INSTITUTO FEDERAL
Pernambuco

PLANO DE NEGÓCIO

Título: subtítulo

Nome do autor
Email do autor
Link ativo ORCID do autor
Nome do Orientador
Email do orientador
Link ativo ORCID do orientador

1. RESUMO DO EMPREENDIMENTO

O resumo do empreendimento deverá apresentar uma síntese das principais informações contidas no plano de negócios, apresentando de forma clara o principal objetivo do negócio que se deseja constituir. Devem ser apresentadas respostas aos seguintes questionamentos: qual a razão de ser do empreendimento, qual o potencial competitivo do negócio, a que o empreendimento se dedicará, quais produtos produzidos ou quais serviços serão prestados, onde a empresa será instalada, qual seu mercado, quem são os possíveis clientes, qual o valor do investimento inicial, qual o tempo previsto para o retorno do investimento, como os sócios se avaliam como empreendedores, quais são as razões para a escolha do negócio, como serão atendidas as necessidades dos clientes, quais são os diferenciais oferecidos ao mercado e quais os possível concorrentes do empreendimento.

2. IDENTIFICAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Razão Social do Empreendimento:
Nome fantasia do empreendimento:
Endereço completo:
Informações dos empreendedores: Empreendedor 1 (nome, CPF, telefone, e-mail) Empreendedor 2 (nome, CPF, telefone, e-mail)

Autorizamos a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico para fins de ensino e pesquisa desde que citada a fonte. Este documento está licenciado com uma Licença Creative Commons -Atribuição Não Comercial 4.0 Internacional.

3. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO EMPREENDIMENTO

Declaração da missão organizacional (razão de ser da empresa):
Visão de futuro (o que deseja ser em 5 anos):
Valores organizacionais:

4. OBJETIVOS DO EMPREENDIMENTO

Devem ser declarados os objetivos principal e acessórios, ou seja, o objetivo principal do negócio proposto e os objetivos complementares, que servem de suporte para a conquista do objetivo principal.

OBJETIVOS PRINCIPAL E ACESSÓRIOS	
Objetivo Principal	
Objetivos acessórios	1.
	2.
	3.

5. ANÁLISE DO AMBIENTE DO EMPREENDIMENTO (MATRIZ SWOT)

Neste item, análise do ambiente, devem ser apresentadas informações que permitem identificar e acompanhar as variáveis competitivas que podem afetar o desempenho do empreendimento. Para isso, as informações devem ser segmentadas em duas vertentes: 1) interna, que trata das informações internas da organização, ou seja, o que acontece no interior da organização e sobre as quais a empresa tem capacidade de gerenciamento; e 2) externa, que trata das informações do ambiente, ou seja, do exterior da organização e sobre as quais a empresa não tem gerenciamento algum. Com vista a facilitar a apresentação destas informações, pode ser usada a Matriz SWOT.

MATRIZ SWOT		
Interno	Forças - - -	Fraquezas - - -
Externo	Oportunidades - - -	Ameaças - - -

6. PRODUTOS E/OU SERVIÇOS

Neste item deve ser apresentado o produto a ser produzido ou o serviço a ser prestado, bem como a caracterização do processo produtivo ou processo de prestação. Deverão ser caracterizados os seguintes itens:

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU SERVIÇO
1. Apresentação do(s) produto(s) ou do(s) serviço(s):
2. Caracterização do tamanho, cor, peso, detalhes, tolerâncias, embalagem, prazo etc.:
3. Informação sobre o estágio atual de desenvolvimento de cada produto e/ou serviço:
4. Apresentação do diferencial do produto ou serviço que agregará valor o que pretende produzir:
5. Descrição da vantagem competitiva que se pretende conseguir com o produto e/ou serviço:
6. Caracterização da legislação (Lei, Portaria, Decreto, Norma etc.) aplicada ao tipo de negócio pretendido pelo empreendimento:
7. Descrição do mercado que se pretende atender e a forma:
8. Apresentação de evidências que demostram a viabilidade do produto a ser produzido ou do serviço a ser prestado:
9. Caracterização de forma de se conseguir receita (vendas) com o produto e/ou serviço:
10. Apresentação simplificada da determinação do preço a ser cobrado do produto e/ou serviço:

7. DESCRIÇÃO DO PROCESSO DE PRODUÇÃO DO PRODUTO OU PRESTAÇÃO DO SERVIÇO

Apresentar, de forma cronológica e ordenada, as atividades/ações que devem ser realizadas para que o produto seja produzido ou o serviço seja prestado da forma mais efetiva possível. Se necessário, detalhar as atividades entendidas como as mais importantes:

DESCRIÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO
1. Apresentação da capacidade de produção do produto ou da prestação do serviço:
2. Descrição das etapas necessárias ao processo produtivo
3. Caracterização do espaço/ambiente necessário à produção do produto ou prestação do serviço.
4. Informação quantitativa e qualitativa do pessoal necessário ao empreendimento.
5. Informação se o processo produtivo resultará resíduos e, se caso positivo, informar a destinação.

