

UNIVERSIDADE DE AVEIRO

# EMPREENDEDORISMO E NOVOS NEGÓCIOS

2024/2025



# EMPREENDEDORISMO E NOVOS NEGÓCIOS

## AULA 8

### Plano de Negócios: elementos, estruturação e apresentação

---

## Bibliografia

### Capítulo 9

Livro: Ferreira, M., Reis, N., Santos, J., Serra, F. (2022). Empreendedorismo: Conceitos e fundamentos para a criação da nova empresa. Edições Sílabo.

Material adicional em [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)

---

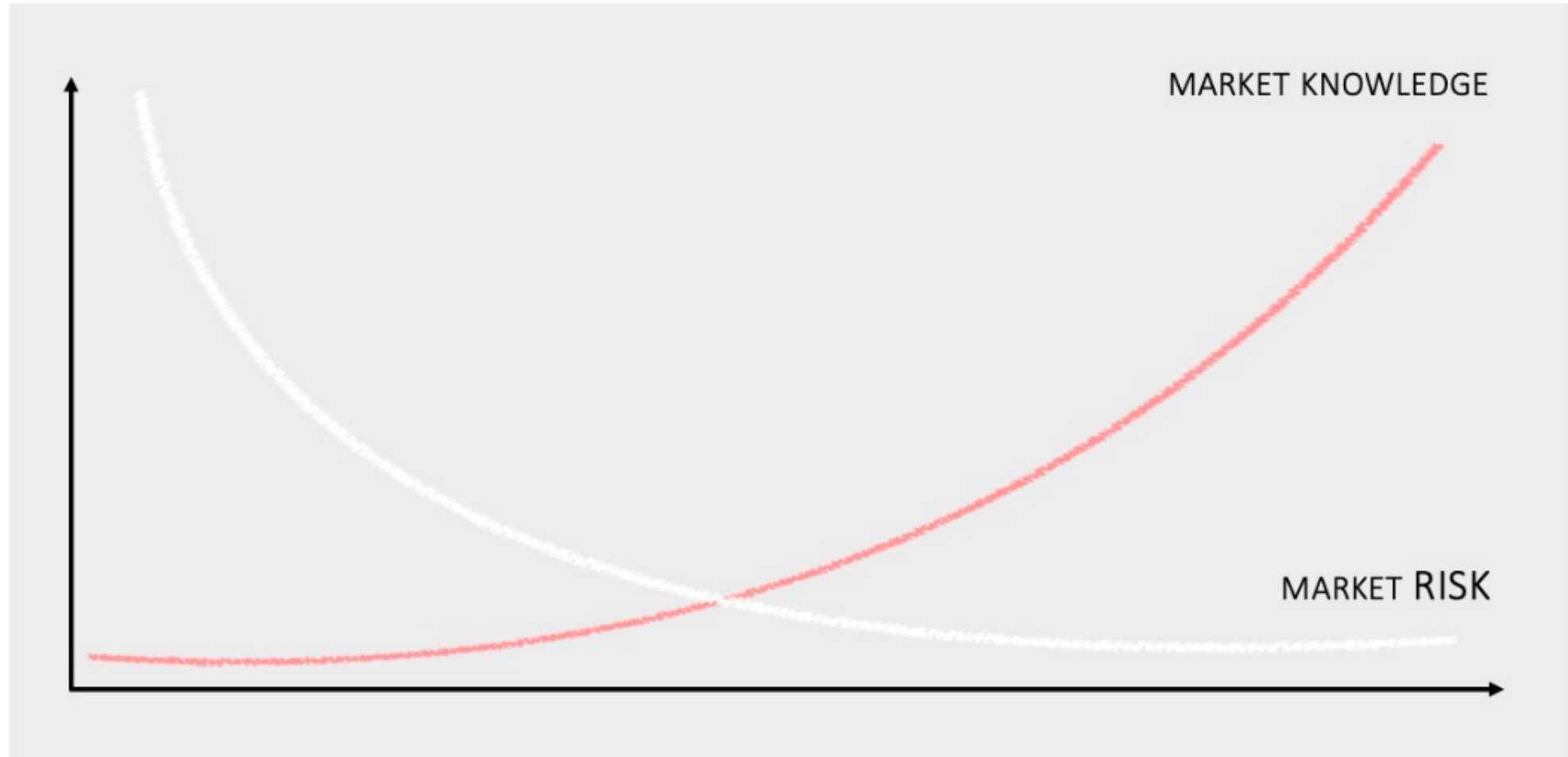
# PLANO DE NEGÓCIOS

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*.

