

**PLANO DE NEGÓCIOS**

**Prémio *Melhor Ideia de Negócio***

**NOVA FCSH/Santander Universidades**

**2019**

**Plano de Negócios**

**Projeto candidato (nome do projeto):**

**Membros da equipa:**

***Imagem/logotipo (se aplicável)***

Índice

[Identificação do projeto](#_30j0zll) **2**

[*Modelo de Negócio – Business Model Canvas*](#_tyjcwt)***3***

[Concorrência](#_44sinio) **4**

[Plano de Marketing](#_1y810tw) **4**

[Plano Financeiro](#_1ci93xb) **5**

[Equipa](#_49x2ik5) **6**

[Teste de Mercado (opcional)](#_147n2zr) 6

Indicações:

* O plano de negócios pode ser redigido em português ou inglês e não deve exceder 10 páginas (incluindo capa, índice e corpo do plano);
* Podem ser alteradas as cores e espaços do “Modelo de Plano de Negócios” de forma a incluir gráficos, tabelas, infografias, etc.
* Resposta às perguntas de apoio (em itálico) são indicativas e de resposta opcional, quando aplicável.

# Identificação do projeto

|  |  |
| --- | --- |
| **Título do projeto** |  |
| **Tagline/slogan** *(descrever projeto num máximo de 8 palavras)* |  |
| **Nome do promotor** |  |
| **Contacto telefónico** |  |
| **Contacto e-mail** |  |
| **Ligação do promotor com a FCSH** |  |

## Sumário Executivo

*(Descrever sumariamente a ideia de negócio, destacando o problema/necessidade que identifica, qual a solução encontrada, quais as características inovadoras da ideia, qual o mercado alvo e resultados expectáveis – 150 palavras)*

## Qual o problema que procuram resolver

*(Descrever o problema que pretende resolver com a sua ideia. Focar num problema de um potencial cliente. Se possível, quantifique o valor desse problema.)*

## Descrição do produto/serviço

*(Descrever detalhadamente o produto/serviço enunciando as principais características e fase de desenvolvimento no momento da candidatura)*

# Modelo de Negócio – *Business Model Canvas*

## Proposta de Valor

*(Qual a mais-valia do produto/serviço? Qual a solução que pretende apresentar? Que necessidade está a satisfazer? Que valor acrescenta ao cliente? O que é que o cliente ganha ao comprar o seu produto/serviço?)*

## Segmento de clientes

*(Para quem está a ser criado valor? Quem vai comprar o produto/serviço? Quem serão os principais clientes? Extra: identifique algumas personas/potenciais clientes. Identificar perfil de clientes mediante critérios comportamentais, demográficos, geográficos, estilo de vida, etc… Definir entre 1 a 4 segmentos de clientes.)*

## Relacionamento com clientes

*(Como vai ser o relacionamento com cada segmento de clientes? Qual será a principal estratégia de marketing para cada um dos segmentos?)*

## Canais de distribuição

*(Como é que o produto/serviço vai chegar ao cliente? Quem vai distribuir o produto/serviço?)*

## Cadeia de produção / workflow

*(Descrever, sucintamente, as fases necessárias para que o produto/serviço final chegue ao cliente)*

## Atividades-chave

*(Quais serão as atividades-chave necessárias para desenvolver o projeto? Quais as atividades em que a equipa promotora se vai focar/dar prioridade?)*

## Recursos-chave para o desenvolvimento da ideia

*(Que recursos são necessários para desenvolver o projeto?)*

## Parcerias-chave para o desenvolvimento da ideia

*(Que parceiros são necessários? Quem vão ser os parceiros-chave? Que mais-valias acrescentarão ao projeto?)*

## 

## Instalações

*(Onde pretende instalar o seu negócio? De que forma acha que poderia tirar proveito do espaço de incubação cedido pela NOVA FCSH?)*

## Calendarização

*(Qual é a data em que pretende ter o produto/serviço pronto e quais as principais etapas até lá? Quando pretende lançar no mercado? Como vê o seu projeto daqui a 1, 3, 5 anos? Quais os objetivos a atingir para os primeiros 6 meses?)*

