



Universidade de São Paulo
Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz"
Departamento de Economia, Administração e Sociologia
LES0452 - Economia e Gestão do Agronegócio



EMPREENDEDORISMO E PLANO DE NEGÓCIOS

FONTE:

**Como elaborar um plano de negócios? Sebrae
– Brasília, 2013**

Empreendedorismo

- *“Pessoas capazes de sonhar e transformar sonhos em realidade. Identificam oportunidades, agarram-nas, buscam recursos e transformam tais oportunidades em negócios. São empreendedores todas as pessoas inovadoras, e que estão atentas às mudanças e sabem aproveitá-las, transformando-as em oportunidades de negócios”*
 - (IPGN, 2003 – Iniciando um pequeno grande negócio. In Sebrae. Disponível em <http://ipgn.iea.com.br/ipgn/>

Características do Empreendedor de um empreendedor:

<https://www.youtube.com/watch?v=VjYIzAg5uA8>

Conforme o Sebrae, as principais características dos empreendedores são:

***iniciativa,
autoconfiança,
independência,
cidadania, ética,
coragem,
comprometimento,
paixão pelo que faz,
criatividade, qualidade,
eficiência, eficácia,
persistência, inovação,
liderança, otimismo,
paciência e talento.***



Veja o discurso de Steve Jobs:

<https://www.youtube.com/watch?v=45xrq0wpgv4>

Empreendedorismo: Perfil e características

- São elas: a habilidade de identificar oportunidades de negócio; facilidade na definição de visões; expressão de diferenciais; avaliação de riscos; gestão de relacionamentos;
- Ao desenvolver uma idéia e buscar os meios de torná-la realidade, o empreendedor também assume o papel de líder, que deve convencer e dar credibilidade ao seu projeto, no intuito de garantir a participação de outras pessoas na missão de realizar sua idéia.
- **“Liderar e empreender é lidar com a mudança e a inovação, portanto com o risco, e gerenciar é lidar com a complexidade, o que exige [...] posturas diferentes, por vezes conflitantes, como faces diferentes de uma mesma moeda”.**
- Conforme o Sebrae, as principais características dos empreendedores são: *iniciativa, autoconfiança, independência, cidadania, ética, coragem, comprometimento, paixão pelo que faz, criatividade, qualidade, eficiência, eficácia, persistência, inovação, liderança, otimismo, paciência e talento.*

Empreendedorismo

- *O que diferencia o empreendedor dos outros agentes da organização é a capacidade de definir visões, projetos que compreendem elementos de inovação e se afastam do que já existe.*
- *Em geral essas visões são construídas em torno de oportunidades de negócio que o empreendedor percebeu no mercado.*
- *A partir de visões a serem realizadas, ele desenvolve seu sistema organizacional, que compreende a interação com pessoas dentro da empresa, e o sistema de relações, que tem a ver com o ambiente externo*

DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELA, Fernando e FILION, Louis Jacques. Boa Idéia! E Agora?: Plano de Negócio o Caminho Seguro Para Criar e Gerenciar Sua Empresa. 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

Empreendedorismo

- O termo empreendedor do francês *entrepreneur* — significa aquele que assume riscos e começa algo novo. Assim, é “o espírito daquele que é capaz de assumir riscos e inovar” Ele é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de idéias.
- Mais ainda: ele é quem fareja as oportunidades e precisa ser muito rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros o façam. O estilo de vida que temos hoje é fruto do sucesso de milhões de empreendedores através da história da humanidade, mesmo que estes não soubessem que nome dar a este processo.

DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELA, Fernando e FILION, Louis Jacques. Boa Idéia! E Agora?: Plano de Negócio o Caminho Seguro Para Criar e Gerenciar Sua Empresa. 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

Empreendedorismo

- Os empreendedores foram freqüentemente confundidos com os gerentes ou administradores, o que tem ocorrido até hoje. O empreendedor tem algo a mais, algumas características e atitudes que o diferenciam do administrador tradicional, de um gerente ou de um técnico.
- Todo empreendedor necessariamente deve ser um bom administrador para obter sucesso, no entanto nem todo bom administrador é um empreendedor.
- Abrir um negócio não é sinônimo de empreendedorismo. A pessoa que empreende tem um espírito inovador, mas do que somente um gestor de uma empresa. Mas, isso não basta para ser um bom empreendedor. Não se pode considerar empreendedora a pessoa que dá continuidade ao que já existe, ou seja, você pode gerir uma empresa que já está no mercado, mas o empreendedor você deverá inovar. Fazer de uma forma nunca jamais feita.

DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELA, Fernando e FILION, Louis Jacques. Boa Idéia! E Agora?: Plano de Negócio o Caminho Seguro Para Criar e Gerenciar Sua Empresa. 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.



