

**PRÉ-PLANO DE NEGÓCIOS**

**[NOME DA IDEIA]**

[Número da Ideia]

**ÍNDICE**

[Resumo para Efeitos Promocionais 1](#_Toc198473828)

[Sumário Executivo 2](#_Toc198473829)

[1. Apresentação do Negócio 3](#_Toc198473830)

[1.1. Historial da Ideia e principais objetivos 3](#_Toc198473831)

[1.2. Equipa 3](#_Toc198473832)

[1.3. Forma Jurídica 3](#_Toc198473833)

[1.4. Localização e Instalações 3](#_Toc198473834)

[1.5. Missão 3](#_Toc198473835)

[1.6. Maturidade da ideia e passos para a introdução no mercado 3](#_Toc198473836)

[2. Produto(s) e Serviço(s) 4](#_Toc198473837)

[2.1. Descrição do(s) produto(s)/serviço(s) 4](#_Toc198473838)

[2.2. Inovação do projeto e vantagens distintivas do(s) produto(s)/serviço(s) 4](#_Toc198473839)

[3. Análise de Mercado 5](#_Toc198473840)

[3.1. Evolução Previsional do Sector 5](#_Toc198473841)

[3.1. Mercado Alvo 5](#_Toc198473842)

[3.2. Concorrência 5](#_Toc198473843)

[4. Plano de Marketing 6](#_Toc198473844)

[4.1. Produto(s)/Serviço(s) 6](#_Toc198473845)

[4.2. Política de Preço 6](#_Toc198473846)

[4.3. Distribuição 6](#_Toc198473847)

[4.4. Comunicação 6](#_Toc198473848)

[5. Análise SWOT 7](#_Toc198473849)

[6. Plano Financeiro 8](#_Toc198473850)

[6.1. Investimento e Calendarização 8](#_Toc198473851)

[6.2. Financiamento 9](#_Toc198473852)

[6.3. Gastos 9](#_Toc198473853)

[6.4. Rendimentos 10](#_Toc198473854)

# Resumo para Efeitos Promocionais

|  |
| --- |
| **INSTRUÇÕES**: por favor insira uma descrição sumária dos seguintes aspetos da ideia de negócio: (I) nome, produto/serviço e missão, (II) mercado e estratégia de comercialização, (III) organização do negócio e promotores.  Em conformidade com o nº 4 do Art. 9º do Regulamento do Concurso Ideias em Caixa, a informação incluída nesta secção poderá ser livremente utilizada pela Organização do Concurso Ideias em Caixa para efeitos promocionais.  *Nota: O texto não pode exceder 1500 caracteres, incluindo espaços.* |
|  |

# Sumário Executivo

*Nota: Esta secção não pode exceder uma página de texto.*

**INSTRUÇÕES**: O Sumário Executivo é o cartão de visita do projeto, que deve despertar o interesse de quem o lê (e.g., potenciais investidores, analistas, parceiros de negócio). Sumarize os pontos mais relevantes, referindo-se nomeadamente a: (I) produto/serviço e missão, (II) mercado e estratégia de comercialização, (III) organização do negócio e promotores, (IV) abordagem ao mercado, e (VI) aspetos financeiros.

# 1. Apresentação do Negócio

*Nota: Os pontos 1.1 a 1.6 não podem exceder, no seu conjunto, duas páginas de texto.*

## 1.1. Historial da Ideia e principais objetivos

**INSTRUÇÕES:** Refira sucintamente o historial da ideia de negócio, e os objetivos principais da atividade (p.e., colmatar uma determinada lacuna no mercado, conquistar um determinado mercado, etc.).

## 1.2. Equipa

**INSTRUÇÕES:** Apresente a equipa de projeto, nomeadamente as competências e experiências de cada elemento com relevância para a atividade da empresa.

## 1.3. Forma Jurídica

**INSTRUÇÕES:** Apresente a denominação da empresa (**nome do projeto e/ou marca/designação comercial** sob a qual será conhecido) e identifique a **forma Jurídica a adotar** (sociedade por quotas, Sociedade Anónima, Empresário em Nome Individual, etc.).