# PLANO DE NEGÓCIOS



# 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 financiamento 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.**

# 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.

# 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 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.

# 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.



# PLANO DE NEGÓCIOS

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

# 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.

# 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).

# 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?

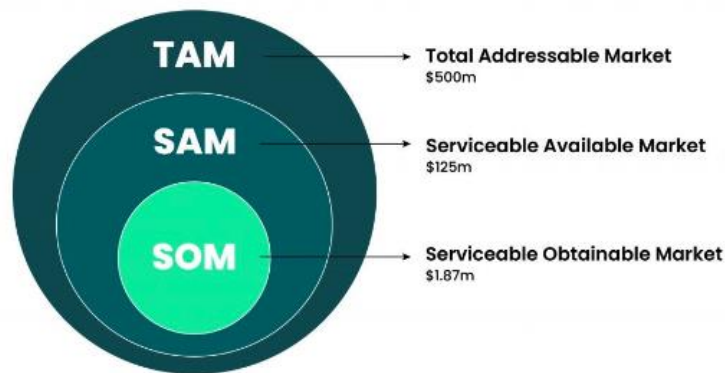
# PLANO DE NEGÓCIOS

## 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



### | TOP DOWN ANALYSIS

The Power MBA



# 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.

# 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?

# 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.



### **Our Purpose:**

Refresh the world. Make a difference.

### **Our Vision:**

Our vision is to craft the brands and choice of drinks that people love, to refresh them in body & spirit. And done in ways that create a more sustainable business and better shared future that makes a difference in people's lives, communities and our planet.



