

♥ THE WAY TO GET STARED ♥  
IS TO QUIT TALKING &  
BEGIN DOING WALT DISNEY

EMPREENDEDORISMO  
E NOVOS NEGÓCIOS

2023.2024 . 1S



Aula 8	<b>Plano de Negócios: elementos, estruturação e apresentação</b>
Ref.	<p>Capítulo 9</p> <p>Livro: Ferreira, M., Reis, N., Santos, J., Serra, F. (2022). Empreendedorismo: Conceitos e fundamentos para a criação da nova empresa. Edições Sílabo.</p> <p>Material adicional em <a href="https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao/Empreendedorismo-(1)/Guias-e-Manuais-de-Apoio.aspx">https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao/Empreendedorismo-(1)/Guias-e-Manuais-de-Apoio.aspx</a></p>

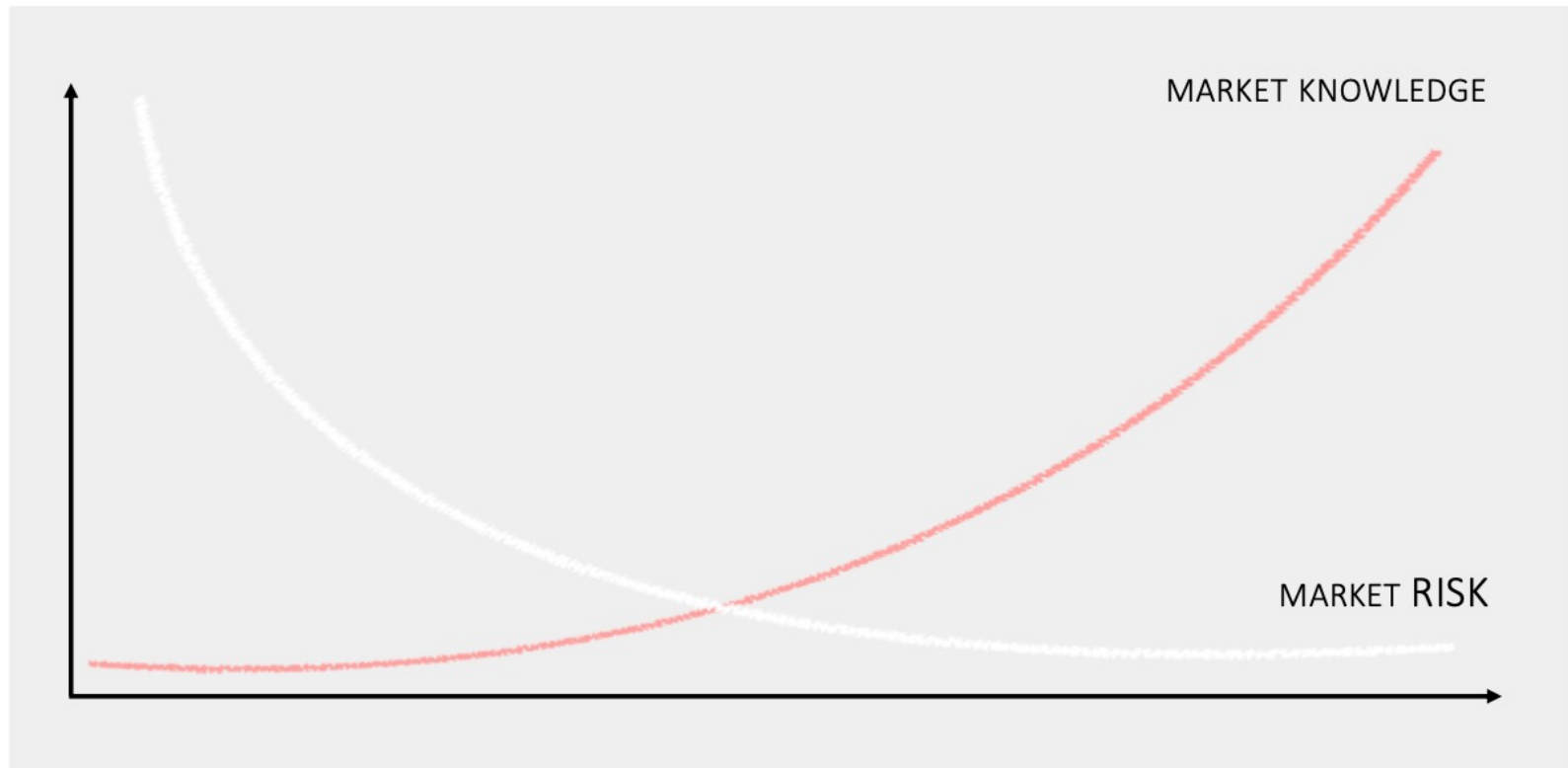
## A importância de um plano de negócios

Pensados os elementos fundamentais para a nova empresa, o plano de negócios deve ser organizado e escrito.

