

## PLANO SUCINTO DE NEGÓCIO

### 1. IDENTIFICAÇÃO DO PROJECTO

Título do projecto:		
Nome do responsável:		
Contacto telefónico		Email:

#### 1.1. Descrição sumária da Ideia de Negócio e suas características inovadoras

*(Descreva sumariamente a sua Ideia de Negócio, destacando as principais características inovadoras (científica, tecnológica, de mercado), do produto/serviço, processo ou modelo de negócio. Entende-se por inovação qualquer aspecto considerado como novo pelo eventual utilizador/ mercado, capaz de garantir diferenciação face aos concorrentes)*

### 2. PRODUTO/SERVIÇO

#### 2.1. Descrição

*(Descrever, sucintamente, o produto/serviço que se pretende produzir/prestar, enunciando as suas principais características e o grau de desenvolvimento no momento)*

## **2.2. Produtos concorrentes/substitutos/complementares**

*(Identificação de todos aqueles produtos que possam satisfazer a mesma necessidade para a qual foi criado o produto. Ao mesmo tempo, dever-se-ão identificar todos os produtos que lhe sejam complementares)*

## **2.3. Vantagens/ desvantagens competitivas**

*(Entende-se por vantagem/desvantagem competitiva as características ou atributos possuídos (ou não) por um produto que lhe confere uma certa superioridade (ou limitação) sobre os seus concorrentes)*

### 3. MERCADO

#### 3.1. Perfil dos clientes-alvo

*(Entende-se por clientes-alvo aqueles que a empresa pretende servir e que poderão proporcionar os maiores ganhos. Caracterize-os, justificando com base em critérios comportamentais, demográficos, de localização geográfica, de benefícios procurados no produto, de necessidades a satisfazer ou padrões de utilização)*

#### 3.2. Dimensão e potencial de crescimento

*(Estimar a procura do mercado, tendo em atenção que este é o conjunto de compradores actuais e potenciais para um dado produto.)*

### **3.3. Pesquisa de Mercado**

*(Refira as iniciativas tendentes a recolher e processar informação sobre o mercado, clientes e segmentação, bem como os contactos estabelecidos com potenciais clientes ou parceiros e as respectivas conclusões, no sentido de avaliar a aceitação do produto)*

## **4. CONCORRENTES**

### **4.1. Identificação e Caracterização**

*(Identificação dos concorrentes actuais e potenciais assim como a avaliação dos mesmos. Esta avaliação compreende a análise das linhas de produtos e serviços oferecidos, preços, publicidade e promoções desenvolvidas, canais de distribuição utilizados)*

#### 4.2. Vantagens/Desvantagens face à concorrência

*(Identifique as vantagens/desvantagens internas da empresa proposta em relação às empresas concorrentes, nas áreas de I&D, processo, distribuição, organização, vendas, serviço, ...)*

VANTAGENS	DESVANTAGENS

#### 5. MEIO ENVOLVENTE

##### 5.1. Oportunidades/ Ameaças

*(As Oportunidades são possibilidades percebidas na envolvente externa, que, em resultado de acções empreendidas podem ser convertidas em benefícios para a empresa. Uma Ameaça refere-se a um desafio ou tendência desfavorável que poderá afectar negativamente a actividade da empresa se não forem adoptadas acções defensivas)*

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS

## 5.2. Cenários futuros/tendências

*(Quais os cenários futuros expectáveis - económicos, políticos, legais, sociológicos, culturais, tecnológicos - a que empresa poderá ter que se adaptar)*

## 6. EXEQUIBILIDADE DE MARKETING

### 6.1. Posicionamento

*(O posicionamento visa definir a forma como a empresa pretende ser percebida pelos clientes face aos concorrentes – Valor, preço, qualidade, status, estética, facilidade de uso, rapidez...)*

## **6.2 Marketing-mix**

*(As questões seguintes visam concretizar as opções de posicionamento definidas no ponto anterior)*

### **6.1.1. Produto**

*( Produto: que características físicas? Marca: como identificar e diferenciar? Embalagem: como proteger e aumentar a agressividade comercial? Serviço: como aumentar a performance? Garantia? Design?)*

### **6.1.2. Preço**

*(O preço de um produto ou serviço deve estar situado entre o custo total (monetário, psicológico, tempo) e o valor que o cliente lhe atribui (status, desempenho, qualidade...) e está disposto a pagar. Será necessário justificar os critérios utilizados)*





### **6.1.3. Canais de distribuição**

*(Os canais de distribuição são os meios através dos quais os produtos ou serviços fluem das organizações onde são produzidos até ao ponto onde são adquiridos para utilização ou consumo final.)*

### **6.1.4. Comunicação**

*(A variável comunicação tem como principais funções influenciar o processo da decisão de compra e o comportamento do cliente fazendo-o tomar consciência dos benefícios da oferta para satisfação das suas necessidades. Assim, deverão ser apresentados os métodos de comunicação através dos quais se pretende comunicar com o consumidor)*

## 6.2. Previsões de vendas

*(Quantidades e/ ou valores, apresentando os pressupostos em que se baseou para o respectivo cálculo)*

## 7. EXEQUIBILIDADE AO NÍVEL DAS OPERAÇÕES

### 7.1. Processos e capacidade/ Tecnologia

*(Identifique os principais processos para a produção de produtos e/ou fornecimento de serviços e respectivas capacidades, bem como as tecnologias utilizadas no projecto, especificando a sua adequação para os objectivos do mesmo)*

## **7.2. Recursos Humanos**

*(Número de colaboradores, perfil, qualificações, competências necessárias, regime de contratação...)*

## **7.3. Localização das instalações (justificação)**

#### **7.4. Cadeia de valor**

*(Descrição das etapas e ligações ao longo de todo o processo susceptíveis de criar riqueza. Marketing, desenvolvimento de produto, Fornecimentos, processo, distribuição, Cliente)*

#### **8. IMPACTO SÓCIO-ECONÓMICO**

*(Comentar referindo-se às seguintes questões: geração de emprego qualificado; parcerias tecnológicas e de negócio; Sinergias com outras actividades e Potencial de crescimento)*

**9. IDENTIFICAÇÃO DOS PROMOTORES**  
 (ANEXAR CURRICULUM VITAE)

Promotor 1:	
Descreva sumariamente a sua experiência profissional?	
Qual o grau de envolvimento na implementação e desenvolvimento das actividades do projecto?	
Descreva as suas principais competências e a sua aplicação ao projecto.	

Promotor 2:	
Descreva sumariamente a sua experiência profissional?	
Qual o grau de envolvimento na implementação e desenvolvimento das actividades do projecto?	
Descreva as suas principais competências e a sua aplicação ao projecto.	

--

Promotor 3:	
Descreva sumariamente a sua experiência profissional?	
Qual o grau de envolvimento na implementação e desenvolvimento das actividades do projecto?	
Descreva as suas principais competências e a sua aplicação ao projecto.	

Promotor 4:	
Descreva sumariamente a sua experiência profissional?	
Qual o grau de envolvimento na implementação e desenvolvimento das actividades do projecto?	
Descreva as suas principais competências e a sua aplicação ao projecto.	

**9.1. Complementaridade dos promotores e formas suprimento das competências em falta (competências externas)**