

MODELO DE PLANO DE NEGÓCIOS

ESTRUTURA

- Sumário executivo
- Histórico dos promotores
- Projecto
 - Apresentação do projecto
 - Actividades a serem desenvolvidas e fases de implementação do projecto
 - Factores críticos no desenvolvimento do projecto
- Mercado potencial e estratégia comercial
 - Apresentação do mercado potencial
 - Apresentação da estratégia comercial
- Meios de produção necessários
- Análise económica e financeira

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Objectivo: Descrever um sumário de todo o plano de negócio em não mais de 1300 caracteres.

Pontos essenciais a focar:

- Qual é o nome do negócio e a sua área de actividade?
- Qual é o âmbito do negócio e o mercado potencial para os seus produtos?
- Porque constitui uma proposta inovadora e vencedora?
- Quais os recursos humanos e financeiros necessários e como serão financiados?
- Quais os prazos previstos para apresentar os principais resultados?
- Qual o prazo previsto para obter retorno do investimento?
- Quais são os pontos fortes e fracos do projecto?
- Quais as referências do(s) promotor(es) e a sua experiência relevante para o projecto?

2. HISTÓRICO DOS PROMOTORES

Objectivo: Dar a conhecer o Curriculum do(s) promotor(es) e as suas competências para gerir o projecto em não mais de 300 caracteres por promotor, não devendo ultrapassar os 900 caracteres no total.

3. PROJECTO

3.A. APRESENTAÇÃO DO PROJECTO

Objectivo: Dar a conhecer o projecto bem como a sua viabilidade em não mais de 600 caracteres.

3.B. ACTIVIDADES A SEREM DESENVOLVIDAS E FASES DE IMPLEMENTAÇÃO DO PROJECTO

Objectivo: Dar a conhecer o cronograma das fases de implementação do projecto, actividades a desenvolver e respectivos custos estimados, em não mais de 600 caracteres.

3.C. FACTORES CRÍTICOS NO DESENVOLVIMENTO DO PROJECTO

Objectivo: Identificação de factores críticos ao sucesso da implementação e desenvolvimento do projecto, em não mais de 300 caracteres.

4. MERCADO POTENCIAL E ESTRATÉGIA DE IMPLEMENTAÇÃO

4.A. APRESENTAÇÃO DO MERCADO POTENCIAL

Objectivo: Caracterizar e quantificar o mercado de actuação em não mais de 2500 caracteres.

Pontos essenciais a focar:

- Dimensão (caracterização do tamanho total do mercado em potencial de consumo do produto em unidades e em valor por ano numa zona geográfica específica)
- Estádio de desenvolvimento (embrionário, em crescimento, maduro ou em declínio)
- Tipologia dos clientes-alvo (caracterização dos clientes-alvo e suas necessidades)
- Caracterização e quantificação da concorrência

4.B. APRESENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA DE IMPLEMENTAÇÃO

Objectivo: Caracterizar a estratégia de implementação em não mais de 2500 caracteres.

Pontos essenciais a focar:

- Definição da estratégia de produção e de comercialização;

- Apresentação dos custos necessários à produção e definição da estratégia de preços – caso o produto seja inovador, utilizar a criação de valor acrescentado que o produto irá trazer ao consumidor como base de afinação do preço;
- Estratégia e investimento em marketing;
- Definição de canais de distribuição e venda;

5. MEIOS DE PRODUÇÃO NECESSÁRIOS

Objectivo: Descrição do processo produtivo físico bem como dos materiais, equipamentos e demais recursos necessários. Detalhar as diversas componentes em não mais de 3800 caracteres.

Pontos essenciais a focar:

- Apresentação do racional comparativo entre produção própria e sub-contratação;
- Caracterização dos equipamentos e recursos humanos necessários, bem como quantificação do respectivo custo de aquisição/aluguer (incluindo a comparação das hipóteses de compra *versus* aluguer de máquinas) e de funcionamento (custos associados com o funcionamento de equipamentos tais como energia, manutenção, entre outros);
- Identificação de mecanismos de controlo de produção (gestão de stocks, matérias-primas e produtos acabados);
- Programa de produção (esquema temporal de produção, desde a stockagem da matéria-prima à expedição do produto acabado para o cliente).

6. ANÁLISE ECONÓMICA E FINANCEIRA

Objectivo: Caracterizar a origem dos fundos para financiar o projecto e estimar a sua performance económica nos 5 anos seguintes ao seu lançamento.

Apresentação dos seguintes quadros preenchidos:

Fontes de financiamento

Fontes de Financiamento (U.m.: €)	Ano de Arranque (n)	n + 1	n + 2	n + 3	n + 4	n + 5
Meios Libertos						
Capital						
Outros instrumentos de capital						
Empréstimos de Sócios						
Financiamento bancário e outras Inst. Crédito						
Subsídios						

TOTAL						
-------	--	--	--	--	--	--

Demonstração dos resultados

Demonstração dos resultados (U.m.: €) (+) → valor positivo / (-) → valor negativo	Ano de Arranque (n)	n + 1	n + 2	n + 3	n + 4	n + 5
Vendas e serviços prestados (+)						
Subsídios à Exploração (+)						
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos (+/-)						
Custo das Matérias Vendidas e Consumidas - CMVMC (-)						
Fornecimento e serviços externos (-)						
Gastos com o pessoal (-)						
Imparidade de inventários (perdas/reversões) (-/+)						
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões) (-/+)						
Provisões (aumentos/reduções) (-/+)						
Imparidade de investimentos não depreciables/amortizáveis (perdas/reversões) (-/+)						
Aumentos/reduções de justo valor (+/-)						
Outros rendimentos e ganhos (+)						
Outros gastos e perdas (-)						
1 - EBITDA (Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos) (somatório das rubricas anteriores)						
2 - Gastos/reversões de depreciação e amortização (-/+)						
3 - Imparidade de activos depreciables/amortizáveis (perdas/reversões) (-/+)						
4 - EBIT (Resultado Operacional) (1+2+3)						
5 - Juros e rendimentos similares obtidos (+)						
6 - Juros e gastos similares suportados (-)						
7 - RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS (4+5+6)						
8 - Imposto sobre o rendimento do período (-)						
9 - RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO (7+8)						