**O plano de negócios é um documento que demonstra de forma convincente a capacidade de um negócio em vender um produto ou serviço, gerar rentabilidade satisfatória e atrair potenciais investidores.**

Um plano de negócios é um documento de ‘venda’ que associa a novidade e a promessa de um potencial negócio para potenciais investidores ou stakeholders.

## A importância de um plano de negócios



## A importância de um plano de negócios

### **Internamente:**

- Serve de elemento organizador para o empreendedor;
- Serve de elemento de controlo para a equipa.

### **Externamente:**

- É fundamental para obter financiamento por parte de futuros investidores;
- É condição (quase sempre) obrigatória para submeter o projeto a financiamaneto público;
- Suporta e acompanha o desenvolvimento estratégico de alianças com outras empresas;
- Beneficia a angariação de contratos de grande dimensão.

### **IMPORTANTE**

**Todos os elementos do PN precisam de ser escritos de forma clara, concisa, coerente e completa.**

## A importância de um plano de negócios

### Dicas a seguir na elaboração do plano de negócios

**1º Assegure-se que o plano é de fácil leitura.** Ou seja, não deve ser excessivamente longo, nem incluir muita informação desnecessária. Deve estar bem escrito, de forma concisa, com explicação dos termos técnicos usados, sem erros ortográficos.

**2º Garanta que o plano tem um aspeto visual profissional.** Tenha atenção ao design, à estrutura, aos aspetos formais, à qualidade de impressão (no caso de ser necessário) e do papel.

**3º Mostre a legitimidade e a competência da equipa.** Prove que a empresa é constituída por trabalhadores qualificados, com credibilidade. Inclua os CV's dos elementos principais da equipa.

## A importância de um plano de negócios

### Dicas a seguir na elaboração do plano de negócios

**4º Coloque o mercado no centro do estudo.** Muitos empreendedores ficam entusiasmados com as características técnicas do produto mas, é mais importante que o plano se concentre no mercado, oportunidade e necessidades dos clientes.

**5º Mostre o que distingue o negócio do dos concorrentes.** Explique aquilo que é diferente e único na sua empresa que lhe confere uma vantagem competitiva face aos concorrentes.

**6º Mostre que conhece os riscos.** O plano deve conter uma análise das forças e fraquezas do projeto, evidenciando os riscos e como pensa ultrapassá-los.

## A importância de um plano de negócios

### Dicas a seguir na elaboração do plano de negócios

**7º Inclua projeções realistas.** O plano deve ser realista nas suas previsões de vendas, custos e crescimento. Evite subestimar ou sobrestimar aspetos como o preço, o volume de vendas, a quota de mercado, a concorrência...

**8º Evite demasiado jargão técnico.** Lembre-se que o leitor do plano pode não possuir conhecimentos técnicos tão avançados e pode não dominar a terminologia.

**9º Procure outras opiniões.** Mostre o seu plano a outras pessoas, especialistas ou não, para obter sugestões e formas de o melhorar.



## A importância de um plano de negócios

### Estrutura possível

1. Capa e Índice
2. Sumário Executivo
3. Equipa fundadora/promotora e de gestão
4. Apresentação do projeto
  1. Oportunidade de mercado ← Aula 3
  2. Descrição do produto ou serviço ← Aula 4 e 5
  3. Modelo de Negócio / Fatores inovação ← Aula 6
  4. Nível de Desenvolvimento da tecnologia (TRL) ← Aula 6
5. Análise de Mercado ← Aula 7
6. Análise da concorrência / vantagem competitiva ← Aula 7
7. Modelo de Negócio (completo) ← Aula 6 e 7
8. Estratégia e Posicionamento ← Aula 7
9. Custos, financiamento, investimento e risco
10. Calendarização de implementação
11. Anexos

# A importância de um plano de negócios

## 1. Capa e Índice

A capa deve incluir o nome da nova empresa, endereço, endereço eletrónico, data, informação para contactos. O índice deve indicar a localização das partes principais no documento, para além da estrutura.