## 1.4. Localização e Instalações

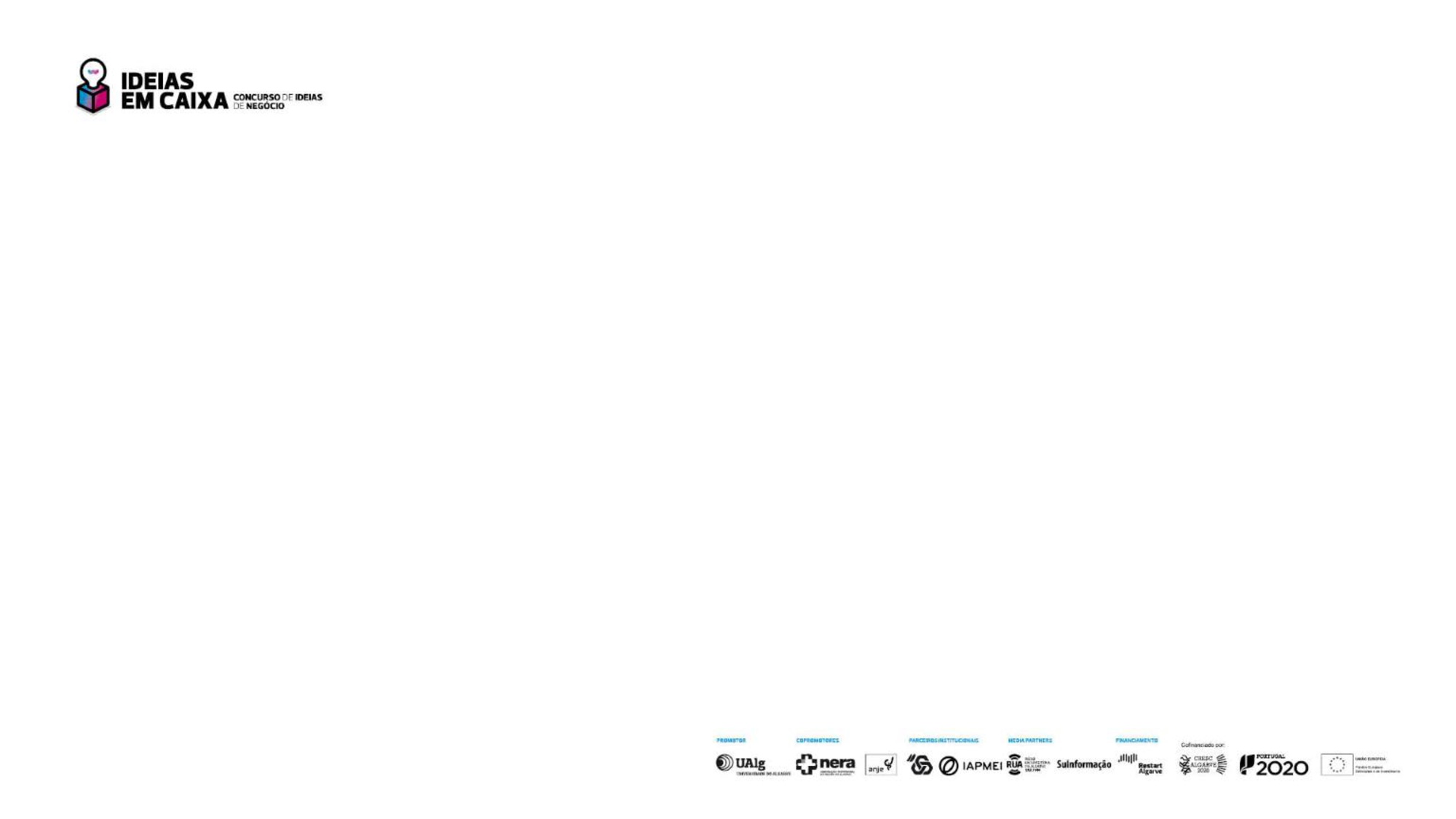
**INSTRUÇÕES:** Refira o local onde pretende instalar a empresa, e caracterize o tipo de instalações necessita (p.e. sede e/ou instalações produtivas e/ou lojas e/ou terrenos).

