

1.0

PLANO DE NEGÓCIO

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

Poliempreende
Projetos de Vocação Empresarial



TÍTULO DO PROJETO

NOME DO RESPONSÁVEL

CONTACTO TELEFÓNICO

E-MAIL



COMPETE
2020

PORTUGAL
2020



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

(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)

PRODUTO ☐SERVIÇO ☐

(PODE MARCAR OS 2 BOTÕES)

ENQUADRADO EM:

- ☐ INDÚSTRIAS CRIATIVAS
- ☐ INDÚSTRIAS TECNOLÓGICAS
- ☐ DESAFIOS AMBIENTAIS
- ☐ SAÚDE E BEM-ESTAR
- ☐ _____

ORIENTAÇÃO:

- ☐ PARA O CONTROLO DE CUSTOS
- ☐ PARA A CRIAÇÃO DE VALOR

(PODE MARCAR MAIS DO QUE 1 BOTÃO)

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

PROPORCIONA:

- ☐ GANHO/ACRÉSCIMO
- ☐ SOLUÇÃO DE PROBLEMAS
- ☐ AJUDA EM PROCESSO/TAREFAS

INOVAÇÃO:

- ☐ RADICAL
- ☐ INCREMENTAL
- ☐ CONTEXTUAL

(PODE MARCAR MAIS DO QUE 1 BOTÃO)

*(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)*

PRODUTOS E/OU SERVIÇOS

CONCORRENTES

SUBSTITUTOS

COMPLEMENTARES

(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)

OFERTAS

VANTAGENS

DESVANTAGENS

CONCORRENTE 1

CONCORRENTE 2

CONCORRENTE 3

(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)

SEGMENTOS DE CLIENTES

NECESSIDADES/EXPETATIVAS

PERFIL DOS SEGMENTOS ALVO

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

SEGMENTOS DE CLIENTES

OFERTAS
PRODUTOS E/OU SERVIÇOSQUANTIDADES
REAISQUANTIDADES
POTENCIAIS

NOTAS

(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)

DESCRIÇÃO

(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)

CONCORRENTES ATUAIS

PRODUTOS/SERVIÇOS

PREÇOS

COMUNICAÇÃO

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

CONCORRENTES
POTENCIAIS

PRODUTOS/SERVIÇOS

PREÇOS

COMUNICAÇÃO

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

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

TEMÁTICAS

- ☐ I&DIT
- ☐ ORGANIZAÇÃO
- ☐ LOGÍSTICA
- ☐ PRODUÇÃO
- ☐ DISTRIBUIÇÃO
- ☐ VENDAS
- ☐ MARKETING
- ☐ SERVIÇOS
- ☐ TICE
- ☐ RECURSOS HUMANOS
- ☐ FINANÇAS
- ☐ ENGENHARIA
- ☐ DESIGN
- ☐ LÍNGUAS
- ☐ -----

(PODE MARCAR MAIS DO QUE 1 BOTÃO)

VANTAGENS

DESVANTAGENS

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

OPORTUNIDADES

AMEAÇAS

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

CENÁRIOS IDENTIFICADOS

DESCRIÇÃO

- ☐ ECONÓMICOS
- ☐ POLÍTICOS
- ☐ LEGAIS
- ☐ SOCIAIS
- ☐ CULTURAIS
- ☐ TECNOLÓGICOS
- ☐ MODAS/TENDÊNCIAS
- ☐ -----
- ☐ -----

(PODE MARCAR MAIS DO QUE 1 BOTÃO)

(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...)

POSICIONAMENTO

DESCRIÇÃO

- ☐ VALOR
- ☐ PREÇO
- ☐ QUALIDADE
- ☐ STATUS
- ☐ SEGURANÇA
- ☐ DESIGN
- ☐ UTILIZAÇÃO
- ☐ DESEMPENHO
- ☐ POUPANÇA
- ☐ _____
- ☐ _____

(PODE MARCAR MAIS DO QUE 1 BOTÃO)

6.2

EXEQUIBILIDADE DE MARKETING

MARKETING-MIX 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?)