# PLANO DE NEGÓCIOS

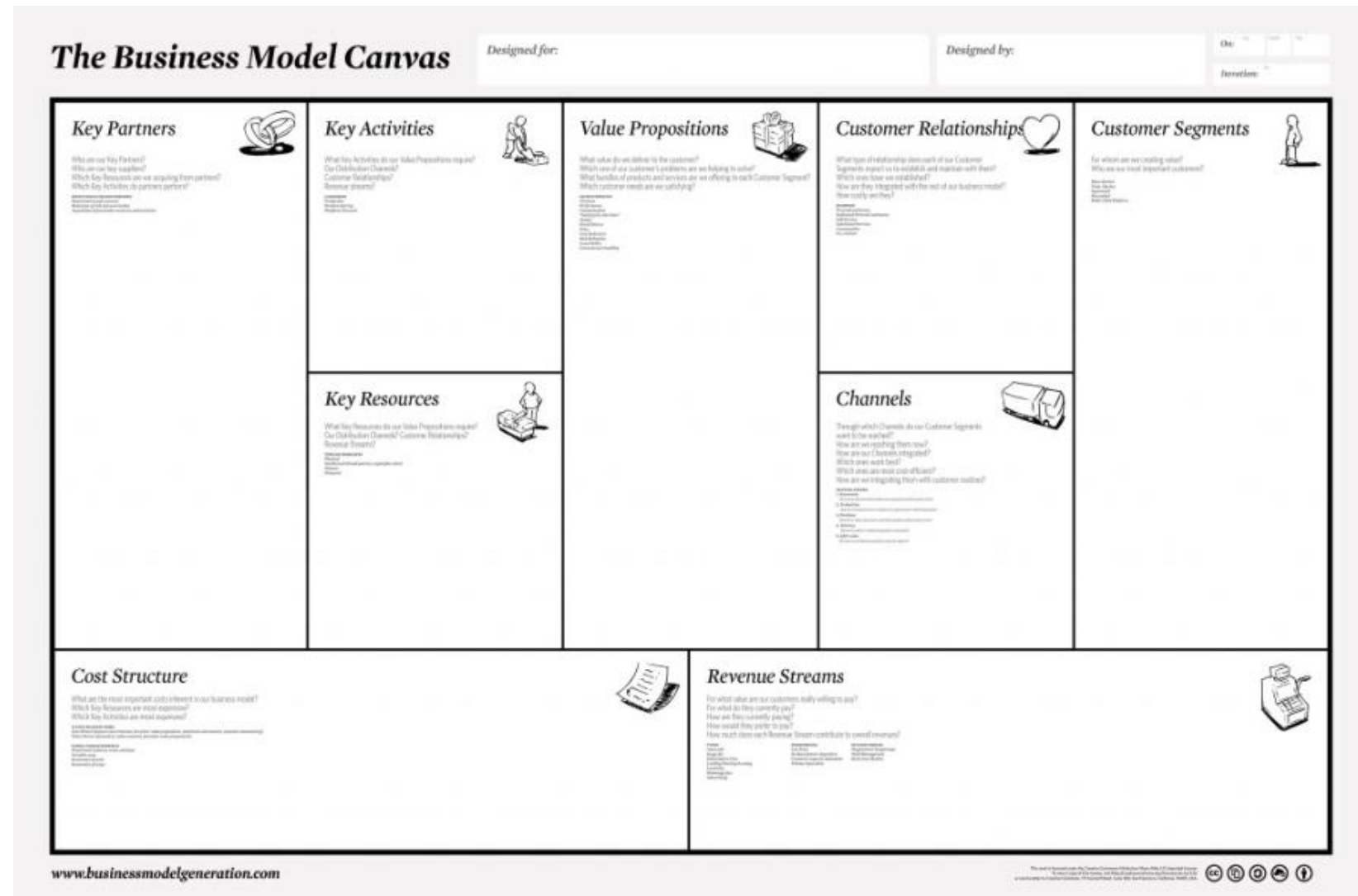
## **6. Análise da concorrência e vantagem competitiva**

