



CompuStream

Plano de Negócios

COMPUSTREAM CONSULTORIA LTDA.





A CompuStream, empresa especializada em desenvolvimento de negócios, atua em projetos de investimento em empresas brasileiras que tenham um alto potencial de valorização. Sendo uma organização independente, adota um modelo de atuação baseado em parcerias com investidores, empreendedores e outras organizações, além de manter relacionamento intenso com a comunidade empresarial brasileira em geral, e uma rede de contatos com incubadoras de empresas, consultores, auditores e outros profissionais que acrescentam capacidade para identificar e executar novos projetos.

Plano de negócio

Um Plano de Negócio, nada mais é do que um meio de descrever o seu negócio com o intuito, entre outros, de captar fundos de investidores privados e capitalistas de risco que, em seguida, participam da empresa como co-proprietários e fornecem o capital necessário para a implantação do empreendimento.

Existem muitos modelos de Planos de Negócios, contudo, os planos de negócio têm alguns elementos em comum, que todo investidor potencial espera encontrar. Estes são descritos a seguir:

Elementos do plano de negócio

- Sumário executivo
- Produto ou serviço
- Equipe de gestão
- Mercado e concorrência
- Marketing e vendas
- Cronograma de implantação
- Análise das oportunidades e problemas potenciais
- Planejamento financeiro e necessidade de financiamento

Sumário executivo

Um sumário executivo é uma declaração muito clara da missão, uma visão geral das pessoas da equipe de gestão, da tecnologia e da sua adequação ao mercado.

O sumário executivo tem por objetivo despertar o interesse dos tomadores de decisão. Ele deve ilustrar os aspectos mais importantes do plano de negócio.





Basicamente, ele deve destacar o produto ou serviço, o valor para o cliente, os mercados pertinentes, a experiência de gestão, os requisitos de financiamento e o possível retorno sobre o investimento.

Algumas perguntas deverão ser respondidas dentro do sumário executivo, são elas:

- Qual é a sua idéia de negócio?
- Quem são seus clientes-alvo?
- Qual é o valor para esses clientes?
- Que volume de mercado e taxas de crescimento você prevê?
- Que ambiente competitivo você vai enfrentar?
- Que etapas adicionais de desenvolvimento são necessárias?
- Qual é o investimento (estimado) necessário?
- Que metas você fixou para o longo prazo?
- Qual a dimensão da sua necessidade de financiamento?
- Quais são as situações de vendas, custo e lucro?
- Quais são os marcos mais importantes no caminho que leva até a sua meta?
- Com que clientes você manteve/ pode manter contato para testar a idéia?
- Que canais de distribuição você usará?
- Que parcerias você gostaria de formar?
- Quais são as oportunidades e riscos envolvidos?
- Resuma os resultados do seu planejamento de negócios detalhado e enuncie suas necessidades exatas de financiamento.
- Como você vai delegar as tarefas gerenciais?
- Como será organizada a implantação da sua idéia de negócio?
- Relacione seus próximos passos concretos.

Produto ou serviço

O seu plano de negócio decorre de uma idéia que irá criar um produto ou serviço com um valor claro para seu cliente. É importante indicar em que o seu produto/ serviço difere dos que já estão ou estarão no mercado. Uma breve descrição do grau de desenvolvimento atingindo até o momento e do que ainda precisa ser feito também é essencial.

Algumas perguntas deverão ser respondidas dentro do Produto ou Serviço, são elas:

- Qual é a necessidade básica que sua organização irá atender ?
- Qual é o escopo de produtos/ serviços que você irá considerar oferecer para atender esta necessidade ?





- Dentro deste escopo, dê exemplos de produtos/ serviços que você irá considerar adicionar a seu leque existente e exemplos de produtos/ serviços existentes que não são mais apropriados.
- Quais são as características essenciais que descrevem todos os produtos/ serviços dentro deste escopo?

Utilize a tabela a seguir para ajudá-lo a definir seu produto:

Aparência/ tamanho/ formato	Padrões/ sob medida
Posição na cadeia ingrediente/ produto final	Confiabilidade
Singularidade - marca/ patente	Relação custo/ volume
Nível de qualidade real/ percebido	Facilidade/ frequência de compra
Uso único/ múltiplo	Quantidade pedida
Confiabilidade/ durabilidade/ Essencial/ luxo	Base da matéria prima
Necessidade de suporte/ serviço	Estágio no ciclo de vida
Uso final	Método de distribuição/ venda
Commodity/ diferenciação	Método de produção
Requisitos externos - legais/ políticos/ sociais/ segurança	Tecnologia

Equipe de Gestão

Explique quem serão as pessoas envolvidas desde o início, como serão delegadas as responsabilidades na empresa, indicando que cargos ainda precisam de reforços. É particularmente proveitoso comparar os cargos a serem preenchidos com a capacitação dos atuais membros da equipe. Não hesite em citar o nome dos seus consultores mais influentes. Ninguém tem todas as qualificações e experiência necessária para fundar uma empresa. O envolvimento expressivo por parte de consultores tais como empresários experientes, contadores, firmas de relações públicas ou consultores de gestão é um sinal de profissionalismo e assegura ao investidor que você conta com todos os contatos de que pode precisar.