## 2. Sumário executivo

O sumário executivo é, no fundo, uma apresentação sintética, uma vez que oferece ao leitor, de forma breve, o fundamental que ele precisa de saber sobre as características diferenciadoras da nova empresa. Esta é a primeira parte a ser lida por potenciais financiadores e/ou investidores. É, por isso, particularmente relevante oferecer uma apresentação breve, explícita e inequívoca, da empresa, do modelo de negócio, da oportunidade de mercado, do porquê da oportunidade, da inovação tecnológica eventual, e do investimento.

## **A importância de um plano de negócios**

### **3. Equipa fundadora/promotora e de gestão**

A apresentação da equipa ou do promotor visa demonstrar a experiência, conhecimentos, capacidades, competências e legitimidade. A perceção da viabilidade do projeto é influenciada pela capacidade da equipa fundadora. Deve-se incluir a formação académica, profissional e outros elementos que consolidem as competências individuais.

### **4. Apresentação do projeto**

Importa começar por descrever a oportunidade, o produto ou serviço e o modelo de negócio (através dos 9 blocos), ou seja, como o negócio vai ser direcionado para satisfazer as necessidades do mercado alvo. Deve evidenciar a vantagem competitiva e os ativos (como patentes ou outros).

## A importância de um plano de negócios

### 4. Apresentação do projeto (questões)

- Qual a necessidade que se propõe satisfazer?
- Qual a sua ideia?
- Descreva o negócio que pensa estabelecer.
- Que produto ou que serviço se propõe oferecer?
- Em que medida o seu produto é diferente, mais barato ou melhor que os da concorrência? O que o torna único ou distinto?
- Como espera que venha a evoluir a procura pelo seu tipo de produto/serviço no futuro?
- Quais as principais tendências (PEST) que afetarão o seu negócio?
- Quais os pontos positivos e negativos do negócio?

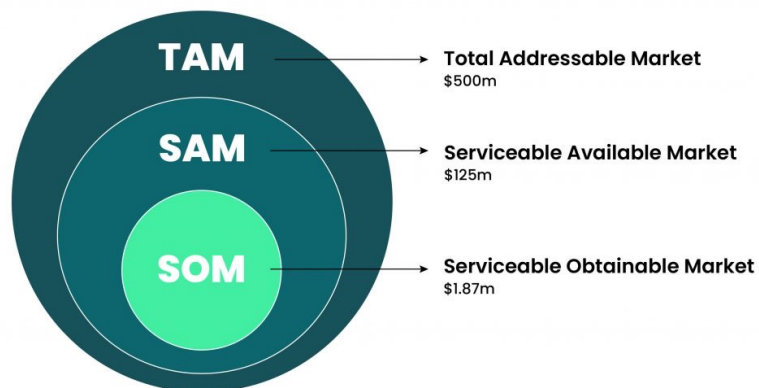
## A importância de um plano de negócios

### 5. Análise do Mercado

A análise ao mercado consiste em compreender quem serão os clientes – o segmento alvo de mercado – suas características, necessidade, poder de compra. Ao identificar a oportunidade certamente já pensou no mercado, mas é necessário pensar profundamente no grupo alvo e como se vai interagir. É, por isso, necessário especificar quem são, onde estão, onde compram, porque compram e qual o uso que os clientes dão ao produto/serviço.

#### | TAM, SAM, SOM: LOCAL RESTAURANT BUSINESS

The Power MBA



Retirado de <https://www.thepowermba.com/en/blog/tam-sam-som>

#### | TOP DOWN ANALYSIS

The Power MBA



## A importância de um plano de negócios

### 5. Análise do Mercado

**Produto** – definir as características, principais benefícios, elementos constituintes;

**Preço** – valor de venda, condições de pagamento, e estratégia de entrada no mercado (preço baixo para encorajar a aquisição e experimentação; preço premium para alcançar grupo de consumidores com mais poder de compra);

**Distribuição** – definir os canais de venda (retalhistas, venda direta, venda em Marketplace, ...)

**Comunicação** – definir os meios para comunicar com os clientes.

## A importância de um plano de negócios

### 5. Análise do mercado

- Quem são os consumidores alvo?
- Quem é o decisor da compra do produto/serviço?
- Qual a dimensão do mercado total para esse tipo de produto/serviço?
- Como é que as pessoas ficarão a saber deste produto?
- Em que se baseou para estabelecer o preço?
- Como é que o preço se compara aos concorrentes?
- Quais os canais de distribuição?

