

PLANO DE NEGÓCIO SOCIAL

Gabriel Cardoso

Parte integrante do livro Mude, Você, o Mundo: manual do empreendedorismo social (Editora Lura, 2015)

www.mudevoceomundo.com.br



www.mudevoceomundo.com.br



www.gabrielcardoso.com.br



www.olivromudevoceomundo.com.br



[/gabrielcardoso](https://twitter.com/gabrielcardoso)



br.linkedin.com/in/gcardoso2



[/mudevoceomundo](https://facebook.com/mudevoceomundo)



[/olivromudevoceomundo](https://facebook.com/olivromudevoceomundo)



[/mudevoceomundo](https://twitter.com/mudevoceomundo)



migre.me/qaoDP



gabriel.mudevoceomundo@gmail.com

Sumário

1. Sumário Executivo	1
2. Declaração de problema	1
3. Modelo de impacto pretendido ou cadeia de valor (modelo lógico).....	2
4. Análise de mercado.....	2
5. Plano de Marketing	3
6. Plano operacional.....	3
7. Equipe de trabalho	4
8. Plano de inovação e desenvolvimento	4
9. Plano socioambiental	5
10. Plano financeiro.....	5
11. Plano estratégico.....	6

1. Sumário Executivo

Compreende os principais pontos do empreendimento vindouro e apresenta os aspectos considerados essenciais para o negócio social.

É o momento ideal para prender o leitor e convencê-lo de que o que virá a seguir é uma proposta diferenciada.

Apesar de ser apresentado no início, elabora-se o sumário executivo após a conclusão de todas as outras etapas do Plano.

Itens:

- Problema que será atacado e caracterização dos grupos atingidos;
- Conceito do negócio (capítulo anterior);
- Síntese de projeções financeiras e de crescimento;
- Vantagens competitivas;
- Competências do empreendedor e de sua equipe.

2. Declaração de problema

Etapla em que se explora o problema que você propõe solucionar ou aliviar.

Você deve caracterizá-lo no tempo: como a situação está atualmente e como ficará após a implantação do negócio social.

Itens:

- Localização geográfica do problema e variações existentes em outras regiões;
- Caracterização dos atores atingidos pelo problema;
- Dados que demonstrem o impacto atual do problema;
- Consequências da expansão do problema na sociedade;
- Iniciativas malsucedidas, se existentes, para debelar o problema;
- Provável impacto social do negócio na solução do problema.

3. Modelo de impacto pretendido ou cadeia de valor (modelo lógico)

Não há mistério. Deve-se incluir um modelo lógico do negócio: insumos, atividades, saídas, resultados e impactos do negócio social.

Acrescente nesta etapa as métricas de desempenho social (como será medido o impacto do negócio social?).

Itens:

- Insumos;
- Atividades;
- Saídas;
- Resultados;
- Impactos do negócio social.

4. Análise de mercado

Seu mercado não é como o das empresas tradicionais (aquelas que só buscam lucro). Apesar disso, será um campo de competição comercial.

A análise criteriosa das especificidades do mercado do negócio social é essencial, pois abordará não só os clientes e concorrentes do negócio, como também fornecedores e suas inter-relações.

Itens:

- Clientes-beneficiários (características demográficas, socioeconômicas e psicográficas);
- Concorrentes diretos e indiretos (pode ocorrer que você tenha o Estado e ONGs como concorrentes indiretos);
- Fornecedores: os que fornecem insumos para prestação do serviço ou criação do produto e os que fornecem materiais para a rotina administrativa da organização;
- Tendências econômicas, sociais e políticas;
- Vantagem competitiva (o que te torna melhor do que os concorrentes?).

5. Plano de Marketing

O Marketing é uma função da empresa que se preocupa com a criação, comunicação e entrega de valor para seus clientes e o relacionamento gerado a partir de então.

Normalmente associado à publicidade e propaganda, o Marketing, que é muito mais abrangente, se preocupa com as características dos produtos e serviços ofertados, os preços adequados aos clientes, a localização física da organização, dentre outras atribuições necessárias para que o negócio social entregue valor à sociedade e retribua o empreendedor por isso.

