenciado a qual vamos fazer as entregas ponto a ponto, com um prazo mínimo de 2 dias para chegar até o consumidor.

Um ponto fraco ainda é o local de nossa empresa, pretendemos mudar o prédio futuramente para uma melhor posição para economizar com tempo e valores de gastos para a logística e atendimento mais rápido ao cliente.

Sendo assim gerando uma força maior e melhor para o futuro da empresa.

Nossa meta a primeiro momento é fechar os primeiros 5 anos entre as 10 melhores empresas do ramo, já traçando uma projeção para que no 10 ano estejamos financeiramente bem posicionados e com um futuro promissor.

Nossa meta de vendas está traçada para a busca a cada mês o aumento de 5% referente ao mês anterior.

Para isso acontecer colocamos alguns objetivos:

- Nosso objetivo: Aumentar nossa participação no mercado em 30% nos 6 primeiros meses.
- Estratégia: Lançar dois novos produtos que a concorrência não tenha a cada 6 meses.

- Ações: Contratação de profissionais necessários para melhor desenvolvimento da produção, realização de pesquisas de mercado todo início de mês e investir em Marketing digital ou outros meios de comunicação necessário.

Contudo isso, estamos em busca de cursos adequados para nossa equipe, para que os colaboradores possam crescer junto com a empresa em conhecimento e bonificações salariais como incentivo, premiações por dedicação e novas ideias sugeridas por nossos colaboradores.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

“O planejamento empresarial é um processo que visa a uma definição antecipada dos resultados a serem alcançados e, em especial, dos meios necessários para que isso ocorra.” (Equipe Money Radar, 2017)

Estratégias empresariais é a forma como a empresa tem intuito de alcançar os objetivos almejados na Administração estratégica. É a organização dos recursos e definição do caminho a percorrer para a empresa no mercado.

Pensar de maneira estratégica é importantíssimo para quem pretende alcançar sucesso empresarial e sobreviver no mercado mesmo com tantas mudanças constantes.

Empresas que nascem e crescem de forma desordenada poderá até sobreviver por um certo tempo, mas com tantas mudanças nos cenários políticos, econômicos, sociais e tecnológicos, para sobreviver com resultados diferenciados é necessária organização, inovação e controle.

Para empresas que estão iniciando deve-se ser definido as estratégias que vai trilhar no mercado para alcançar bons resultados com a razão de existir.

Se é uma empresa que já se faz presente no mercado convém repensar a forma de operação efetivando processos de reestruturação para a sobrevivência e competitividade.

Para elaborar as estratégias empresariais é necessário seguir um roteiro, organizar o pensamento e orientar a empresa para o futuro.

A fase da implementação é a realização dos objetivos e estratégias funcionais e resultados empresariais fazendo um monitoramento das ações, medindo e verificando se as metas estão sendo alcançadas, para isso é importante definir indicadores.

As pessoas que estão à frente da gestão da empresa vão medir e avaliar o desempenho das estratégias elaboradas e reduzidas, estabelecendo assim ações corretivas se for preciso.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão, visão e valores são ferramentas que podem ajudar os novos colaboradores a entender melhor a empresa e onde ela quer chegar.

A **missão** de uma **empresa** é basicamente a sua razão de existir. É o que ela faz, a responsabilidade que ela tomou para si no mercado. Ela fala do **negócio**, do segmento em que ele está e define a identidade da **empresa**, comunicando-a aos seus colaboradores. A **missão** não costuma mudar muito ao longo do tempo e ajuda no **planejamento** ao dar uma compreensão clara da atividade da organização. (Junior Consultoria USR)

A visão são os objetivos que a empresa quer alcançar a longo prazo.

A **visão** de uma **empresa** é extremamente importante para o seu crescimento e para o seu **planejamento estratégico**, pois é ela que vai determinar, por exemplo, o que vale e o que não vale a pena ser feito. Antes de implementar uma nova ideia, sempre deve-se pensar se ela ajuda a empresa a conquistar seu **objetivo** maior, que é a sua **visão**. Afinal, os recursos da **empresa** são escassos.

Assim sendo, a **visão** é o foco da organização como um todo. Ela vai ajudar a tirar a equipe da zona de conforto, mantendo a ênfase no crescimento. Esse foco prioritário também será fundamental para o planejamento, pois os planos e **metas** a serem estipulados devem caminhar na direção da **visão**. (Junior Consultoria USR)

Valores são as cresças e atitudes que determina a identidade da empresa, como normas de conduta para serem seguidas pelos funcionários.

