



BUSINESS LAB 2 | DA IDEIA AOS PRIMEIROS EUROS



# Semana do Empreendedor

Universidade do Algarve

**17 a 23** de junho de 2017



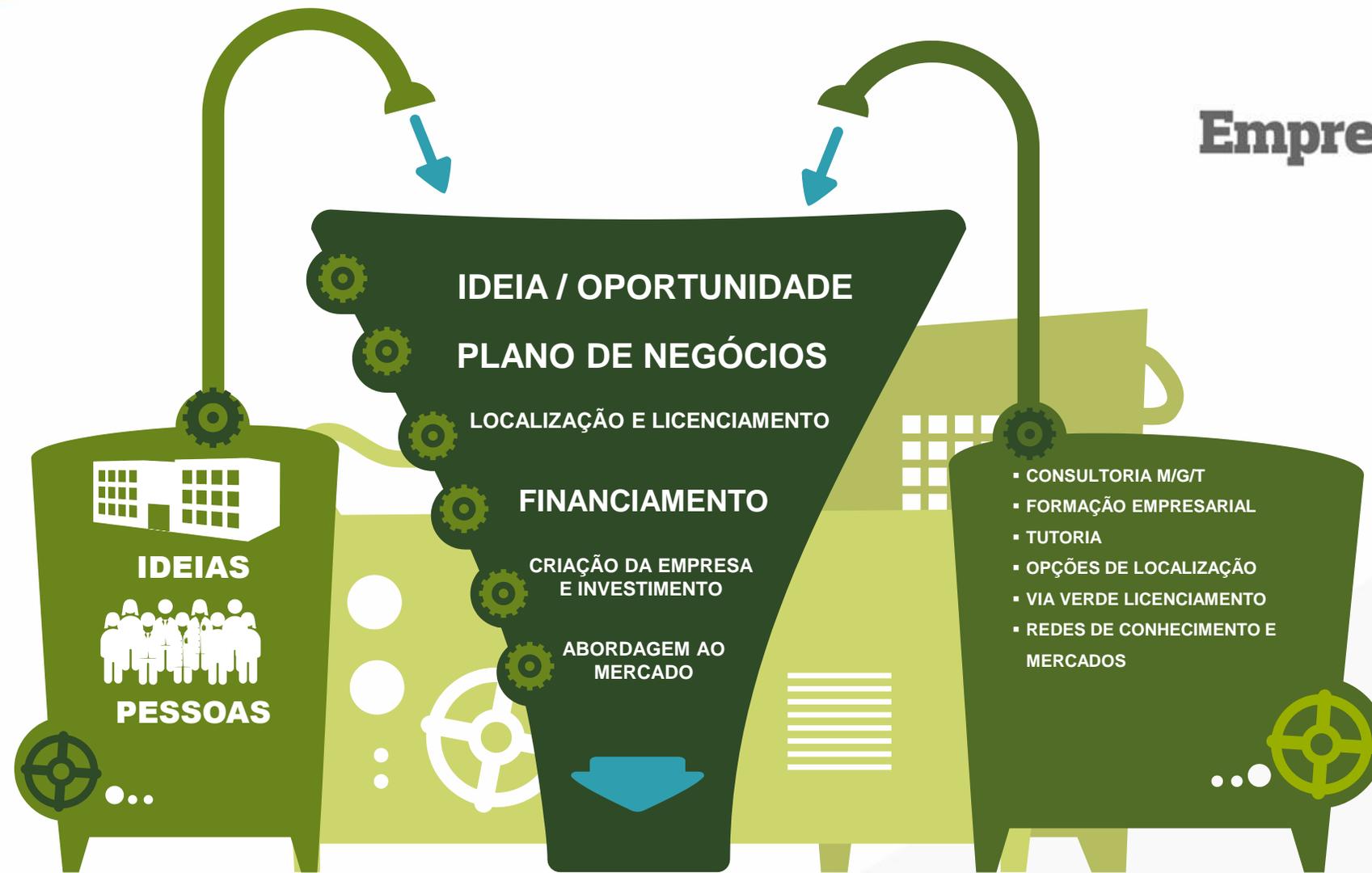


## DA IDEIA AOS PRIMEIROS EUROS | PRINCIPAIS ETAPAS NA CRIAÇÃO DE UM NEGÓCIO

*Só sei que um dia tive uma ideia. Como não sou de ficar parado e sou um sonhador, meti mãos ao caminho. Houve alguém que disse que eu era um empreendedor. Sinceramente, nunca tinha ouvido falar disso, nem sabia o que isso era. Ainda por cima, em inglês tem um nome ainda mais esquisito, “Entrepreneur”.*