## A importância de um plano de negócios

### 6. Análise da concorrência e vantagem competitiva

Nesta secção vai incluir a missão, os valores, os objetivos da empresa, e uma análise interna e externa da empresa. Não esquecer: a visão consiste numa declaração da direção que a empresa pretende seguir. Orienta o que a empresa deseja ser, pelo que deve indicar o caminho a seguir, a imagem que quer dar de si própria e a filosofia que guia a sua atuação.

A missão é uma declaração que reflete a razão de ser da empresa, qual o seu propósito, o que faz e o porquê.

#### MISSÃO

Promover a competitividade e o crescimento empresarial, assegurar o apoio à conceção, execução e avaliação de políticas dirigidas à atividade industrial, visando o reforço da inovação, do empreendedorismo e do investimento empresarial nas empresas que exerçam a sua atividade nas áreas sob tutela do Ministério da Economia e do Mar, designadamente das empresas de pequena e média dimensão, com exceção do setor do turismo e das competências de acompanhamento neste âmbito atribuídas à Direção-Geral das Atividades Económicas.

#### VISÃO

Ser o parceiro estratégico para a inovação e crescimento das empresas, empresários e empreendedores.





## A importância de um plano de negócios

### 6. Análise da concorrência e vantagem competitiva

Também se deve incluir aspetos do macro ambiente suscetíveis de influenciar a empresa, como: demografia, cultura, ambiente, tecnologia.

- Qual a base de competição da indústria?
- Quão fácil ou difícil é entrar na indústria?
- Como as empresas já instaladas poderão reagir à sua nova empresa?
- Há competidores emergentes que estão atualmente a entrar na indústria ou mercado?
- Quais são as barreiras à saída?
- Quem são os competidores diretos?
- Quais as forças e fraquezas dos concorrentes?
- Quais os recursos estratégicos que detemos?
- Em que atividade da cadeia de valor temos vantagem?

## A importância de um plano de negócios

### 6. Análise da concorrência e vantagem competitiva (fatores de diferenciação)

					
1	Company 1	Company	Market Share	Market Growth	Relative Market Share
2	Company 2	1	18.7%	2.6%	0.55
3	Company 3	2	5%	3%	0.14
4	Company 4	3	21.6%	7.8%	0.64
5	Company 5	4	33.6%	8.1%	1.55
6	Company 6	5	9%	10.4%	0.26
		6	12.6%	7.3%	0.37










# A importância de um plano de negócios

## 7. Modelo de Negócio

**The Business Model Canvas**

Designed for: \_\_\_\_\_ Designed by: \_\_\_\_\_

On: \_\_\_\_\_ Iteration: \_\_\_\_\_

<b>Key Partners</b>  Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources do we acquire from partners? Which Key Activities do partners perform? Channels Customer Relationships Revenue Streams Cost Structure	<b>Key Activities</b>  What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue streams? Key Resources Key Partners	<b>Value Propositions</b>  What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying? Channels Customer Relationships Revenue Streams Cost Structure	<b>Customer Relationships</b>  What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they? Channels Key Partners Key Activities Key Resources Revenue Streams Cost Structure	<b>Customer Segments</b>  For whom are we creating value? Who are our most important customers? Channels Key Partners Key Activities Key Resources Revenue Streams Cost Structure	
<b>Key Resources</b>  What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams? Key Partners Key Activities Key Partners		<b>Channels</b>  Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are our Channels integrated? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer routines? Key Partners Key Activities Key Resources Revenue Streams Cost Structure		<b>Cost Structure</b>  What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive? Channels Customer Relationships Revenue Streams Key Partners Key Activities Key Resources	<b>Revenue Streams</b>  For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues? Channels Customer Relationships Key Partners Key Activities Key Resources Cost Structure

www.businessmodelgeneration.com

Revised & Expanded with the Customer Segments Distribution Channels Key Partners & Revenue Streams  
 by Alexander Osterwalder & Yves Pigneur  
 as published by "Strategy First" Ltd. 2010, San Francisco, California, United States