Os **valores** representam as características e princípios que a organização cobra, respeita e admira. Eles são muito particulares a cada empresa e impõem limites para o que pode e para o que não pode ser feito. Qual é a **ética** da sua empresa? Profissionalismo,

pontualidade e sustentabilidade? Criatividade, inovação e compromisso social? Deve-se escolher alguns princípios de que a **empresa** não abre mão durante o caminho para o **sucesso**. (Junior Consultoria USR)

Como exemplo de missão, visão e valores veremos algumas empresas:

Jequití

Missão: “Oferecer as melhores oportunidades de negócio, realizar sonhos e contribuir com a auto-estima das pessoas, através de produtos e serviços que sejam verdadeiros objetos de desejo”

Visão: “Ser reconhecida como a maior e melhor empresa de venda direta do Brasil através do empreendedorismo de seus consultores, da excelência de seus produtos e serviços e do respeito a colaboradores e consumidores”

Valores: “Profissionalismo, Ética e transparência, Paixão, Inovação, Valorização das relações, Respeito, Responsabilidade socioambiental”

O Boticário

Missão: “Ser lembrada pelos clientes como referência em produtos de beleza, buscando a fidelidade para garantir a continuidade do negócio”

Visão: “Conectar as pessoas aos ideais de beleza, sendo a marca preferida, com rentabilidade e crescimento acima do mercado. ”

Valores: “Integridade, paixão pela evolução e desafios, comprometimento com resultados, valorização das pessoas e das relações”

Avon Cosméticos

Missão: “é ser Líder global em Beleza A marca de escolha das mulheres A líder em vendas diretas O melhor lugar para se trabalhar A maior Fundação para as mulheres A empresa mais admirada”

Visão “Ser a companhia que melhor entende e satisfaz as necessidades de produtos, serviços e auto realização das mulheres no mundo todo”

Valores: “Confiança Respeito Crença Humildade Integridade”

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Nossa Missão

Focar em produtos que não agridam o meio ambiente para proporcionar a autoestima e a beleza humana.

Nossa Visão

Buscar reconhecimento como uma empresa de excelência no mercado brasileiro e internacional, por processar e comercializar produtos de alta qualidade, evitando a agressão ao meio ambiente e aos animais, expandindo no mercado em que atua no Brasil e no Exterior, com o compromisso de melhoria continua tendo em vista a sustentabilidade e rentabilidade nos negócios.

Valores

Crescimento e Evolução

Cuidado com nosso Planeta

Atitudes positivas

Valor a vida

Companheirismo

Valorizar nossos colaboradores.

4. CONCLUSÃO

Neste trabalho foi apresentada gestão empreendedora e administração estratégica de uma forma resumida e com uma ideia de criação de fábrica de cosméticos sustentável.

A equipe realizou buscas de conteúdos nas matérias dispostas pelo curso e sites da internet para um melhor desenvolvimento e escolheu fabricação de cosméticos devido ao grande crescimento do ramo, mas é necessário um bom empreendedor para que o negócio faça sucesso e uma equipe empenhada com os objetivos da empresa. É preciso também de foco nos planejamentos para definir o caminho a percorrer no mercado e um investimento de capital para iniciar o projeto. O gestor da empresa escolhida deverá sempre buscar inovação focando na sustentabilidade e definir com clareza sua missão, visão e valores. Os sócios poderão utilizar um plano de negócios como mostra o modelo em anexo do site Uol para evitar erros por falta de análise e assim resultará em menos chances de incertezas do negócio que irá abrir.

REFERÊNCIAS

AFFONSO- Ligia Maria. Livro Empreendedorismo. O perfil do empreendedor histórico e características

AVON- Visão, Missão, Princípios e Valores. Disponível em: <http://www.br.avon.com/PRSuite/static/downloads/pdfs_releases/Release_VisaoMissa o.pdf>. Acesso 16 de maio de 2019.

BLOG- Junior FEA-RP Consultoria USR. Disponível em: <https://www.juniorfea.com.br/blog/missao-visao-e-valores?gclid=EAIaIQobChMI-tX1_Yqh4gIVUwWRCh3-OQXtEAAYASAAEgITWvD_BwE>. Acesso 16 de maio de 2019.