CARATERÍSTICAS PRESENTES

DESCRIÇÃO

PRODUTO

☐ CARATERÍSTICAS FÍSICAS

MARCA

☐ IDENTIFICAÇÃO

☐ DIFERENCIAÇÃO

EMBALAGEM

☐ PROTEÇÃO

☐ INCISIVIDADE

SERVIÇO

☐ PERFORMANCE

☐ GARANTIA

☐ DESIGN

(PODE MARCAR MAIS DO QUE 1 BOTÃO)

(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)

PRODUTOS
SERVIÇOS

CUSTO
TOTAL

PREÇO DA
CONCORRÊNCIA

PREÇO ACEITE
PELO CLIENTE

PREÇO DA
EMPRESA

NOTAS

(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.)

PRODUTOS
SERVIÇOS

LOGÍSTICA

PONTOS DE VENDA

E-COMMERCE

NOTAS

(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)

PRODUTOS
SERVIÇOS

ESTRATÉGIA E MIX DE COMUNICAÇÃO

CANAIS

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

PRODUTOS
SERVIÇOS

QUANTIDADE

PREÇO
UNITÁRIO

VALOR

PRESSUPOSTOS

(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 objetivos do mesmo)

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

FUNÇÕES

ESPECIALISTAS

QTD.

TIPO

QUALIFICADOS

QTD.

TIPO

NÃO QUALIFICADOS

QTD.

TIPO

((Justifique a localização das instalações))

LOCALIZAÇÃO

JUSTIFICAÇÃO

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

EMPREGO
QUALIFICADO

PARCERIAS TECNOLÓGICAS
E DE NEGÓCIO

SINERGIAS COM
OUTRAS ATIVIDADES

POTENCIAL DE
CRESCIMENTO

OUTRO

(ANEXAR CURRICULUM VITAE)

INDIQUE O CURSO QUE TIROU OU ESTÁ A FREQUENTAR

DESCREVA SUMARIAMENTE A SUA EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

QUAL O GRAU DE ENVOLVIMENTO NA IMPLEMENTAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DAS ATIVIDADES DO PROJETO?

DESCREVA AS SUAS PRINCIPAIS COMPETÊNCIAS E A SUA APLICAÇÃO NO PROJETO.

(ANEXAR CURRICULUM VITAE)

INDIQUE O CURSO QUE TIROU OU ESTÁ A FREQUENTAR

DESCREVA SUMARIAMENTE A SUA EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

QUAL O GRAU DE ENVOLVIMENTO NA IMPLEMENTAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DAS ATIVIDADES DO PROJETO?

DESCREVA AS SUAS PRINCIPAIS COMPETÊNCIAS E A SUA APLICAÇÃO NO PROJETO.

(ANEXAR CURRICULUM VITAE)

INDIQUE O CURSO QUE TIROU OU ESTÁ A FREQUENTAR

DESCREVA SUMARIAMENTE A SUA EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

QUAL O GRAU DE ENVOLVIMENTO NA IMPLEMENTAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DAS ATIVIDADES DO PROJETO?

DESCREVA AS SUAS PRINCIPAIS COMPETÊNCIAS E A SUA APLICAÇÃO NO PROJETO.

(ANEXAR CURRICULUM VITAE)

INDIQUE O CURSO QUE TIROU OU ESTÁ A FREQUENTAR

DESCREVA SUMARIAMENTE A SUA EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

QUAL O GRAU DE ENVOLVIMENTO NA IMPLEMENTAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DAS ATIVIDADES DO PROJETO?

DESCREVA AS SUAS PRINCIPAIS COMPETÊNCIAS E A SUA APLICAÇÃO NO PROJETO.

*(ANEXAR CURRICULUM VITAE)*COMPETÊNCIAS EXTERNAS
A RECRUTARCOMPETÊNCIAS EXTERNAS
A CONTRATAR

COMPETÊNCIAS PROMOTORES

- ☐ ESTRATÉGIA
- ☐ GESTÃO
- ☐ ORGANIZAÇÃO
- ☐ FINANÇAS
- ☐ PRODUÇÃO
- ☐ LOGÍSTICA
- ☐ COMERCIAIS
- ☐ MARKETING
- ☐ T.I.C.E.
- ☐ ENGENHARIA
- ☐ DESIGN
- ☐ LÍNGUAS

(PODE MARCAR MAIS DO QUE 1 BOTÃO)