Itens:

- Identidade (logomarca, slogan etc.);
- Caracterização e detalhamento dos bens ou serviços da empresa;
- Estrutura de preços;
- Formas de pagamento, políticas de parcelamento e práticas de desconto;
- Serviços e políticas de garantia;
- Plano de publicidade e propaganda;
- Identificação dos canais de distribuição;
- Localização do negócio;
- Definição de táticas de venda.

6. Plano operacional

Como será o dia a dia da empresa?

O funcionamento diário de um negócio depende da definição clara de sua rotina.

Esta etapa, portanto, definirá todos os processos principais da organização, as instalações físicas, a disposição de máquinas e equipamentos, a capacidade diária de entregar um produto ou serviço, dentre outras questões.

Itens:

- Processos operacionais (principais e de apoio);
- Capacidade operacional (produtiva, de prestação de serviços ou comercial);

- Instalações e benfeitorias;
- Regulamentação e assuntos jurídicos.

7. Equipe de trabalho

Organizações são feitas de pessoas e por pessoas.

Aqui você incluirá o capital humano do negócio social e poderá especificar as funções que serão exercidas por cada um dos integrantes, os perfis que serão necessários entre os futuros colaboradores e até a necessidade ou não de contratação de alguém.

Itens:

- Definição de gestores e hierarquia;
- Organização de cargos, competências necessárias e responsabilidades vinculadas;
- Política de remuneração e benefícios;
- Serviços profissionais terceirizados (contábil, jurídico etc.);
- Necessidade ou não de consultores especializados.

8. Plano de inovação e desenvolvimento

Inovar é preciso!

O desenvolvimento, aprimoramento e inovação de produtos, serviços e processos devem fazer parte da rotina de qualquer organização do século XXI.

Se compararmos a lista das empresas mais valiosas do mundo com a lista das empresas mais inovadoras, veremos que as organizações praticamente são as mesmas. Inovação é o que gera valor e divisas às organizações contemporâneas.

Itens:

- Plano de inovações incrementais;
- Política de criação de novos produtos ou serviços;
- Plano de patentes;
- Estudo de dificuldades e riscos.

9. Plano socioambiental

Não é porque o negócio tem fins sociais que seus meios de funcionamento não irão ser operados com responsabilidade socioambiental.

Os empreendimentos sociais devem cultivar no DNA e na cultura a colaboração com a sociedade e com o meio ambiente, traduzida em ações na rotina e no funcionamento da organização.

Itens:

- Ações de prevenção e redução de impacto ambiental;
- Ações de prevenção e redução de impacto social;
- Políticas sociais para colaboradores;
- Responsabilidade mercadológica;
- Comportamento a ser adotado em caso de trade-off entre impacto social e lucro.

10. Plano financeiro

Como já foi dito, negócios sociais possuem dois pontos de partida: impacto social e viabilidade econômico-financeira.

Se em outras partes do Plano você já pôde detalhar como será o impacto social, é nesta que você desenhará toda a arquitetura econômico-financeira de seu empreendimento.

Itens:

- Custos fixos e variáveis;
- Investimento inicial;
- Projeção de receita;
- Margem bruta, margem de contribuição e margem líquida;
- Ponto de equilíbrio (metas);
- Fluxo de caixa (metas);
- Demonstração de Resultados (DRE);
- Balanço patrimonial projetado;
- Análise de fluxo de caixa projetado;

- Indicadores de desempenho: lucratividade, rentabilidade, payback etc.

11. Plano estratégico

Quem não se lembra daquela cena marcante do filme “Tropa de Elite”, em que o capitão Nascimento, durante a madrugada, leciona a seus futuros soldados o conceito de estratégia? “Em grego, ‘estratégia’, em latim, ‘estrategie’, em francês, ‘stratégie’... Os senhores estão anotando?”

Estratégia, conhecida como a arte do general, é a definição da ação e do caminho mais adequados para alcançar determinado objetivo. Assim, o plano estratégico detalhará a direção e a forma como a empresa irá competir no mercado.

Itens:

- Declaração de missão;
- Declaração de visão;
- Declaração de valores;
- Análise de riscos;
- Análise FOFA (também chamada de SWOT);
- Criação do BSC (Balanced Scorecard).