Universidade de São Paulo
Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”
Departamento de Economia, Administração e Sociologia
LES0452 - Economia e Gestão do Agronegócio



PLANO DE NEGÓCIO

PLANO DE NEGÓCIOS – CONCEITOS BÁSICOS

Vídeo SEBRAE:

<https://www.youtube.com/watch?v=O3VZRvk34Xw>



Definição

É um documento que demonstra a viabilidade de mercado e financeira de um empreendimento, visando conseguir apoiadores e financiadores para o negócio. Deve ter um perfil de vendas, pois o que se busca é “vender” uma ideia a alguém.

A essência desse processo é levantar uma série de perguntas críticas e oferecer respostas a elas. Ao final, seu plano irá colaborar para que você possa responder à seguinte pergunta: **“Vale a pena abrir, manter ou ampliar o meu negócio?”**

Plano de Negócio

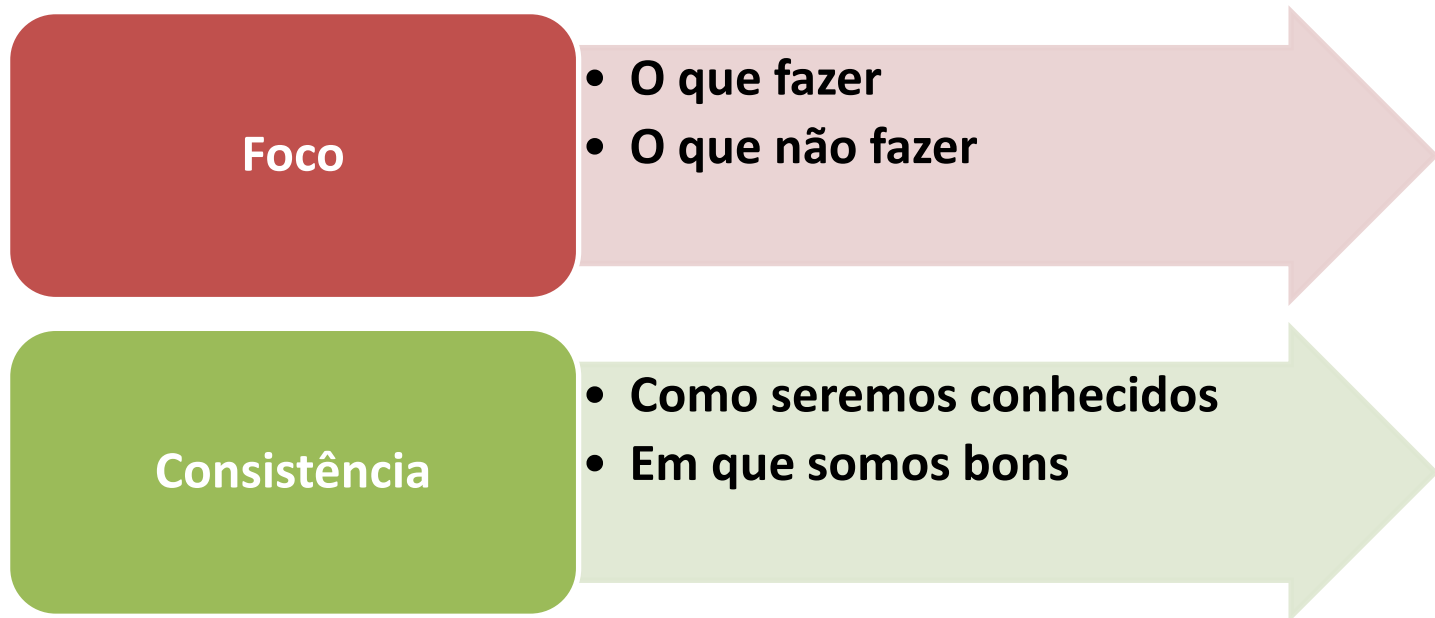
Os Interessados no Plano de Negócios:

- Investidores / sócios
- Investidores / capitalistas – capital de risco
- Agentes financiadores
- Governo local / comunidade
- O próprio empreendedor

Por que Fazer um Plano de Negócios:

- Conhecer e identificar as oportunidades de mercado
- Explicar como se pode aproveitar e ganhar com a oportunidade identificada
- Definir o cliente e o produto/serviço
- Conhecer a melhor maneira de fazer
- Prever riscos e problemas
- Estimar o lucro a curto e a longo prazo
- Prever as necessidades financeiras e de caixa
- Explicar a experiência do empreendedor

Por que fazer um Plano de Negócios?



Plano de Negócios (fases)

1) Sumário Executivo



2) Análise de Mercado



3) Plano de Marketing



4) Plano Operacional



5) Plano Financeiro



6) Análise de Cenários



7) Análise de Estratégias

Como elaborar um Plano de Negócios?

- O **Sumário Executivo** é a 1ª seção do plano e permite uma visão geral de um projeto, destacando seus aspectos mais importantes.