## 1.5. Missão

**INSTRUÇÕES:** Responda à questão: 'Qual é a atividade da empresa, e a quem se destinam os produtos/serviços?'. Este ponto está relacionado com o ponto 2.1. A missão deve ser clara, simples, objetiva e sucinta. (duas frases no máximo).

## 1.6. Maturidade da ideia e passos para a introdução no mercado

**INSTRUÇÕES:** Descreva o estado de maturidade da ideia de negócio (e.g. em desenvolvimento, empresa em fase de constituição, mencionando os aspetos a ter em conta no desenvolvimento do projeto até à sua implementação no mercado.



# 2. Produto(s) e Serviço(s)

*Nota: Os pontos 2.1 e 2.2 não podem exceder, no seu conjunto, três páginas de texto.*

## 2.1. Descrição do(s) produto(s)/serviço(s)

**INSTRUÇÕES:** Descreva detalhadamente o(s) produto(s)/serviço(s) que pretende oferecer. No caso de negócios que envolvem produção de produtos físicos, detalhe o processo produtivo referindo as suas componentes principais (e.g., produção própria/subcontratada, maquinaria e outros recursos associados, definição dos processos, matérias intermédias necessárias, técnicas/tecnologias). No caso de negócios de prestação de serviços, detalhe o modo como irá prestar o serviço. Este ponto tem relação com o ponto 4.1.

## 2.2. Inovação do projeto e vantagens distintivas do(s) produto(s)/serviço(s)

**INSTRUÇÕES:** Refira e justifique o grau de inovação do projeto (ao nível da região, país, ou mundo). Responda à pergunta “porque é que o cliente vai comprar o meu produto/serviço?”, explicitando as diferenças e vantagens do seu produto/serviço relativamente aos concorrentes. Este ponto tem relação com o ponto 3.2.

# 3. Análise de Mercado

*Nota: Os pontos 3.1, 3.2 e 3.3 não podem exceder, no seu conjunto, duas páginas de texto.*

## 3.1. Evolução Previsional do Sector

**INSTRUÇÕES:** Enquadre o negócio no sector de atividade, referindo oportunidades e dificuldades identificadas.

## 3.1. Mercado Alvo

**INSTRUÇÕES:** Identifique o leque de potenciais clientes, definindo os segmentos-alvo preferenciais, de acordo com os critérios de segmentação relevantes para o negócio.Procure quantificar/justificar/validar os números apresentados com recurso a dados estatísticos relevantes (quando disponíveis). **Mercado potencial**: é constituído por todos os clientes ou agentes que estão em condições de consumir o produto/serviço. **Cliente(s) ou mercado(s) alvo**: é(são) o(s) segmento(s) específico(s) de cliente(s) que a empresa pretende atingir (caracterizados de acordo com a idade, sexo, poder de compra, tendências, necessidades, etc).

## 3.2. Concorrência

**INSTRUÇÕES:** Identifique os seus concorrentes diretos e indiretos (quem são, quantos são), e descreva o modo como operam (o que vendem, a que preço vendem, como vendem, onde vendem, que publicidade fazem). Esta análise vai contribuir para definir melhor a inovação e vantagens distintivas do(s) seu(s) produto(s)/serviço(s).

# 4. Plano de Marketing

*Nota: Os pontos 4.1, 4.2, 4.3 e 4.4 não podem exceder, no seu conjunto, duas páginas de texto.*

## 4.1. Produto(s)/Serviço(s)

**INSTRUÇÕES:** Faça um resumo das características do(s) produto(s)/serviço(s) identificados no ponto 2.1., para enquadrar os restantes itens do plano de marketing.

## 4.2. Política de Preço

**INSTRUÇÕES:** Apresente a(s) política(s) de preços para cada segmento de mercado identificado na Secção 2.1 (e.g. descontos, promoções, formas e prazos de pagamento).

## 4.3. Distribuição

**INSTRUÇÕES:** Defina os canais de vendas que serão explorados (e.g., diretos – vendedores, telefone, loja própria, indiretos – parceiros de distribuição).

## 4.4. Comunicação

**INSTRUÇÕES:** Refira-se ao(s) modo(s) como irá promover o(s) produto(s)/serviço(s) (e.g. promoção de vendas, publicidade, força de vendas, relações-públicas, marketing direto, canais digitais, redes sociais).