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

# PLANO DE NEGÓCIOS

## 7. Modelo de Negócio



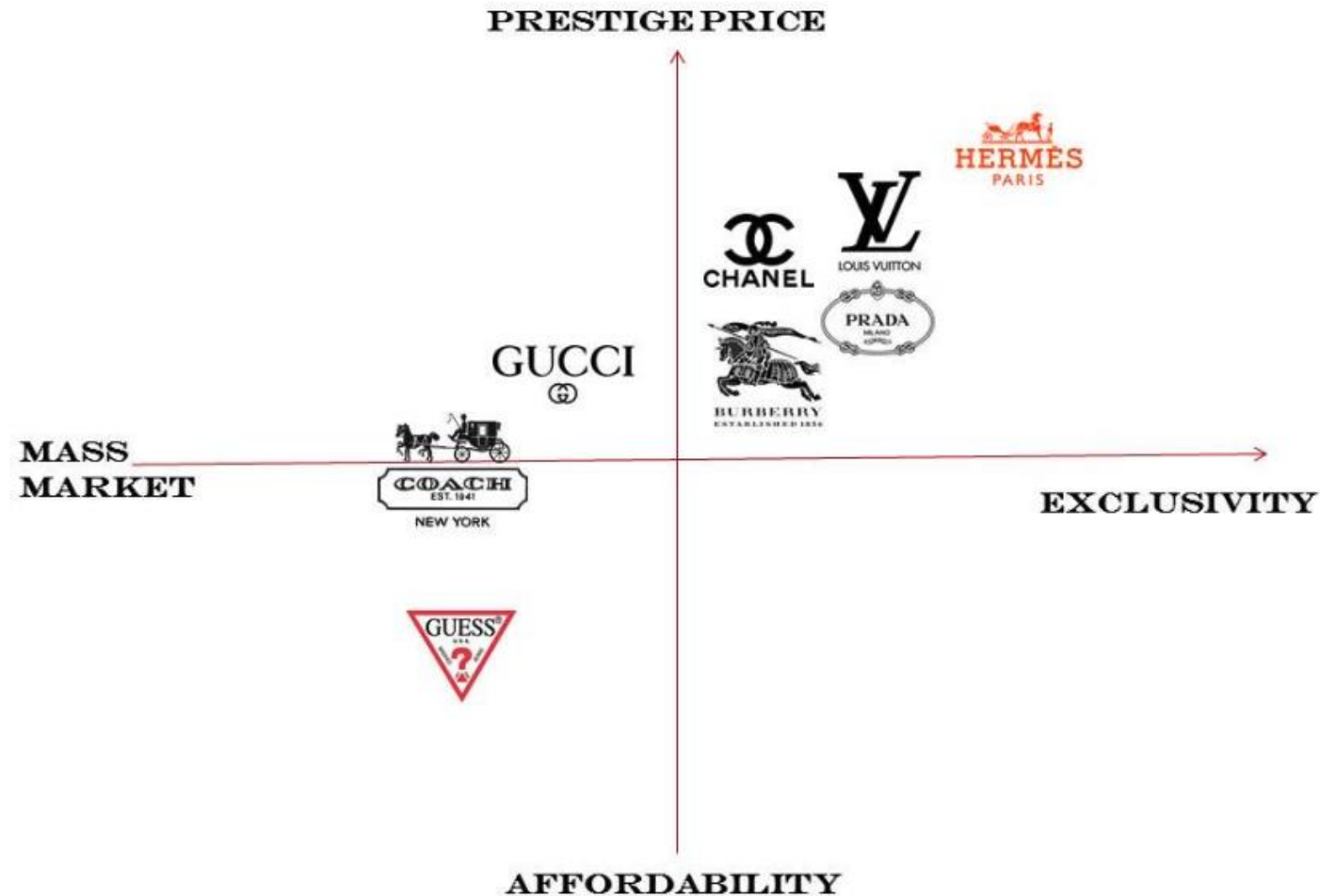
# PLANO DE NEGÓCIOS

## 8. Estratégia



# PLANO DE NEGÓCIOS

## 8. Estratégia



# PITCH

Welcome

1

**AirBed&Breakfast™**

Book rooms with locals, rather than hotels.

## 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.

## 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

## Market Validation

4

Couchsurfing.com

660,000

total users<sup>2</sup>

Craigslist.com

50,000

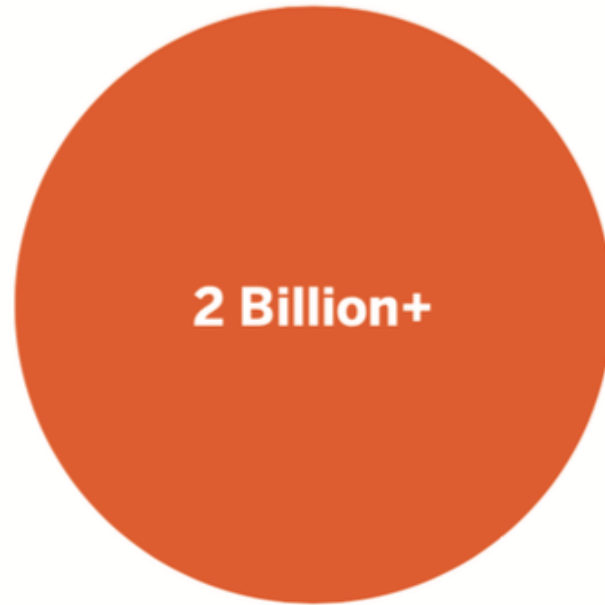
temporary housing listings per  
week in the US. 07/09 – 07/16<sup>2</sup>