CC BY SA

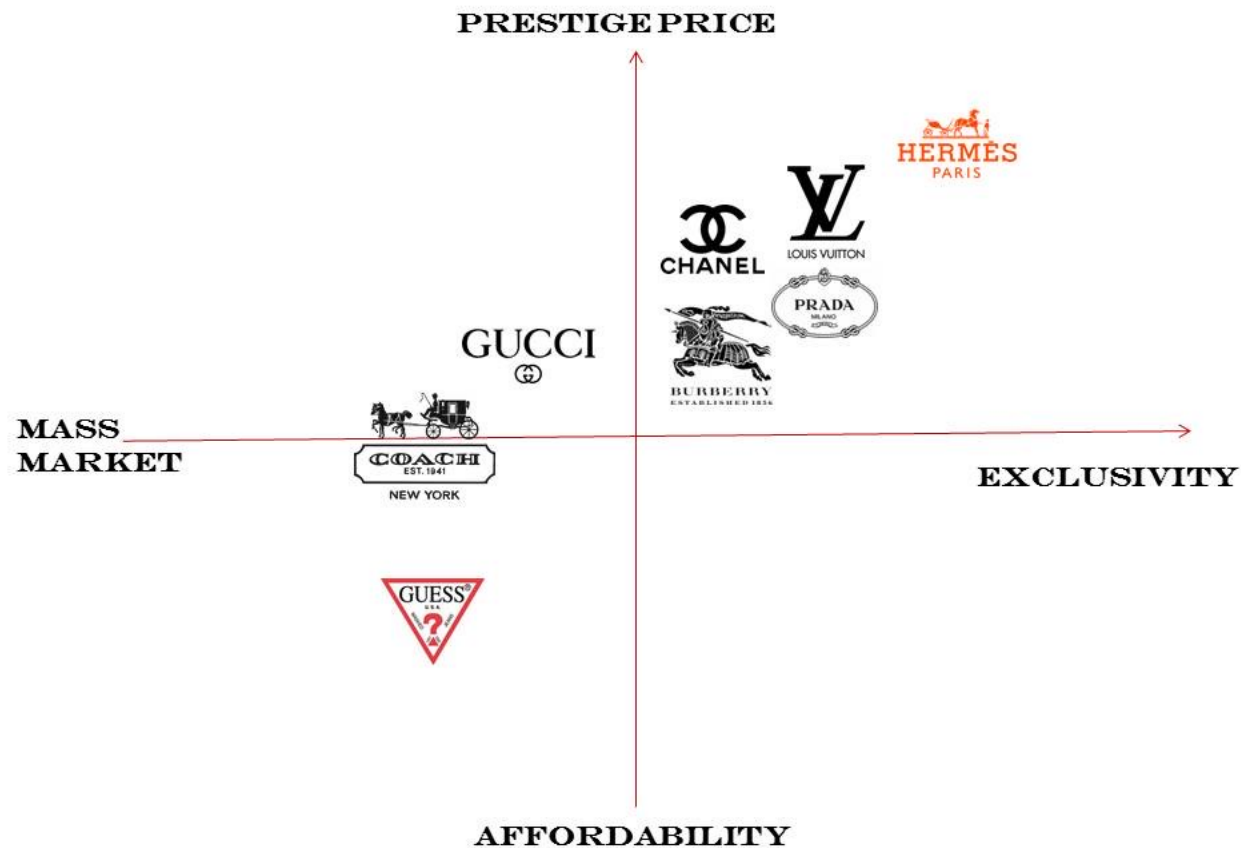
## A importância de um plano de negócios

### 8. Estratégia



# A importância de um plano de negócios

## 8. Estratégia



## A importância de um plano de negócios

### 9. Custos, financiamento e investimento

O plano de negócios precisa de incluir um conjunto de indicadores económico-financeiros, de custos, de investimento. Deve, por isso, explicar qual o financiamento necessário para os próximos 3 anos e de que forma os fundos serão usados.

O mapa de custos deve considerar os custos diretamente incorridos com a produção do produto, para além dos custos fixos. Devem também ser identificados os valores de preço e as margens libertadas. Adicionalmente, as fontes de financiamento adicionais devem ser identificadas.

### 10. Calendário de implementação

Elaboração de um cronograma de execução, com a identificação das etapas e momentos de implementação.