# Concorrência

## Quais são os principais concorrentes?

*(Identificar quais os produtos/serviços que possam ser concorrentes, bem como os seus preços, estratégias de promoção e canais de distribuição. Identifique produtos/serviço que possam satisfazer a mesma necessidade).*

## 

## Fator diferenciador

*(O que faz o produto/serviço único? Porque é que alguém irá comprar o vosso produto e não o da concorrência?)*

Tabela de comparação com a concorrência (exemplo opcional):

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Característica 1 | Característica 2 | Característica 3 | Característica 4 |
| “O meu projeto” | 😀 | 😀 | 😀 | 😀 |
| Concorrente 1 | 😐 | 😀 | 😀 | 😥 |
| Concorrente 2 | 😀 | 😐 | 😥 | 😀 |
| Concorrente 3 | 😥 | 😀 | 😐 | 😀 |

# Plano de Marketing

## Estratégia de comunicação

*(Como vai fazer com que os potenciais clientes fiquem a conhecer e comprem os seus produtos/serviços? Qual a estratégia de promoção do seu projeto? Como tenciona comunicar com os diferentes segmentos de clientes?)*

## Análise SWOT

|  |  |
| --- | --- |
| Pontos fortes: | Pontos fracos: |
| Oportunidades: | Ameaças: |

# Plano Financeiro

Documento de apoio (opcional):

<https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Assistencia-Tecnica-e-Formacao/Ferramentas/Ferramenta-de-Avaliacao-de-Projetos-de-Investiment.aspx>

## Modelo de Negócio

*(Qual o seu modelo de negócio? Como vai monetizar o seu projeto? Alguns exemplos: Venda única, Subscrição, Marketplace, modelo freemium, publicidade, licenciamento, marca branca, affiliate, retalho, aluguer ou leasing)*

## Estrutura de Custos

*(Qual é o custo estimado para produzir uma unidade do produto/serviço? Quais são os principais custos da atividade? Quais são os custos fixos/variáveis? Qual a estrutura de custos?)*

## Receitas

*(Qual é o preço de venda ao público do produto/serviço? Quais serão as principais fontes de receita? Qual a quantidade de vendas expectável no 1º, 2º e 3º ano? Qual é a margem de lucro expectável (Lucro = Receitas – Despesas)? Qual a quantidade de vendas expectável para cobrir as despesas (break-even point)?)*

## Financiamento necessário

*(Qual será o montante de financiamento necessário para começar o negócio? (Exemplo: desenvolvimento do produto/serviço; registo de marca, patente, empresa; instalações, publicidade, fornecimento de serviços externos (subcontratos, energia, combustíveis, comunicações, material de escritório, seguros, comissões, publicidade, trabalhos personalizados, rendas, custos com pessoal...)*

## Aplicação prevista para o valor do Prémio?

## 

# Equipa

## Organograma da equipa de gestão

## Breve descrição do papel de cada membro na equipa

*(incluindo nome, função na equipa e breve descrição com máximo de 100 palavras por pessoa com relevância para o projeto)*

## Qual a ligação da equipa com a NOVA FCSH?

*(Indicar número de aluno, curso e ano de frequência/conclusão)*

## Qual é o ingrediente secreto da equipa?

*(O que faz a vossa equipa especial?)*

## Disponibilidade para frequentar curso “Da ideia ao plano de negócios”

*Entre os dias 13 e 23 de janeiro (segunda a quinta-feira das 17h30 às 20h30 | 23 de janeiro das 17h30 às 21h30)*  
  
⛍ Sim ⛍ Não

## Teste de Mercado (opcional)

*(Exponha qual a recetividade que os clientes ou potenciais clientes tiveram relativamente ao produto/serviço. Exemplo: Já foi feito algum contacto com algum potencial fornecedor ou consumidor? Já foi feito algum contacto com alguma potencial parceria? Já foi feito algum inquérito a potenciais clientes? Já foi feita alguma venda?)*