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



## 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**

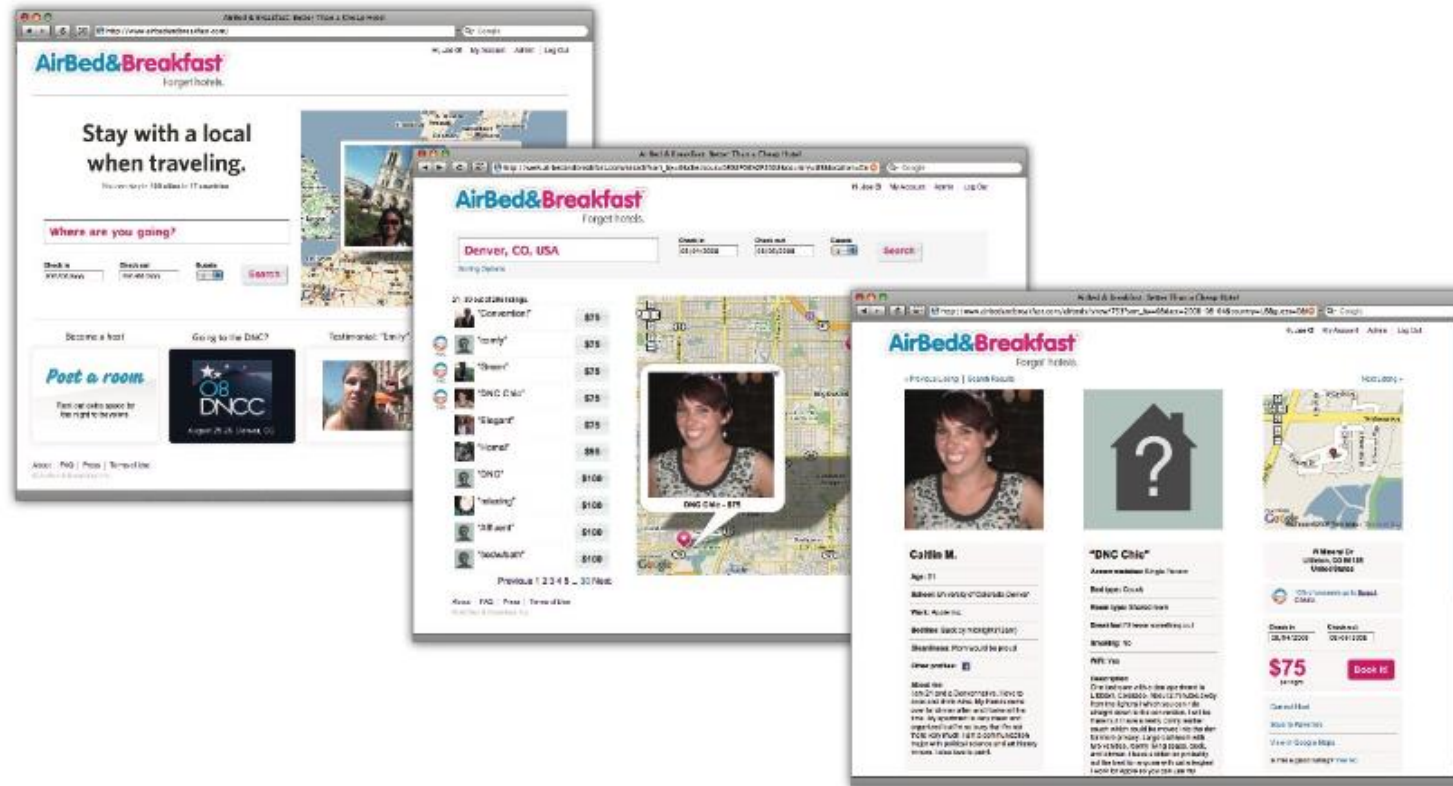
Share of Market

15% of Available Market

## Product

6

SEARCH BY CITY → REVIEW LISTINGS → BOOK IT!



## Business Model

7

We take a 10% commission on each transaction.