EXAME – Mercado da Beleza prevê crescimento para 2019. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mercado-da-beleza-preve-crescimento-para-2019/>>. Acesso 19 de maio de 2019.

EXAME - 6 competências para ser um bom dono de empresa e chefe. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/6-competencias-para-ser-um-bom-dono-de-empresa-e-chefe/>>. Acesso 10 de maio de 2019.

JEQUITI – Sonha que dá. Disponível em: <<https://www.jequiti.com.br/institucional/sobre>>. Acesso 16 de maio de 2019.

MONEY RADAR – Gestão. Disponível em: <<https://moneyradar.com.br/blog/planejamento-empresarial>>. Acesso 14 de maio de 2019.

O BOTICARIO- Blogspot- Disponível em: <http://comex2b.blogspot.com/p/blog-page_21.html>. Acesso em 16 de maio de 2019.

ANEXOS

MODELO DE PLANO DE NEGÓCIOS

© Universo Online S/A. Todos os direitos reservados. www.uolhost.com.br

DADOS DO EMPREENDIMENTO Para começar, vamos fazer uma análise dos principais pontos sobre o seu negócio e registrar. Preencha: Nome da sua empresa: _____

CNPJ: _____

Setor de atuação: _____

Porte: _____

Endereço: _____

MISSÃO DA EMPRESA Por que a sua empresa existe? O que você espera dela? O que o seu negócio pode oferecer para o consumidor e para o mercado? Respondendo a estas perguntas você será capaz de descrever a missão da empresa, ou seja, qual o seu papel no mundo. Missão:

FORMA JURÍDICA Existem várias formas jurídicas para uma empresa, cada uma com obrigações e direitos diferentes, e você deve analisar a configuração do seu negócio para descobrir qual é a ideal. Alguns dos enquadramentos possíveis para uma empresa são:

- Microempreendedor individual: pessoa que trabalha por conta própria e se regulariza como pessoa jurídica.

- Empresário individual: pessoa física que presta serviços ou comercializa produtos e responde com seu patrimônio pessoal.

- Empresa individual ou limitada: representada por uma pessoa, na qual a empresa responde apenas por seu próprio patrimônio.

- Sociedade limitada: composta de, pelo menos, dois sócios.

Qual sua forma jurídica?

Microempreendedor Individual – MEI

Empresário Individual

Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI

Sociedade Limitada

Outra:

ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Uma boa forma de descobrir em qual categoria sua empresa se enquadra é determinar se ela é ou não integrante do Simples Nacional, programa que simplifica e reduz os impostos organizacionais. Cada nível do Simples tem regras e tributos diferentes, que precisam ser aplicados à sua situação. Caso não seja optante pelo Simples, poderá arcar com tributos avulsos, como IRPJ (Imposto de Renda para Pessoa Jurídica), ISS (Imposto sobre Serviços) e IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados).

Sua empresa se enquadra no Simples Nacional?

Sim

Não

Quais os tributos que deverão ser pagos, de acordo com seu enquadramento?

CAPITAL SOCIAL

Neste item você deve incluir todos os recursos necessários para que a empresa dê os primeiros passos. Dinheiro, equipamentos, insumos e ferramentas devem constar nesse campo

RECURSO

VALOR

FONTE DE RECURSOS

Discrimine, aqui, como serão captados os recursos para os primeiros investimentos na empresa. Normalmente, as principais fontes são de reservas pessoais, venda de bens ou empréstimos.

RECURSO VALOR

COMO SERÁ CAPTADO

ANÁLISE DE MERCADO

Estudo dos clientes Para este item é necessária uma profunda análise de público consumidor, que ateste dados como sexo, idade, localização, interesses, momento em que compram o produto ou serviço, no que costumam trabalhar, qual a classe social etc. Se o seu público for outras empresas, analise o ramo de atuação, que produtos e serviços ofertam, qual o porte, quantos colaboradores costumam ter, tempo de mercado, imagem, e por aí vai. Vamos descrever, na sequência, quem é o seu público-alvo:

Sexo: _____

Idade: _____

Localização: _____

Interesses: _____

Escolaridade: _____

Classe: _____

Com que frequência e em que momento compram o produto: _____

Quanto pagam pelo produto: _____

O que os leva a comprar: _____

Outros pontos importantes: _____

*Aqui, vale destacar que você pode inserir muitas outras informações sobre o seu público.