Vídeo SEBRAE:

<https://www.youtube.com/watch?v=W7Suz32G88U>



O que precisa te em um SUMÁRIO EXECUTIVO?



Sumário Executivo

O que é e como fazer

O sumário executivo é um resumo do **PLANO DE NEGÓCIO**. Não se trata de uma introdução ou justificativa e, sim, de um sumário contendo seus pontos mais importantes. Nele irá constar:

- Resumo dos principais pontos do plano de negócio;
- Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições;
- Dados do empreendimento;
- Missão da empresa;
- Setores de atividades;
- Forma jurídica;
- Enquadramento tributário;
- Capital social;
- Fonte de recursos.

Sumário

- Objetivo: fazer o leitor se interessar pelo resto do projeto.
- Simples, conciso e claro
- Resumo do plano de negócio, com todos os seus elementos: fazer após o final do plano.
- Fornece uma visão geral e clara do plano.
- Destaca as conclusões mais importantes.
- Máximo 3 páginas
- (PARA ALGUNS) Geralmente só ele é lido.

O SUMÁRIO NÃO É:

- Uma introdução genérica do plano
- Uma carta de intenções
- Uma abertura para gerar suspense

MISSÃO e VISÃO

- Missão: Descrição de PORQUE o grupo existe
- Visão: Descrição de O QUE o grupo quer atingir.
- Missão + Visão = Plano de atividades do grupo ou organização.
- Missão: Deve ser simples, clara e direta. Realista, específica e de fácil entendimento.
- Visão: Deve ser ousada, porém realista. Atingível e inspiradora.



Fique de olho

- Embora o sumário executivo compreenda a primeira parte do plano, ele só deve ser elaborado após a conclusão do mesmo.
- Ao ser lido por interessados, ele deverá deixar clara a ideia e a viabilidade de sua implantação. Informações mais detalhadas virão nas partes seguintes.

**Como elaborar um plano de negócios? Sebrae
– Brasília, 2013**



Universidade de São Paulo
Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”
Departamento de Economia, Administração e Sociologia
LES0452 - Economia e Gestão do Agronegócio



Plano de Negócios

Cafeteria



CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

- Um lugar agradável, que une o rústico ao moderno. Lembrando um bistrô, possui decoração arrojada que une madeira clara e couro, com louça de porcelana personalizada. Outra marca registrada do serviço são os uniformes dos funcionários - calça preta, camisa branca, boina e colete xadrez. Assim será a Cafeteria Café Cultura: um espaço requintado, onde poderão ser degustados diferentes tipos de café, navegar na internet ter acesso a jornais e revistas de todo o país.



Dados da Empresa

- Razão Social: Cafeteria Cultura LTDA
- Nome Fantasia: Café Cultura
- Endereço: Av. Edson Ramalho – Manaíra – João Pessoa/PB
- Endereço eletrônico: cafecultura@hotmail.com
- Contato: 83 3247-8882 / 3218-1000



Dados dos Dirigentes

EXEMPLO

Nome: Arlinda M^a Pimentel Rodrigues Leite

Responsabilidade no Projeto: Finanças
9982-7163

e-mail: arlindaleite@terra.com.br

Profissão: Contadora

Telefone: 83 3235-1938 /

Nome: Germana Espínola Brito

Responsabilidade no Projeto: Administrativo

e-mail: germana@sebraepb.com.br

Profissão: Administradora

Telefone: 83 3218-1023 / 9985-6465

Nome: Maria José Borba Netta

Responsabilidade no Projeto: Marketing
9830

e-mail: mjborba@gmail.com

Profissão: Administradora

Telefone: 83 3218-1000 / 9121-



Definição do Negócio

- As cafeterias chegaram devagar, ganharam espaços nas ruas e *shoppings centers* e acabaram conquistando o brasileiro. O que parecia ser um modismo, firmou-se no mercado tornando-se uma boa opção de negócio. Pontos de venda franqueados e até investidores independentes estão satisfeitos com os resultados que vêm obtendo.
Evidentemente que muito se deve ao hábito de consumo do produto, afinal a grande maioria dos brasileiros aprecia a bebida, mas existem outros fatores que contribuíram para esta rápida expansão.
- O café é uma bebida única que já faz parte da vida e da história do Brasil. Foi com esse conceito que temos por finalidade abrir a cafeteria Café Cultura. Um café diferenciado, que conquistará admiradores pelo seu aroma e sabor.
- Para viabilizar o negócio, serão comprados diversos equipamentos que facilitarão o processo de produção e comercialização do café tais como: máquina de café expresso, moedor de café, estufa fria e estufa quente, computadores, ar condicionados, entre outros.