Algumas perguntas deverão ser respondidas dentro do Mercado e concorrência, são elas:

- A equipe já trabalhou em conjunto anteriormente?
- Os membros da equipe têm a experiência requerida?
- Os fundadores conhecem seus pontos fracos e estão dispostos a compensá-los?
- Os fundadores chegaram a um acordo quanto a suas futuras funções e como os problemas relativos à propriedade devem ser resolvidos?
- A equipe de gestão definiu uma meta comum ou existem diferenças veladas de opinião?





- Cada um dos membros da equipe apóia integralmente o projeto?

Mercado e concorrência

A base de qualquer negócio bem-sucedido é o conhecimento completo dos clientes e das suas necessidades. Os clientes, afinal, constituem a razão de ser da empresa. No fim das contas, ao comprar ou não comprar o seu produto ou serviço, são eles que decidem se a sua empresa será bem-sucedida e qual seu grau de êxito.

Somente os clientes que estiverem convencidos de que estão obtendo um valor maior do que obteriam ao comprar um produto/ serviço concorrente (ou ao não comprar produto/ serviço algum) é que comprarão seu produto/ serviço. Conhecer bem o mercado e a concorrência, portanto, é essencial para o sucesso do seu empreendimento.

Algumas perguntas deverão ser respondidas dentro do Mercado e concorrência, são elas:

- Como está se desenvolvendo a sua área específica?
- Quais são os fatores decisivos para ter sucesso nesta área?
- Como você vai segmentar o mercado?
- Que volume de mercado tem cada um dos segmentos de mercado, agora e no futuro (estimativas aproximadas)?
- Quem são os seus grupos de clientes-alvo?
- Que exemplos de consumidor você pode dar?
- Que grandes concorrentes oferecem produtos/ serviços semelhantes?
- Que desdobramentos podem ser esperados dos concorrentes?
- Qual será a possibilidade de manutenção da sua vantagem competitiva?
- Que volume de mercado (valor e quantidade) você calcula para cada um dos seus segmentos de mercado nos próximos cinco anos?
- O que vai influir no crescimento dos segmentos de mercado?
- Qual é a sua estimativa da rentabilidade atual e futura de cada um dos segmentos de mercado?
- Que participação você detém em cada segmento de mercado? Que segmentos você está visando?
- Que função exerce a assistência/ serviço ao cliente?
- Até que ponto você depende de grandes clientes?
- Quais são os principais fatores que levam os clientes a comprar?
- Como funciona a concorrência? Que estratégia persegue?
- Quais são as barreiras à entrada no mercado e como elas podem ser vencidas? Como elas podem lhe ajudar se você for o primeiro?
- Qual é a participação dos concorrentes nos diversos segmentos do mercado?
- Que grupos-alvo os seus concorrentes procuram atingir?





- Qual a rentabilidade dos seus concorrentes?
- Quais são as estratégias de marketing dos seus concorrentes?
- Que canais de distribuição usam os seus concorrentes?
- Qual será a possibilidade de manutenção da sua vantagem competitiva? Por que?
- Qual será a reação dos concorrentes à sua entrada no mercado? Como você vai responder a essa reação?
- Trace um panorama sucinto comparando os pontos fortes e fracos dos seus principais concorrentes com os seus.

Marketing e vendas

Uma parte importante num conceito de negócio são as atividades bem planejadas de marketing e vendas. Elas exigem uma descrição convincente das estratégias de lançamento no mercado, do marketing e das medidas previstas para promoção de vendas.

Algumas perguntas deverão ser respondidas dentro do Marketing e vendas, são elas:

- Que preço final de venda você quer praticar (estimativa)? Que critérios você usou para apurar esse preço final? Qual é a margem de lucro (estimativa)?
- Que volume de vendas e receita de vendas você quer atingir (estimativa)?
- Através de que segmentos você quer entrar no mercado? Como você pretende transformá-lo num negócio de grande volume?
- Que volume de vendas você quer atingir (dados detalhados por segmento de mercado)?
- Descreva o processo típico de venda do seu produto/ serviço. Quem, entre os seus compradores, toma a decisão final de compra?
- Que grupos-alvo você vai atingir através de que meios de distribuição?
- Você quer penetrar rapidamente no mercado praticando um preço baixo, ou obter desde o início o maior retorno possível? Explique sua decisão.
- Como você vai atrair a atenção dos grupos-alvo para o seu produto ou serviço?
- Quanto custará a conquista de um cliente, em termos de tempo e recursos?
- Que materiais de propaganda você vai usar para essa finalidade? Q
- Que papel exerce a assistência ou serviço de atendimento ao cliente?
- Que grau de dificuldade terá e/ ou quanto custará criar lealdade duradoura dos clientes?
- Que outros passos de planejamentos são necessários na preparação para o lançamento do produto/ serviço? Delineie um cronograma com as datas mais importantes.