Quanto mais informações você preencher, melhor!

ESTUDO DOS CONCORRENTES

Preste atenção na forma como eles atendem, como se comunicam, onde as suas empresas estão localizadas, quais são as condições de pagamento ofertadas e os preços, como são as embalagens e a entrega, além de outros processos que você também fará.

Abaixo, dê uma nota de 0 a 10 para cada item, assim, ficará mais fácil visualizar as forças e fraquezas dos concorrentes:

Concorrente A Concorrente B Concorrente C

Qualidade

Localização

Embalagem

Garantia

Entrega

Serviços oferecidos

Formas de pagamento

Preço

Conclusão em relação ao concorrente A: _____

Conclusão em relação ao concorrente B: _____

Conclusão em relação ao concorrente C: _____

Conclusão em relação ao concorrente A: _____

Conclusão em relação ao concorrente B: _____

Conclusão em relação ao concorrente C: _____

Itens a ser adquiridos

Concorrente A Concorrente B Concorrente C

Preço

Localização

Embalagem

Diferenciais

Prazo de entrega

Custos extras

Condições de pagamento

PLANO DE MARKETING

Descrição dos principais produtos e serviços Aqui é necessário descrever quais serão os produtos e serviços que vão integrar o seu mix, afinal, é isso que o marketing vai vender. Produtos e serviços a ser produzidos:

PREÇO

Conte com custos fixos e variáveis, como ingredientes, maquinário, ferramentas e folha de pagamento, eletricidade, embalagem, transporte, depreciação de equipamento e material de limpeza.

Produto A

Produto B

Insumos/ingredientes

Mão de obra

Recursos energéticos

Embalagem

Maquinário

Tributos

ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

Verifique quais são os canais nos quais você pode veicular ações promocionais, quais serão os objetivos delas, como será a abordagem e qual o volume de orçamento necessário para cada uma das estratégias.

MÊS

PROMOÇÕES

PROGRAMADAS

JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

ABRIL

MAIO

JUNHO

JULHO

AGOSTO

SETEMBRO

OUTUBRO

NOVEMBRO

DEZEMBRO

PROMÇÃO DATA OBJETIVO FERRAMENTA ABORDAGEM MATERIAL
NECESSÁRIO ORÇAMENTO

ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A estrutura de comercialização diz respeito aos aparatos necessários para que o seu produto ou serviço chegue até o consumidor. Equipe de vendas, representantes comerciais e revendedores devem aparecer neste item. Aproveite para incluir ferramentas que possam colaborar com as vendas, como telefone, redes sociais e e-mail, por exemplo.

Formas de comercialização e distribuição: _____

LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

Neste momento você deve refletir sobre a localização da sua empresa. Se você vai ter uma unidade física para receber seus clientes, seja uma loja ou um escritório, é necessário pensar se o local é de fácil acesso e se o público que circula no entorno é adequado para o seu negócio. Antes de bater o martelo sobre a localização da sua empresa, leve em consideração, também, as condições de aluguel ou compra do imóvel, segurança, o número de concorrentes no entorno, proximidade com fornecedores e visibilidade do imóvel.

Endereço: _____

Características do entorno: _____

Público _____

Impressões durante amanhã: _____

Impressões durante a tarde: _____

Impressões durante a noite: _____

Outras considerações: _____

PLANO OPERACIONAL

Layout ou arranjo físico A disposição dos setores da sua empresa terá impacto direto na produtividade e no bom funcionamento dela, por isso é muito importante definir um layout físico que faça sentido na sua operação.

Departamento 1: _____ Localização: _____

Departamento 2: _____ Localização: _____

Departamento 3: _____ Localização: _____

Departamento 4: _____ Localização: _____

Departamento 5: _____ Localização: _____

Departamento 6: _____ Localização: _____

Departamento 7: _____ Localização: _____

CAPACIDADE PRODUTIVA, COMERCIAL E DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS Sabendo como será a estrutura do seu local de trabalho, pense em quanto sua empresa será capaz de produzir dentro de um período, seja por hora, por dia ou por mês.