Fontes de Receita

- Nossos produtos principais serão os cafés expressos e as bebidas quentes e geladas a base do café que serão produzidas pelos baristas especialmente capacitado e treinado para elaboração dos drinks.
- A Café Cultura terá como nicho de mercado a comercialização de comidas regionais como tapiocas, bolos, cuscuz, pamonha, canjica, bem como, comidas mais sofisticadas como *quiches*, pães de queijo, *croissant*, salgados, tortas, além de chás aromatizados e uma tabacaria.

Como elaborar um Plano de Negócios?

- **Análise de Mercado:** Apresenta o entendimento da empresa sobre clientes, concorrentes e fornecedores e o quanto se conhece, em dados e números, o mercado.

Vídeo SEBRAE:

<https://www.youtube.com/watch?v=yUJw1DmFQJY>



Análise de Mercado:



IDENTIFICAÇÃO
DOS CLIENTES

Segmento dos clientes



O QUE ESTÁ
COMPRANDO?

QUEM ESTÁ
COMPRANDO?

PORQUE ESTÁ
COMPRANDO?



Análise dos concorrentes

Análise dos Fornecedores



MERCADO FORNECEDOR

1º passo: Identificando as características gerais dos clientes

Se pessoas físicas

- Qual a faixa etária?
- Na maioria são homens ou mulheres?
- Têm família grande ou pequena?
- Qual é o seu trabalho?
- Quanto ganham?
- Qual é a sua escolaridade?
- Onde moram?

Se pessoas jurídicas (outras empresas)

- Em que ramo atuam?
- Que tipo de produtos ou serviços oferecem?
- Quantos empregados possuem?
- Há quanto tempo estão no mercado?
- Possuem filial? Onde?
- Qual a sua capacidade de pagamento?
- Têm uma boa imagem no mercado?

2º passo: Identificando os interesses e comportamentos dos clientes

- Que quantidade e com qual frequência compram esse tipo de produto ou serviço?
- Onde costumam comprar?
- Que preço pagam atualmente por esse produto ou serviço similar?

3º passo: Identificando o que leva essas pessoas a comprar

- O preço?
- A qualidade dos produtos e/ou serviços?
- A marca?
- O prazo de entrega?
- O prazo de pagamento?
- O atendimento da empresa?

4º passo: Identificando onde estão os seus clientes

- Qual o tamanho do mercado em que você irá atuar?
- É apenas sua rua?
- O seu bairro?
- Sua cidade?
- Todo o Estado?
- O País todo ou outros países?
- Seus clientes encontrarão sua empresa com facilidade?

Após responder essas perguntas, será possível entender melhor seus clientes. No quadro Hora de praticar, escreva suas conclusões a respeito do seu mercado consumidor.



Fique de olho

- Uma dica é escolher apenas uma parte do mercado para atender. Encontre um grupo de pessoas ou empresas com características e necessidades parecidas e trate-os de maneira especial. Um exemplo dessa estratégia é uma loja de roupas que se especializa em atender crianças ou uma confeitaria que fabrica sobremesas dietéticas.
- Uma empresa é viável quando tem clientes em quantidade e com poder de compra suficiente para realizar vendas que cubram as despesas, gerando lucro.
- Você pode utilizar diversas técnicas para pesquisar seus consumidores. Essas técnicas vão desde a aplicação de questionários, entrevistas e conversas informais com clientes potenciais, à observação dos concorrentes.

2.2 – Estudo dos concorrentes

O que é e como fazer

Você pode aprender lições importantes observando a atuação da concorrência. Procure identificar quem são seus principais concorrentes. A partir daí, visite-os e examine suas boas práticas e deficiências.

Lembre-se de que concorrentes são aquelas empresas que atuam no mesmo ramo de atividade que você e que buscam satisfazer as necessidades dos seus clientes.

Utilize o quadro Hora de praticar e faça comparações entre a concorrência e o seu próprio negócio. Enumere os pontos fortes e fracos em relação a:

- qualidade dos materiais empregados - cores, tamanhos, embalagem, variedade, etc.;
- preço cobrado;
- localização;
- condições de pagamento - prazos concedidos, descontos praticados, etc.;
- atendimento prestado;
- serviços disponibilizados - horário de funcionamento, entrega em domicílio, tele-atendimento, etc.;
- garantias oferecidas.

Após fazer essas comparações, tire algumas conclusões.

- Sua empresa poderá competir com as outras que já estão há mais tempo no ramo?

- O que fará com que as pessoas deixem de ir aos concorrentes para comprar de sua empresa?
- Há espaço para todos, incluindo você?
- Se a resposta for sim, explique os motivos disso. Caso contrário, que mudanças devem ser feitas para você concorrer em pé de igualdade com essas empresas?



Fique de olho

- Lembre-se: a concorrência também deve ser vista como uma situação favorável. Bons concorrentes servem como parâmetro de comparação e de parceria, além de ser uma fonte de estímulo à melhoria.