- Quais são os requisitos (número de empregados, qualificações e equipamentos) da operação para implementar eficazmente a estratégia de marketing? Qual é o gasto previsto para essa área?
- Qual é a divisão do volume de vendas e do resultado operacional entre os diversos canais de distribuição (estimativa)?
- Que participação de mercado por canal de distribuição você pretende atingir?
- Quais são as suas despesas, no lançamento e posteriormente?
- Que preço você praticará para o seu produto/ serviço por grupo-alvo e canal de distribuição?
- Que políticas de pagamento você vai estabelecer?

Cronograma de implantação

É muito importante saber como você imagina o desenvolvimento da sua empresa. Um cronograma realista inspira. Além disso, ele ajuda você a pensar nas suas diversas atividades e interdependências ao longo do tempo. Você colocará a empresa em perigo se tentar atingir as metas através de um planejamento falho, e, acima de tudo, excessivamente otimista. Para que isso não aconteça, determine um cronograma de implantação através do desenvolvimento de um cronograma Gantt, que é o relatório que apresenta uma lista de atividades versus uma escala de tempo de forma gráfica, onde a duração dos eventos/ atividades é representada em formas de barras horizontais.

O gráfico de Gantt é utilizado para determinar claramente a duração do Projeto, permite o acompanhamento e visualização das datas de início e término dos eventos/ atividades e sub-atividades, facilita alterações e visualização de utilização de recursos.

Algumas perguntas deverão ser respondidas dentro do Cronograma de implantação, são elas:

- Quais são os mais importantes marcos do desenvolvimento da sua empresa, e quando eles deveriam ser atingidos?
- Como você pretende estruturar o trabalho para atingir essas metas?
- Que tarefas e marcos são interdependentes?
- Com relação a quais tarefas/ marcos você prevê gargalos?
- Quantos novos empregados você precisará contratar em cada área de negócios nos próximos anos? Qual será o custo?
- Quanto capital real é necessário para realizar as vendas iniciais?
- Relacione seus investimentos previstos o curto prazo.
- Relacione seus investimentos previstos a longo prazo (3-5 anos).





- Que investimentos serão necessários quando forem atingidos quais marcos?
- Qual é a depreciação anual de cada investimento?

Análise de Oportunidades e Problemas Potenciais

O objetivo deste, é identificar com antecedência os possíveis desvios em relação a suas premissas. Se for possível, com esforço razoável, é aconselhável montar cenários do melhor e do pior caso envolvendo os parâmetros-chave. É aí que você identifica as oportunidades e os problemas potenciais.

Algumas perguntas deverão ser respondidas dentro da Análise de Oportunidades e Problemas Potenciais, são elas:

- Que riscos básicos (de mercado, de concorrência, de tecnologia) o seu empreendimento enfrenta?
- Que medidas você vai tomar para combater esses riscos?
- Que oportunidades/ possibilidades de negócios você vê para seu negócio?
- De que forma a ampliação da sua base de capital ajudaria?
- Qual será o seu planejamento para os próximos cinco anos no cenário de melhor e pior caso?
- Qual é a probabilidade de cada um destes cenários? Que fatores/ eventos levam a cada um destes cenários?
- Que conseqüências eles têm sobre o seu planejamento de negócios?

Planejamento financeiro e necessidades de financiamento

O planejamento financeiro ajuda você a avaliar se o seu conceito de negócio será rentável e se pode ser financiado. Para tanto, é preciso compilar e consolidar os resultados de todos os capítulos anteriores, elaborando algumas demonstrações financeiras.

Algumas perguntas deverão ser respondidas dentro do Planejamento financeiro e necessidades de financiamento, são elas:

- Qual será a evolução das suas receitas, despesas e lucro?
- Qual será a evolução do seu fluxo de caixa? Quando você espera atingir o ponto de equilíbrio (soma de todas as receitas maior que a soma de todas as despesas)?
- Dimensione a sua necessidade de financiamento com base no caixa.
- Quanto caixa é necessário no cenário do pior caso?
- Que premissas embasam o seu planejamento financeiro?





- A que fontes de capital você pode recorrer para cobrir suas necessidades de financiamento?
- Que acordo você está oferecendo aos investidores potenciais?
- Que retorno os investidores esperam?
- Como eles vão auferir lucro?

Entre em contato conosco e saiba mais como podemos ajudá-lo!

www.CompuStream.com.br

CompuStream@CompuStream.com.br

Tel/ Fax: 11-5096-2704