Produto/serviço 1: _____ Capacidade produtiva: _____

PROCESSOS OPERACIONAIS

No dia a dia do seu negócio, várias tarefas serão desempenhadas. Neste item você vai enumerar cada uma delas, de etapa em etapa, desde a produção até o atendimento e a venda. Pontue, também, quem serão os responsáveis por cada tarefa e que resultado elas devem ter.

Atividade 1: _____

Responsável: _____ Duração: _____

Produtividade/resultado esperado: _____

Etapas necessárias: _____

Atividade 2: _____

Responsável: _____ Duração: _____

Produtividade/resultado esperado: _____

Etapas necessárias: _____

Atividade 3: _____

Responsável: _____ Duração: _____

Produtividade/resultado esperado: _____

Etapas necessárias: _____

Atividade 4: _____

Responsável: _____ Duração: _____

Produtividade/resultado esperado: _____

Etapas necessárias: _____

Atividade 5: _____

Responsável: _____ Duração: _____

Produtividade/resultado esperado: _____

Etapas necessárias: _____

NECESSIDADE DE PESSOAL

Determine qual a configuração da sua folha de pagamento. Quantos e que tipo de profissionais serão necessários para cada setor da empresa, incluindo os setores administrativo, financeiro, marketing, operacional etc. Considere, também, o volume de mão de obra qualificada na sua região e cogite preparar treinamentos para capacitar seus funcionários. Esteja, também, sempre atualizado em relação ao piso de salário para cada categoria e ciente das exigências dos sindicatos.

SETOR CARGO QUALIFICAÇÕES NECESSÁRIAS NÚMERO DE
FUNCIONÁRIOS EXIGIRÁ CAPACITAÇÃO (SIM OU NÃO)

PLANO FINANCEIRO Estimativa dos investimentos fixos Relacione, detalhadamente, nesta seção, todo o investimento em maquinário, ferramentas, móveis e outros gasto

EQUIPAMENTOS

NOME DO EQUIPAMENTO VALOR UNITARIO QUANTIDADE
NECESSARIA VALOR TOTAL

MOBÍLIA VEICULOS

Nome da mobília

Valor unitário

Quantidade necessária

Valor total

OUTROS ELEMENTOS

NOME VALOR UNITARIO QUANTIDADE NECESSARIA VALOR TOTAL

Total do investimento fixo: _____

CAPITAL DE GIRO

O capital de giro é o valor que garante o bom funcionamento da empresa, e contempla itens como o caixa mínimo, estoque inicial, valores para arcar com o pagamento de fornecedores e saldar contas enquanto a empresa não gera lucro.

CONTAS A RECEBER

Para organizar a sua tabela de contas a receber, primeiro determine qual a porcentagem de vendas para recebimento em cada prazo. Depois divida o número de dias de cada prazo pela porcentagem correspondente, o resultado será a média de retorno. Some todas as médias de retorno e terá o valor do prazo médio total.

Prazo médio de venda À vista 0 A prazo 30 A prazo 60 A prazo 90

Prazo médio total: _____

PRAZO MÉDIO DE COMPRAS

Use esta tabela para calcular o prazo que terá para fazer o pagamento dos seus fornecedores e, assim, não descapitalizar o negócio. Realize o mesmo processo de dividir os dias pela porcentagem de compras para ter a média de pagamentos. Em seguida, some todas as médias à vista e a prazo para descobrir o valor do prazo médio total.

Prazo médio de venda À vista 0 A prazo 30 A prazo 60 A prazo 90

Prazo médio total

NECESSIDADE MÍNIMA DE ESTOQUE

Produto A: _____ Estoque mínimo: _____

Estoque médio: _____

Produto B: _____ Estoque mínimo: _____

Estoque médio: _____

Produto C: _____ Estoque mínimo: _____

Estoque médio

NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL EM DIAS

Contas a receber – prazo médio Custo fixo mensal Estoque inicial Contas a receber + estoques Custo total da empresa (fixo + variável) Fornecedores – prazo médio Custo total diário (custo total ÷ 30 dias) Necessidade líquida Necessidade líquida (Contas a receber + Estoques + Fornecedores) Caixa mínimo (Custo diário x Necessidade líquida) Capital de giro (estoque inicial + caixa mínimo) Estoques – necessidade média de estoques