Análise dos concorrentes

	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes	Garantias oferecidas
Sua Empresa							
Concorrente 1 (nome)							
Concorrente 2 (nome)							
Conclusões							

2.3 – Estudo dos fornecedores

O que é e como fazer

O mercado fornecedor compreende todas as pessoas e empresas que irão fornecer as matérias-primas e equipamentos utilizados para a fabricação ou venda de bens e serviços. Inicie o estudo dos fornecedores levantando quem serão seus fornecedores de equipamentos, ferramentas, móveis, utensílios, matérias-primas, embalagens, mercadorias e serviços.

Relações de fornecedores podem ser encontradas em catálogos telefônicos e de feiras, sindicatos e no próprio SEBRAE. Outra fonte rica de informações é a Internet.

Mantenha um cadastro atualizado desses fornecedores. Pesquise, pessoalmente ou por telefone, questões como: preço, qualidade, condições de pagamento e o prazo médio de entrega. Essas informações serão úteis para determinar o investimento inicial e as despesas do negócio.

Preenchendo o quadro de estudo dos fornecedores, você terá uma melhor visão de quem são e de como atuam seus fornecedores.



Fique de olho

- Analise pelo menos três empresas para cada artigo necessário;
- Mesmo escolhendo um entre vários fornecedores, é importante manter contato com todos, ou pelo menos com os principais, pois não é possível prever quando um fornecedor enfrentará dificuldades;
- Ao adquirir matérias-primas, insumos ou mercadorias faça um estudo de verificação da capacidade técnica dos fornecedores. Todo fornecedor deve ser capaz de suprir o material ou as mercadorias desejadas, na qualidade exigida, dentro do prazo estipulado e com o preço combinado;
- A tomada e a comparação de preços facilitam a coleta de informações sobre aquilo que se deseja adquirir, aumentando as chances de se tomar decisões mais acertadas;
- Verifique se é exigida quantidade mínima de compra e lembre-se de evitar intermediários, sempre que possível.



Definição do Mercado-Alvo

- O perfil dos freqüentadores de cafeterias é bem eclético, tem idade entre 25 e 60 anos e pertence ao médio e alto nível sociocultural e econômico. Esse tipo de negócio poderá desenvolver outros perfis de clientes, dependendo do público alvo que deseja atingir.
- O café hoje está em alta. Parte desse desempenho também se deve ao público mais jovem, que redescobriu o café por meio das saborosas novidades das cafeterias. Misturado com chocolate, sorvete fica até mais atrativo e ameniza o amargozinho do café tornando-o agradável ao paladar jovem.



Potencial de Mercado

- O maior potencial de mercado atualmente está voltado para a diversificação dos cardápios das cafeterias. Os sanduíches, acompanhamentos, bebidas, sobremesas são itens de cafeteria que comporão a linha de produtos do Café Cultura.
- A rapidez e a cortesia no atendimento, a limpeza das instalações, os cuidados com a decoração do ambiente, tudo é concebido para proporcionar uma refeição saborosa, nutritiva e agradável.



Tendências de Mercado

- As pessoas não querem tomar apenas um cafezinho, sempre querem algo mais, a tendência é que nas cafeterias tenham espaços para implantação de *cyber cafés*, com direito a tecnologia Wi Fi (conexão à internet com maior velocidade e sem fio).
- Outra tendência é aliar a tecnologia do maquinário italiano à qualidade dos grãos brasileiros e ao charme das cafeterias francesas.



O Consumidor

- O conceito do Café Cultura tem como proposta oferecer aos consumidores habituais e turistas novos produtos e serviços com excelente padrão de qualidade. Com uma arquitetura moderna nossa cafeteria irá atrair e cativar por seu conforto e conveniência, um público extremamente seletivo formado por jovens, executivos e moradores dos condomínios da região.



Fornecedores

- Os produtos alimentícios serão adquiridos através de parcerias com empresas locais, terceirizando as comidas regionais e também com produção própria, comprando a matéria-prima de distribuidores e grandes supermercados.
- Trabalharemos com vários fornecedores de café como: São Braz, Grão Expresso, café do Ponto e café tipo exportação. A aquisição de determinados produtos serão pagas a vista e outras poderão ser a prazo.
- Serão feitas parcerias com grandes distribuidoras de jornais e revistas.



Concorrentes

- Na região em que vamos montar nossa cafeteria existem vários restaurantes e centros comerciais que não oferecem o café expresso, com isso as pessoas irão freqüentar nosso estabelecimento, sentindo a necessidade de beber nosso saboroso café e degustar nossas deliciosas refeições.



Diferencial Competitivo

- Produto com melhor qualidade;
- Atendimento personalizado;
- Ambiente confortável e favorável;
- Comercialização de comidas regionais;
- Cafés com vários sabores;
- Higiene na fabricação dos alimentos seguindo todas as normas técnicas de boas práticas;
- Fidelização dos clientes.