*Mas enfim, um tipo não pensa nessas coisas. Tem um sonho ou uma ideia, nem sei bem, é meio louco e avança. E, quando avança, avança com tudo, de corpo e alma. Não sei bem se mais com corpo ou mais com alma, mas avança. E vai avançando, vai partindo tudo o que lhe aparece à frente, com os sonhos e ideias que teve e que tem.*

*Luis Ahrens Teixeira, Sócio-gerente da Herdade Cortesia Hotel*



**EMPREGO**



**NOVOS PRODUTOS  
E SERVIÇOS**



# “O” OU “UM” PROJETO DE VIDA



APOIO À CRIAÇÃO  
DE EMPRESAS  
INOVADORAS

PROMOTORES



PARCEIROS  
INSTITUCIONAIS



MEDIA  
PARTNERS



Suinformação

FINANCIAMENTO





# CONTABILIDADE PESSOAL

## TEM A CERTEZA?



SEM UM PLANO DE NEGÓCIOS POUCO OU NADA ACONTECE!



APOIO À CRIAÇÃO  
DE EMPRESAS  
INOVADORAS

PROMOTORES



PARCEIROS  
INSTITUCIONAIS



MEDIA  
PARTNERS



Suinformação

PUBLICIDADE





# QUESTÕES, REFLEXÃO E DECISÕES



APOIO À CRIAÇÃO  
DE EMPRESAS  
INOVADORAS

PROMOTORES



PARCEIROS  
INSTITUCIONAIS



MEDIA  
PARTNERS



Suinformação

PUBLICIDADE





# AFINAL O QUE É UM PLANO DE NEGÓCIOS?



APOIO À CRIAÇÃO  
DE EMPRESAS  
INOVADORAS

PROMOTORES



PARCEIROS  
INSTITUCIONAIS



MEDIA  
PARTNERS



Suinformação

PUBLICIDADE





# 25/35 PÁG, ELABORADO PELO PROMOTOR, EQUIPA E APOIO ESPECIALIZADO



## PARA QUE SERVE O PN?

1. AMADURECER A IDEIA/PROJECTO, ANALISAR PONTOS FRACOS E FORTES, DEFINIR ESTRATÉGIA DO NEGÓCIO, AVALIAR MONTANTES ENVOLVIDOS E ANALISAR VIABILIDADE;
2. APRESENTAR O NEGÓCIO A TERCEIROS (PARCEIROS, FINANCIADORES, COLABORADORES, CLIENTES);
3. “GUIÃO DE BORDO” DURANTE O DESENVOLVIMENTO DO NEGÓCIO.

## EXEMPLO ESTRUTURA

### SUMÁRIO EXECUTIVO

#### 1. APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO

1.1. HISTORIAL DA IDEIA E PRINCIPAIS OBJETIVOS

1.2. EQUIPA

1.3. FORMA JURÍDICA

1.4. LOCALIZAÇÃO

1.5. MISSÃO

1.6. MATURIDADE DA IDEIA E PASSOS PARA A INTRODUÇÃO NO MERCADO

#### 2. PRODUTO(S) E SERVIÇO(S)

2.1. DESCRIÇÃO DO(S) PRODUTO(S)/SERVIÇO(S)

2.2. INOVAÇÃO DO PROJETO E VANTAGENS DISTINTIVAS DO(S) PRODUTO(S)/SERVIÇO(S)

#### 3. ANÁLISE DE MERCADO

3.1. EVOLUÇÃO PREVISIONAL DO SECTOR

3.1. MERCADO ALVO

3.2. CONCORRÊNCIA

#### 4. PLANO DE MARKETING

4.1. PRODUTO(S)/SERVIÇO(S)

4.2. POLÍTICA DE PREÇO

4.3. DISTRIBUIÇÃO

4.4. COMUNICAÇÃO

#### 5. ANÁLISE SWOT

#### 6. PLANO FINANCEIRO



## 6. PLANO FINANCEIRO

- 6.1. VOLUME DE NEGÓCIOS
- 6.2. CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS E MATÉRIAS CONSUMIDAS
- 6.3. FORNECIMENTO E SERVIÇOS EXTERNOS
- 6.4. CUSTOS COM PESSOAL
- 6.5. FUNDO DE MANEIO
- 6.6. INVESTIMENTO
- 6.7. FINANCIAMENTO
- 6.8. PONTO CRITICO
- 6.9. DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS
- 6.10. CASH FLOW
- 6.11. BALANÇO
- 6.12. INDICADORES



BUSINESS LAB 2 | DA IDEIA AOS PRIMEIROS EUROS



# Semana do Empreendedor

Universidade do Algarve

**17 a 23** de junho de 2017