## A importância do PITCH

# Welcome

# 1

# AirBed&Breakfast<sup>TM</sup>

Book rooms with locals, rather than hotels.

## A importância do PITCH

# Problem

# 2

**Price** is a important concern for customers booking travel online.

**Hotels** leave you disconnected from the city and its culture.

**No easy way exists** to book a room with a local or become a host.



## A importância do PITCH

# Solution

# 3

**A web platform** where users can rent out their space to host travelers to:

**SAVE  
MONEY**

when traveling

**MAKE  
MONEY**

when hosting

**SHARE  
CULTURE**

local connection to the city

## A importância do PITCH

# Market Validation

# 4

Couchsurfing.com

660,000

total users<sup>2</sup>

Craigslist.com

50,000

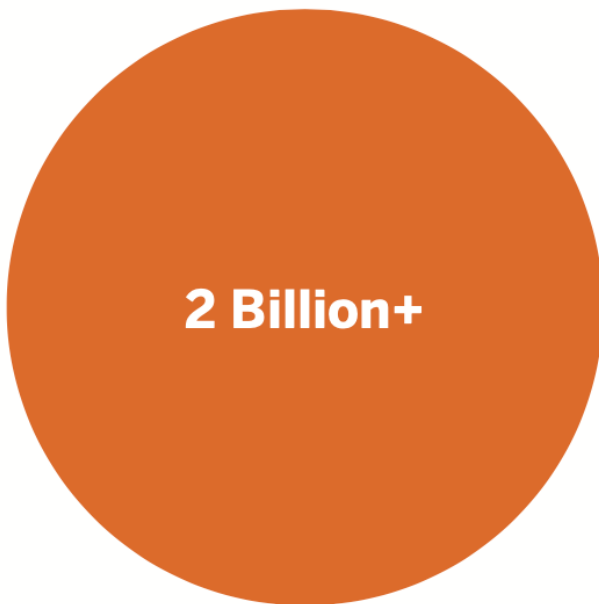
temporary housing listings per  
week in the US. 07/09 – 07/16<sup>2</sup>

(1) [www.couchsurfing.com](http://www.couchsurfing.com)  
(2) [www.craigslist.org](http://www.craigslist.org)