Como elaborar um Plano de Negócios?

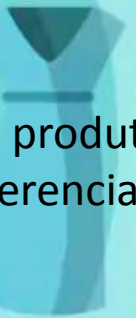
- **Plano de Marketing:** Estabelece os diferenciais dos produtos e serviços, a política de preços da empresa, seus canais de vendas e estratégias promocionais.

Vídeo SEBRAE:

<https://www.youtube.com/watch?v=JDliCGJ8j0I>



• PRODUTO •



Descrição dos produtos & Serviço
(diferenciais)

DISTRIBUIÇÃO

Onde vc pretende atuar?



Canal de Comunicação

PROPAGANDA



PREÇO





Plano de Marketing e Comercialização

- A Cafeteria Café cultura irá fazer uma forte divulgação direta com a mídia televisiva e escrita, oferecendo um coquetel de inauguração para apresentar o diferencial da nossa linha produtos.
- Haverá um grande luminoso para chamar a atenção do público, panfletagem com distribuição em locais onde há concentração do público-alvo como: academias; shoppings; Fóruns; hotéis; universidades; etc. Haverá divulgação pela Internet através do site.

Como elaborar um Plano de Negócios?

- **Plano Operacional:** Descreve como a empresa é organizada, sua capacidade de produzir ou vender, infra-estrutura, layout e os recursos humanos necessários.

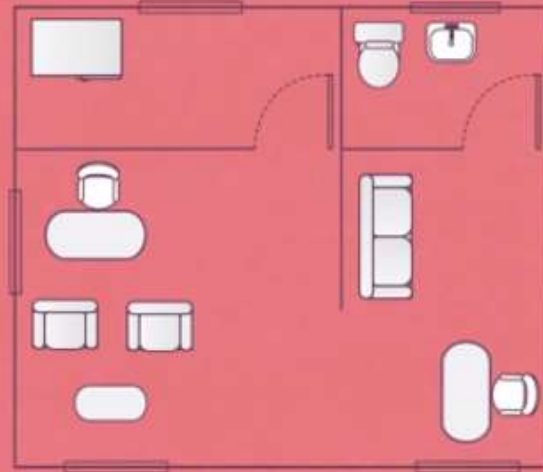
Vídeo SEBRAE:

<https://www.youtube.com/watch?v=zL4OmN8m5X8>



CAPACIDADE INSTALADA
=
PRODUÇÃO, VENDA OU
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS
EM UM PERÍODO

• ARRANJO FÍSICO •



currículo



Localização e Dimensionamento Básico

- O local do empreendimento é em João Pessoa/PB no Bairro de Manaíra, na Avenida Edson Ramalho, que conta com saneamento, rua asfaltada, grande circulação de veículos, iluminação urbana, estacionamento, área construída de 200m², terreno de 15x50m², grande salão com disposição para 02 ambientes, contra-piso e gesso no teto, um espaço de cultura com acesso à Internet, banheiros femininos com 02 cabines e lavatórios, banheiros masculinos com 02 cabines, e lavatórios, lavabo unissex, sala separada com disposição apropriada para cozinha e escritório. Horário de funcionamento de 12h às 24h.



Capacidade Instalada



- O imóvel terá um grande balcão de acesso aos dois ambientes com estufas para salgados, tortas e comidas típicas, cristaleira em cima do balcão, banquetas, mesas e cadeiras de madeira para 04 lugares, mesas redondas para 04 lugares, decoração com fotos antigas da História do café, ambiente com meia luz, som ambiente com caixas espalhadas pelo estabelecimento, projetor e telão de vídeo, grande luminoso na fachada, fogão industrial, forno, *freezers* horizontais e verticais, geladeira, mesas de manipulação, liquidificadores profissionais, espremedor de frutas, lavador de copos elétrico, máquina de café expresso, computadores com acesso a Internet. Formaremos um quadro composto por 14 funcionários. (Anexo I)

Como elaborar um Plano de Negócios?

- **Plano Financeiro:** Traduz, em números, objetivos e estratégias, calculando o capital investido, as previsões das vendas, custos e os indicadores do projeto.

Vídeo SEBRAE:

<https://www.youtube.com/watch?v=T6GZdqpuEpE>





Investimentos Fixos

Instalações comerciais



Discriminação	Valor Unit. R\$	Valor Total R\$	Financ %	Valor financ. R\$	Rec. Próprio R\$
Construção civi.	45.000,00	45.000,00	90,00	40.500,00	4.500,00
Máquinas e Equipamentos	56.358,13	56.358,13	90,00	50.722,32	5.635,81
Móveis e Utensílios	55.311,00	55.311,00	90,00	49.779,90	5.531,10
TOTAL		156.669,13		141.002,22	15.666,91