# 5. Análise SWOT

*Nota: O ponto 5 não pode exceder uma página de texto.*

**INSTRUÇÕES:** Pontos Fortes e fracos são fatores internos à empresa (controláveis), p.e. o número e características dos colaboradores. Oportunidades e ameaças são fatores externos à empresa (não são controláveis), e.g. o clima, ou a conjuntura económica.

|  |  |
| --- | --- |
| **Pontos Fortes** (3 itens máx.) | **Pontos Fracos** (3 itens máx.) |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Oportunidades** (3 itens máx.) | **Ameaças** (3 itens máx.) |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

# 6. Plano Financeiro

**INSTRUÇÕES:** As projeções financeiras são um elemento vital para a determinar a viabilidade do projeto e a sua atratividade para parceiros e potenciais investidores, deverão ser suficientemente otimistas, e revelar alguma parcimónia. **Justifique, sempre que possível, e com um pequeno texto explicativo antes de cada tabela, os pressupostos em que se baseou para calcular os valores apresentados.**

## 6.1. Investimento e Calendarização

Data prevista para a constituição formal da empresa: [dd-mm-aaaa]

Data prevista para o arranque da atividade / início dos investimentos: [dd-mm-aaaa]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Itens de Investimento (designação)** | **Ano 1** | **Ano 2** | **Ano 3** | **Total** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **Investimento Total** |  |  |  |  |

## 6.2. Financiamento

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Itens** | **Ano 1** | **Ano 2** | **Ano 3** | **Total** |
| **Capitais Próprios** |  |  |  |  |
| **Capitais Alheios** |  |  |  |  |
| Empréstimos de Sócios |  |  |  |  |
| Financiamento Bancário |  |  |  |  |
| Subsídios |  |  |  |  |
| Outros |  |  |  |  |
| **Financiamento Total** |  |  |  |  |

*Nota: Total do Investimento = Total do Financiamento*

## 6.3. Gastos

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Itens** | **Média**  **Mensal** | **Ano 1** | **Ano 2** | **Ano 3** |
| **Custos Variáveis** |  |  |  |  |
| Mercadorias |  |  |  |  |
| Matérias-Primas |  |  |  |  |
| Recursos Humanos (comissões, prestadores de serviços…) |  |  |  |  |
| Outros |  |  |  |  |
| **Subtotal** |  |  |  |  |
| **Custos Fixos** |  |  |  |  |
| Material Escritório |  |  |  |  |
| Consumos (energia, água, comunicações, higiene…) |  |  |  |  |
| Mobilidade (combustíveis, transportes, alojamento…) |  |  |  |  |
| Rendas |  |  |  |  |
| Recursos Humanos (remunerações fixas) |  |  |  |  |
| Outros (seguros, royalties, juros…) |  |  |  |  |
| **Subtotal** |  |  |  |  |
| **Custos totais** |  |  |  |  |

## 6.4. Rendimentos

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Mapa de Vendas Anual** | **Ano 1** | **Ano 2** | **Ano 3** |
| **Produto/Serviço 1 (Designação)** |  |  |  |
| Vendas (Quantidade) |  |  |  |
| Taxa Crescimento Vendas |  |  |  |
| Preço Unitário |  |  |  |
| **Volume de Negócios Produto/Serviço (1)** |  |  |  |
| **Produto/Serviço 2 (Designação)** |  |  |  |
| Vendas (Quantidade) |  |  |  |
| Taxa Crescimento Vendas |  |  |  |
| Preço Unitário |  |  |  |
| **Volume de Negócios Produto/Serviço (2)** |  |  |  |
| **Produto/Serviço 3 (Designação)** |  |  |  |
| Vendas (Quantidade) |  |  |  |
| Taxa Crescimento Vendas |  |  |  |
| Preço Unitário |  |  |  |
| **Volume de Negócios Produto/Serviço (3)** |  |  |  |
| **Produto/Serviço 4 (Designação)** |  |  |  |
| Vendas (Quantidade) |  |  |  |
| Taxa Crescimento Vendas |  |  |  |
| Preço Unitário |  |  |  |
| **Volume de Negócios Produto/Serviço (4)** |  |  |  |
| **Volume de Negócios (1+2+3+4)** |  |  |  |