## A importância do PITCH

# Market Size

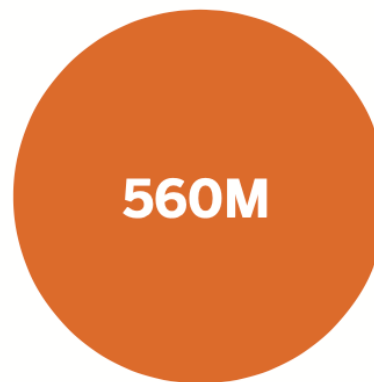
# 5



**TRIPS BOOKED (WORLDWIDE)**

Total Available Market

source: Travel Industry Association of America &  
World Tourism Organization



**BUDGET&ONLINE**

Serviceable Available Market

source: comScore



**TRIPS W/AB&B**

Share of Market

15% of Available Market

# A importância do PITCH

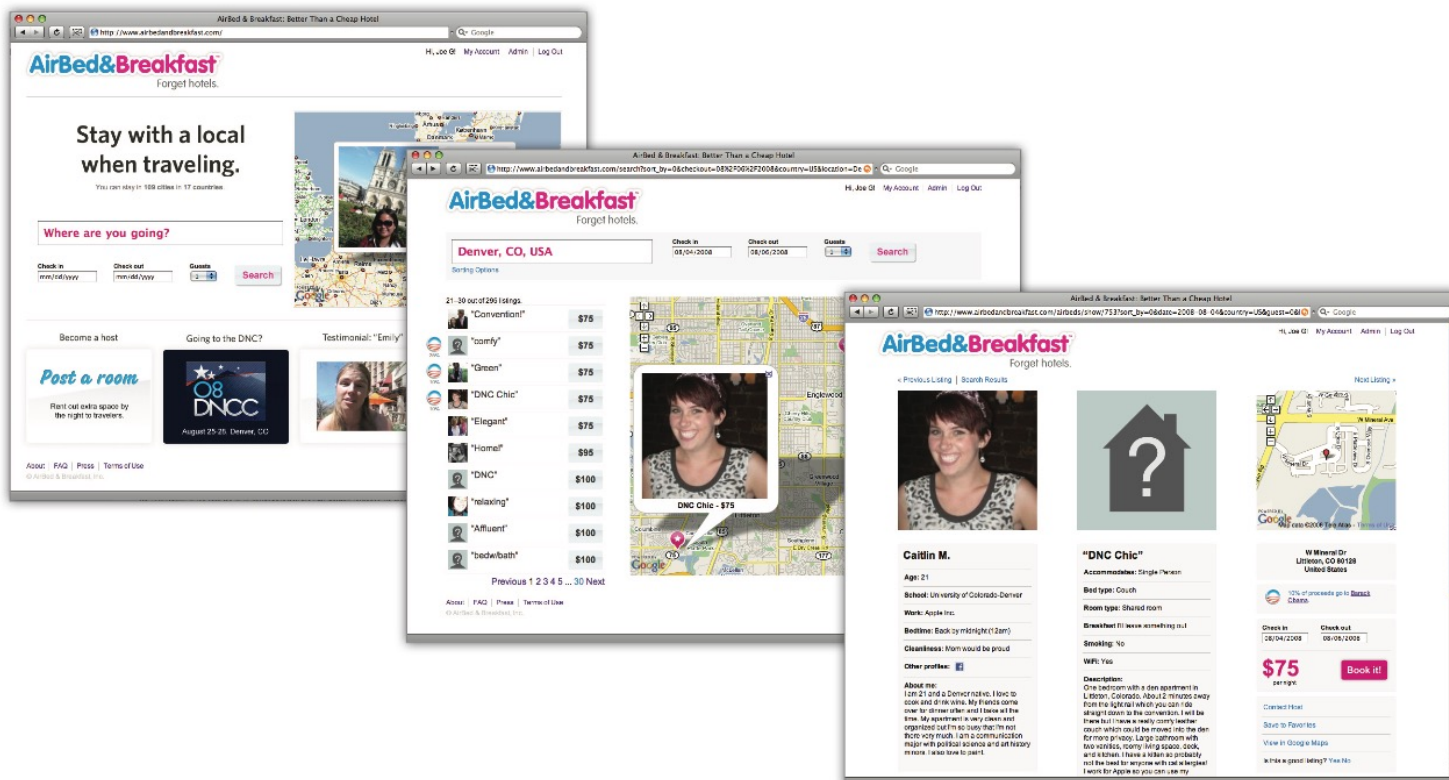
## Product

6

SEARCH BY CITY

REVIEW LISTINGS

BOOK IT!



## A importância do PITCH

# Business Model

7

We take a 10% commission on each transaction.



## A importância do PITCH

# Adoption Strategy

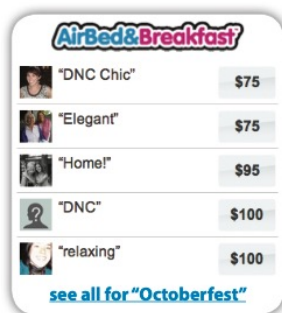
8

### EVENTS

target events monthly

- Oktoberfest (6M)
- Cebit (700,000)
- Summerfest (1M)
- Eurocup (3M+)
- Mardi Gras (800,000)