Máquinas e equipamentos

PRODUTO	Unid.	QUANT.	VALOR RS	TOTAL
				GERAL
Refrigerador	Unid.	1	1.419,00	1.419,00
Freezer horizontal	Unid.	4	1.478,96	5.915,84
Freezer vertical	Unid.	1	2.300,00	2.300,00
Fogão industrial	Unid.	1	1.280,00	1.280,00
Forno a gás	Unid.	1	1.592,00	1.592,00
Fritador	Unid.	1	1.435,00	1.435,00
Chapa para crepe / tapioca	Unid.	1	126,00	126,00
Liquidificador doméstico	Unid.	1	84,90	84,90
Liquidificador 1,5 litros	Unid.	1	295,37	295,37
Liquidificador 2 litros	Unid.	1	415,00	415,00
Ar condicionado split	Unid.	2	5.900,00	11.800,00
Espremedor de fruta	Unid.	1	216,58	216,58
Ventilador teto	Unid.	2	90,00	180,00
Exaustor de cozinha	Unid.	2	113,04	226,08
Balança eletrônica dst	Unid.	1	545,10	545,10
Cortador de frios	Unid.	1	1.392,62	1.392,62
Mesa serviço	Unid.	1	640,00	640,00
Chapa para sanduíche	Unid.	1	499,64	499,64
Chopeira especial	Unid.	1	12.395,00	12.395,00
Balcão refrigerado	Unid.	1	1.600,00	1.600,00
Máquina de café expresso	Unid.	1	12.000,00	12.000,00
TOTAL				56.358,13



Investimentos em Capital de Giro

CONTAS	PROJETADO
Capital de Giro	R\$ 9.250,43
Necessidades	R\$ 26.308,14
Caixa Mínimo	R\$ 7.409,00
Financiamento de Vendas	R\$ 15.876,42
Matéria Prima	R\$ 3.022,72
Fontes	R\$ 17.057,71
Crédito de Fornecedores	R\$ 3.627,26
Folha de Pagamento	R\$ 6.540,00
Impostos e Contribuições	R\$ 6.890,45



Recursos Humanos



Função	Salário Projetado	Quant. Projetada	Despesa Total Projetada
Cozinheiro	650,00	01	650,00
Ajudante de cozinha	400,00	02	800,00
Garçons	380,00	05	1.900,00
Caixa	380,00	01	380,00
Assist. Limpeza	380,00	01	380,00
Barista	550,00	01	550,00
Barman	380,00	02	760,00
Gerentes	1.200,00	01	1.200,00
Pró-Labore	3.000,00	02	6.000,00



Serviços Terceirizados



Projetado	Quantidade	Valor unitário	Total
Contador	01	380,00	380,00
Segurança eletrônica	01	200,00	200,00
Máquinas de cartão de crédito	02	50,00	100,00
TV a cabo	01	120,00	120,00
Sistema de controles financeiros	01	80,00	80,00
TOTAL	5,00		880,00



Demonstração de Usos e Fontes



	Existente	Projetado	Financiado	Recursos Próprios	Total	%
Usos	0,00	165.919,56	149.327,61	16.591,95	165.919,56	
Inversões Fixas	0,00	156.669,13	141.002,22	15.666,91	156.669,13	
Terrenos		0,00	0,00	0,00	0,00	
Máquinas e equipamentos (Nacionais)		56.358,13	50.722,32	5.635,81	56.358,13	
Máquinas e equipamentos (Estrangeiros)		0,00	0,00	0,00	0,00	
Veículos / Embarcações		0,00	0,00	0,00	0,00	
Móveis e Utensílios		55.311,00	49.779,90	5.531,10	55.311,00	
Construção civil		45.000,00	40.500,00	4.500,00	45.000,00	
Elaboração do Projeto		0,00	0,00	0,00	0,00	
Outras inversões fixas						
Inversões financeiras	0,00	9.250,43	8.325,39	925,04	9.250,43	
Giro		9.250,43	8.325,39	925,04	9.250,43	
Outras inversões financeiras		-	-	-	0,00	
Fontes	0,00	165.919,56	149.327,61	16.591,95	165.919,56	100,00
Recursos próprios	0,00	16.591,95	-	16.591,95	16.591,95	10,00
Grupo empreendedor		16.591,95	-	16.591,95	16.591,95	
FINOR/SUDENE		-	-	-	0,00	
Recursos de terceiros	0,00	149.327,61	149.327,61	0,00	149.327,61	90,00
BNB	0,00	149.327,61	149.327,61	-	149.327,61	90,00
Outras instituições financeiras	0,00	-	-	-	0,00	
Outros recursos de terceiros		-	-	-	0,00	



Fluxo de Caixa



FLUXO DE CAIXA								
		Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6
Receitas Totais			452.140,00	519.935,00	571.935,00	571.935,00	571.935,00	571.935,00
Ativo depreciado (T no último ano do Projeto)			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	95.626,16
Total das Entradas (A + B)		0,00	452.140,00	519.935,00	571.935,00	571.935,00	571.935,00	667.561,16
Custos Totais			391.130,40	421.411,08	443.239,92	443.239,92	443.239,92	443.239,92
Saídas por investimento (X)		165.919,56						
Ativos existentes (U - V)		0,00						
Total das Saídas (D + E + F)		165.919,56	391.130,40	421.411,08	443.239,92	443.239,92	443.239,92	443.239,92
Fluxo Líquido (C - G)		-165.919,56	61.009,60	98.523,92	128.695,08	128.695,08	128.695,08	224.321,24

Como elaborar um Plano de Negócios?