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS São gastos necessários antes de a empresa começar a funcionar. Taxas de registro, manutenção e pintura do imóvel, instalação de equipamentos, móveis e treinamento são alguns dos investimentos que devem ser listados neste item. **ESTIMATIVA DO FATURAMENTO MENSAL** Prever o faturamento mensal não é tarefa fácil, mas você pode fazê-lo multiplicando o valor de venda dos seus produtos pela quantidade que será produzida em um mês. Ter esse número é importante para estimar em quanto tempo você poderá retornar seu investimento e assegurar que o negócio vai começar a lucrar em breve. Obras e reformas Divulgação Treinamento Outras despesas

ESTIMATIVA DOS CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO Nesta área você vai descrever os custos que terá para vender o produto. Inclua, aqui, impostos, comissões, taxas de boletos e cartões de crédito, além de outras despesas que virão junto com as vendas fechadas.

ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM MÃO DE OBRA Você já sabe como sua equipe será composta, e neste campo vai detalhar qual será o salário de cada colaborador. Não se esqueça de considerar que valores como FGTS dos funcionários, férias, décimo terceiro salário e horas extras também devem ser computados neste momento.

ESTIMATIVA DO CUSTO COM DEPRECIAÇÃO Todos os equipamentos, um dia, precisarão ser substituídos. Computadores, máquinas, veículos, celulares... E isso também tem um custo. Para calcular este valor, relacione todos os itens que, eventualmente, precisarão ser comprados novamente, faça uma estimativa de quanto tempo eles devem durar e projete a previsão de recompra. Para fazer este cálculo, divida

o valor do bem pelo número de anos que ele deve durar e terá o custo por ano com depreciação. Se dividir este número por 12, terá o preço mensal. Bem 1: _____ Valor de compra: _____ Tempo de uso: _____ Depreciação anual (valor de compra \div anos de uso): _____ Depreciação mensal (valor de compra \div meses de uso): _____ Bem 2: _____ Valor de compra: _____ Tempo de uso: _____ Depreciação anual (valor de compra \div anos de uso): _____ Depreciação mensal (valor de compra \div meses de uso): _____ Bem 3: _____ Valor de compra: _____ Tempo de uso: _____ Depreciação anual (valor de compra \div anos de uso): _____ Depreciação mensal (valor de compra \div meses de uso): _____

ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS

Independentemente de sua empresa faturar muito ou pouco, os custos fixos devem ser pagos. Se você souber qual o volume total de custos fixos para a operação mensal da sua empresa poderá determinar quanto deve faturar para manter seu negócio de portas abertas. DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS Tendo uma ideia da receita de vendas, dos custos, impostos e com o preço dos produtos já formado você saberá se a sua empresa vai operar com lucro ou com prejuízo. Se o resultado for positivo, você deve lucrar; se for negativo, possivelmente terá prejuízo. Vamos criar este quadro e descobrir!

DESCRIÇÃO Aluguel Serviços terceirizados Água Salários + tributos Energia elétrica Depreciação Telefone Outros custos Internet Impostos Pró-labore CUSTO (R\$

DESCRIÇÃO VALOR (R\$) (+) Receita total de vendas (-) Custos variáveis totais Margem de contribuição (receita - custos) Comissões (-) Custos fixo totais Resultado operacional (lucro ou prejuízo)

INDICADORES DE VIABILIDADE Existem diversos indicadores que mostram se uma ideia de negócio é viável no mundo real ou não. Alguns deles, que você deve considerar, são:

- Ponto de equilíbrio: momento em que a empresa paga todos os custos

operacionais. Índice da margem de contribuição: margem de contribuição/receita total
 Índice da margem de contribuição _____ / _____ = _____ Ponto
 de equilíbrio: custo fixo total/índice da margem de contribuição Ponto de equilíbrio:
 _____ / _____ = _____

Lucratividade: valor que representa quanto sua marca, efetivamente, ganha depois
 de honrar todas as contas. Lucratividade: lucro líquido/receita total x 100 Lucratividade:
 _____ / _____ x 100 = _____ • Rentabilidade: índice que mede o
 quanto uma empresa retorna sobre o que foi investido pelo empreendedor. Rentabilidade:
 lucro líquido/investimento total x 100 Rentabilidade: _____ / _____ x 100 =
 _____ • Prazo de retorno de investimento: que marca o período necessário para
 que o empreendedor possa reaver aquilo que investiu. Prazo de retorno de investimento
 ao ano: investimento total/lucro líquido Prazo de retorno de investimento ao ano:
 _____ / _____ = _____ anos