with listing widget



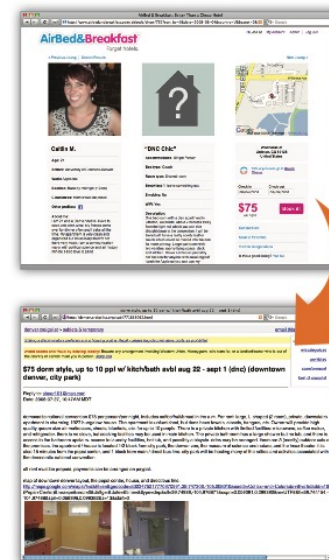
### PARTNERSHIPS

cheap / alternative travel



### CRAIGSLIST

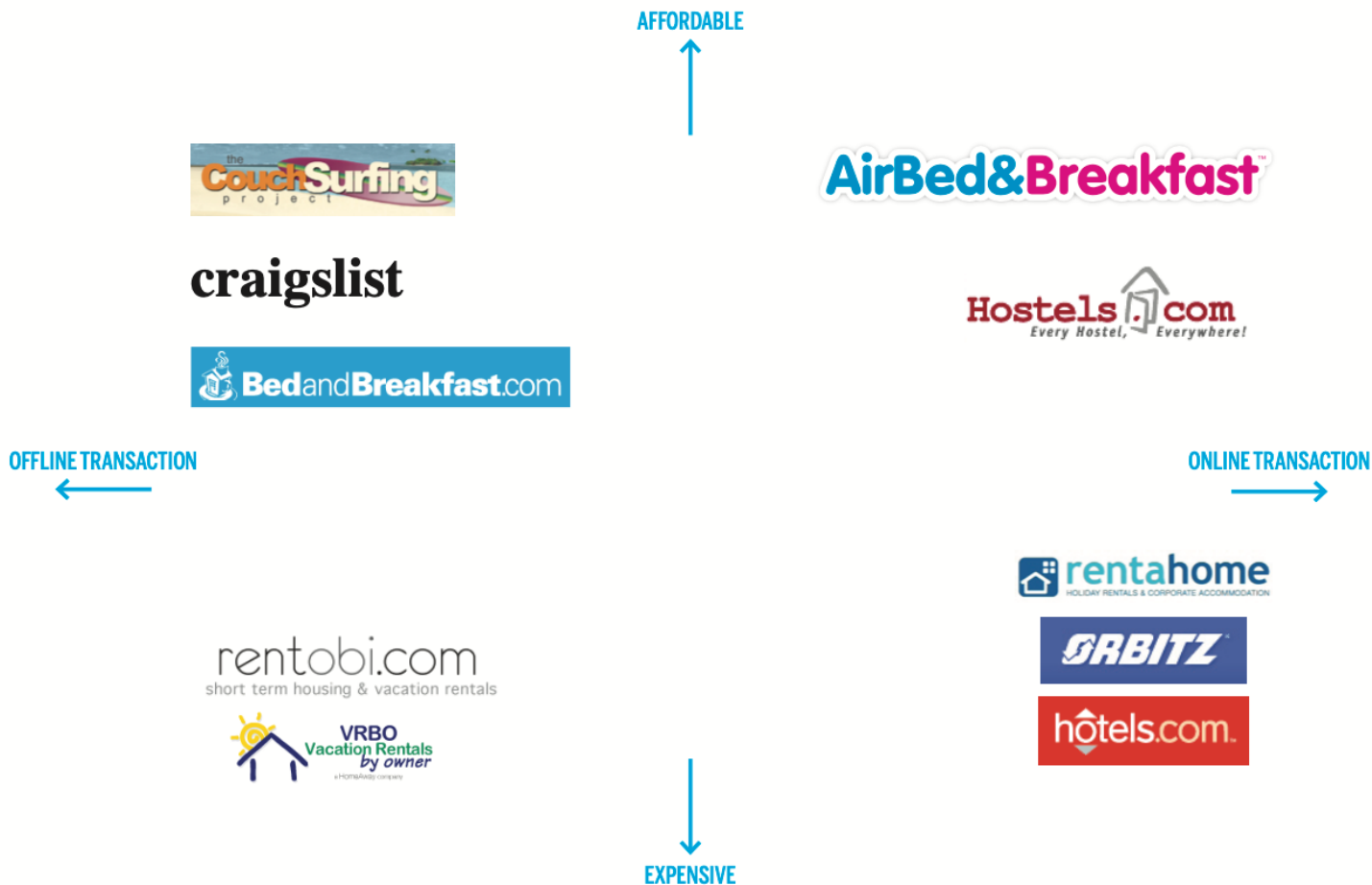
dual posting feature



## A importância do PITCH

# Competition

9



## A importância do PITCH

# Competitive Advantages

# 10

### 1<sup>st</sup> TO MARKET

for transaction-based temporary housing site

### HOST INCENTIVE

they can make money over couchsurfing.com

### LIST ONCE

hosts post one time with us vs. daily on craigslist

### EASE OF USE

search by price, location & check-in/check-out dates

### PROFILES

browse host profiles, and book in 3 clicks

### DESIGN & BRAND

memorable name will launch at historic DNC to gain share of mind



## A importância do PITCH

### Projeto: The Owlet

<https://vimeo.com/84423056>



## A importância do PITCH deck



♥ THE WAY TO GET STARED ♥  
IS TO QUIT TALKING &  
BEGIN DOING WALT DISNEY

EMPREENDEDORISMO  
E NOVOS NEGÓCIOS

2023.2024 . 1S