- **Análise de Cenários:** Simulações que trabalham variáveis como o preço, vendas, custos e as condições de financiamento para determinar o impacto na rentabilidade do negócio.

Vídeo SEBRAE:

https://www.youtube.com/watch?v=WFwr_sqp2jY





Cenário Futuro para o Mercado

- De 1985 a 2000, o consumo de café no Brasil quase dobrou (www.abic.com.br). Há 15 anos o brasileiro consumia o equivalente a 2,3 kg do produto por ano. Hoje a média per capita é de 4,3 kg/ano. A indústria também acompanhou este crescimento. Em 1985 foram produzidas 7,1 milhões de sacas de café.
- Para o diretor-executivo da Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic), Nathan Herszkowicz, o número de lojas no Brasil tem potencial de crescer 20% anualmente. Hoje existem 2,5 mil unidades no País, número que pode chegar a 3 mil entre 2007 e 2008.



Fatores Críticos de Sucesso



- Na localização desejada, há presença de restaurantes finos, que também oferecem cafés expressos, atendendo às necessidades dos clientes. Estamos propondo uma diferenciação, abrir uma casa com especialidade em cafés, chás, cultura e descontração, em um ambiente voltado para a história do café, com uma excelente estrutura física, e amplo estacionamento uma vez que a avenida tem bastante fluxo de automóveis.

Como elaborar um Plano de Negócios?

- **Análise de Estratégia:** A análise da estratégia identifica as forças e fraquezas da empresa e avalia o mercado em busca de oportunidades e ameaças.

- *Vídeo SEBRAE:*

https://www.youtube.com/watch?v=_7XZgw7Rwr8





Análise S.W.O.T



OPORTUNIDADES

- Bebida Tradicional;
- Merchandising
- Possibilidade de Novos Mercados
- Disponibilidade de Financiamento
- Potencial Turístico em Desenvolvimento

AMEAÇAS

- Mudanças climáticas
- Ausência de assistência técnica local.
- Concorrências com restaurantes de comidas típicas
- Atraso na Entrega dos Produtos pelos Fornecedores.



PONTOS FORTES	
1	Bom relacionamento dos sócios
2	Reduzido número de Concorrentes
4	Imagem da Marca
5	Localização adequada da empresa
6	Ambiente Climatizado
7	Condições de Trabalho Favoráveis
8	Comida Regional
9	Diversificação nos produtos;
10	Grau de automatização eficaz;
11	Boa aceitação no mercado consumidor
12	Campanhas publicitárias.

PONTOS FRACOS	
1	Carência de programa de treinamento, acarretando problemas operacionais Internos;
3	Escassez de mão-de-obra qualificada.





Universidade de São Paulo
Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”
Departamento de Economia, Administração e Sociologia
LES0452 - Economia e Gestão do Agronegócio



CONSIDERAÇÕES FINAIS ANTES DE ABRIR UM NEGÓCIO

Avaliação do Plano de Negócio

- **Considerações Finais antes de abrir um negócio**

- *Vídeo SEBRAE:*

<https://www.youtube.com/watch?v=y4IqDI0paTA>





Universidade de São Paulo
Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”
Departamento de Economia, Administração e Sociologia
LES0452 - Economia e Gestão do Agronegócio



EXERCÍCIO – FORMALIZE O SUMÁRIO EXECUTIVO DO PLANO DE NEGÓCIO DA CAFETERIA

Com base no Plano de Negócios exemplificado na aula – a CAFETERIA (de João Pessoa), o que faltou foi o Sumário Executivo. Assim, faça o Sumário Executivo dessa cafeteria, baseado nos dados do Plano de negócio, seguindo o roteiro abaixo:

O sumário executivo é um resumo do **PLANO DE NEGÓCIO**. Não se trata de uma introdução ou justificativa e, sim, de um sumário contendo seus pontos mais importantes. Nele irá constar:

- Resumo dos principais pontos do plano de negócio;
- Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições;
- Dados do empreendimento;
- Missão da empresa;
- Setores de atividades;
- Forma jurídica;
- Enquadramento tributário;
- Capital social;
- Fonte de recursos.

O que precisa te em um SUMÁRIO EXECUTIVO?