## 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



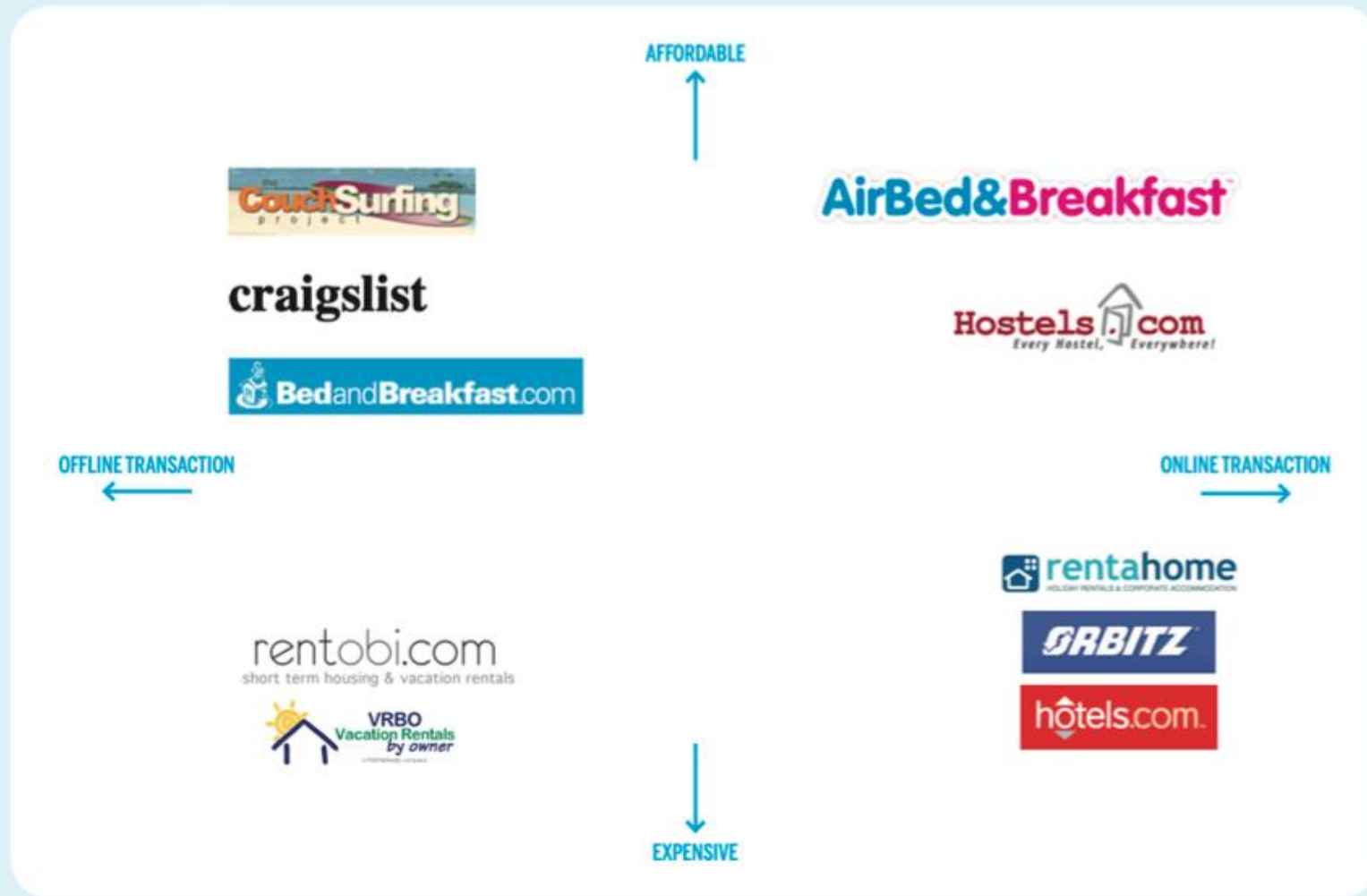
### CRAIGSLIST

dual posting feature



## Competition

9



## 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



## 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

# PITCH

**Projeto: The Owlet**

<https://vimeo.com/84423056>