6. Descrição do sistema de controle do processo produtivo.

8. APRESENTAÇÃO DAS PRINCIPAIS INFORMAÇÕES DE MERCADO

Neste item deverão ser apresentadas, de forma sintética, as principais informações sobre os clientes (reais e potenciais), os fornecedores e os concorrentes:

DESCRIÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO
1. Apresentação das informações sobre os clientes reais ou potenciais: *(Resposta para as seguintes perguntas: Quem são os clientes? Abrangência do mercado? O mercado é segmentado? Quais as possibilidades de atendimento do cliente? O mercado tem sazonalidade? Qual fatia do mercado pretende-se atingir no início do empreendimento?)*
2. Apresentação das informações sobre os principais fornecedores: *(Resposta para as seguintes perguntas: Quais os principais itens necessários ao empreendimento? Quais são os principais fornecedores e onde se localizam? Todos os insumos necessários ao processo produtivo existem no mercado nacional? Como serão as entregas dos itens comprados?)*
3. Apresentação das informações sobre os principais concorrentes: *(Resposta para as seguintes perguntas: Quem são os principais concorrentes diretos e indiretos do empreendimento? Quem é o líder de mercado na área do empreendimento? Qual o volume de vendas dos principais concorrentes? Quais estratégias de relacionamento com o cliente e de preços os principais concorrentes adotam? Como os concorrentes promovem seus produtos?)*

9. DESCRIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE PREÇO, VENDA E PROMOÇÃO DO PRODUTO E/OU SERVIÇO

Neste item deverão ser apresentadas e explicadas as estratégias de formação e preço, de venda e de promoção do produto a ser produzido ou do serviço a ser prestado.

DESCRIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS PREÇO, VENDA E PROMOÇÃO
1. Estratégia de formação de preço do produto e serviço: *(Resposta para as seguintes perguntas: Quanto se pretende cobrar por unidade do produto ou de prestação do serviço? Como foi calculado o preço de venda? Qual o posicionamento do preço do produto e/ou serviço em relação aos concorrentes?)*
2. Estratégia de vendas do produto ou serviço: *(Resposta para as seguintes perguntas: Como o produto será vendido ao cliente – vista, prazo, com carência etc.? Quais locais serão priorizados na realização da venda? Qual a logística adotada para a entrega do produto ou serviço ao cliente?)*
3. Estratégia de Promoção do produto ou serviço: *(Resposta para as seguintes perguntas: Quais necessidades dos clientes o produto ou serviço atendem? Quais as praças escolhidas para promover o produto? Como os clientes serão informados sobre as*

características/valor do produto ou serviço? Quais os canais de relacionamento com os clientes? Qual o logotipo da empresa ou produto ou serviço?)

10. ESTRATÉGIA DE GESTÃO DO PRODUTO E/OU SERVIÇO

Neste item deverão ser apresentadas e explicadas as estratégias de gestão relacionadas aos seguintes itens:

GESTÃO ESTRATÉGICA PARA A ELABORAÇÃO E GESTÃO DO PLANO FINANCEIRO
(Apresentar, em números, as principais ações planejadas e projeções futuras sobre o plano financeiro detalhando: a) o volume de vendas necessário para a obtenção de lucro durante o primeiro ano de permanência na incubadora; b) as fontes financeiras; c) forma de acesso aos créditos externos (empréstimos), se for o caso; d) a quantidade mínima de recursos financeiros para viabilizar o empreendimento; e) a previsão de entrada e saída de recursos financeiros; f) informação do valor de recurso financeiro inicial ao investimento inicial; g) a descrição dos custos operacionais; h) o fluxo de caixa; e g) o tempo de retorno do investimento)

11. APRESENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DAS ETAPAS PARA A IMPLANTAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Neste item deverão ser apresentadas e explicadas todas as etapas necessárias à implantação do empreendimento, bem como ser apresentado um cronograma explicitando o tempo para a efetivação de cada etapa:

ETAPAS DO EMPREENDIMENTO
ETAPA 1: IMPLANTAÇÃO *(Descrição do tempo necessário para a implantação do empreendimento na Incubadoras do campus .....(nome)....., caracterizando: 1) Formalização do empreendimento, Alvará de funcionamento, registros, notas fiscais, conta corrente, carteira de cobrança, registro de assinatura dos sócios em cartório e outras; 2) Infraestrutura, instalações físicas em geral, contratação de pessoal etc.; 3) Início das operações)*
ETAPA 2: CRESCIMENTO *(Descrição das ações e do tempo necessário para o empreendimento se consolidar técnica e financeiramente)*
ETAPA 3: CONSOLIDAÇÃO *(Descrição das atividades necessárias ao fortalecimento econômico do novo negócio de forma que seja possível sua transferência para instalações próprias definitivas)*
ETAPA 4: AUTONOMIA *(Descrição das atividades demandadas ao empreendimento de forma que se transfira para as instalações próprias e dê continuidade as suas atividades de forma autônoma)*

Local e data.