



BUSINESS LAB 2 | DA IDEIA AOS PRIMEIROS EUROS



Semana do Empreendedor

Universidade do Algarve

17 a 23 de junho de 2017



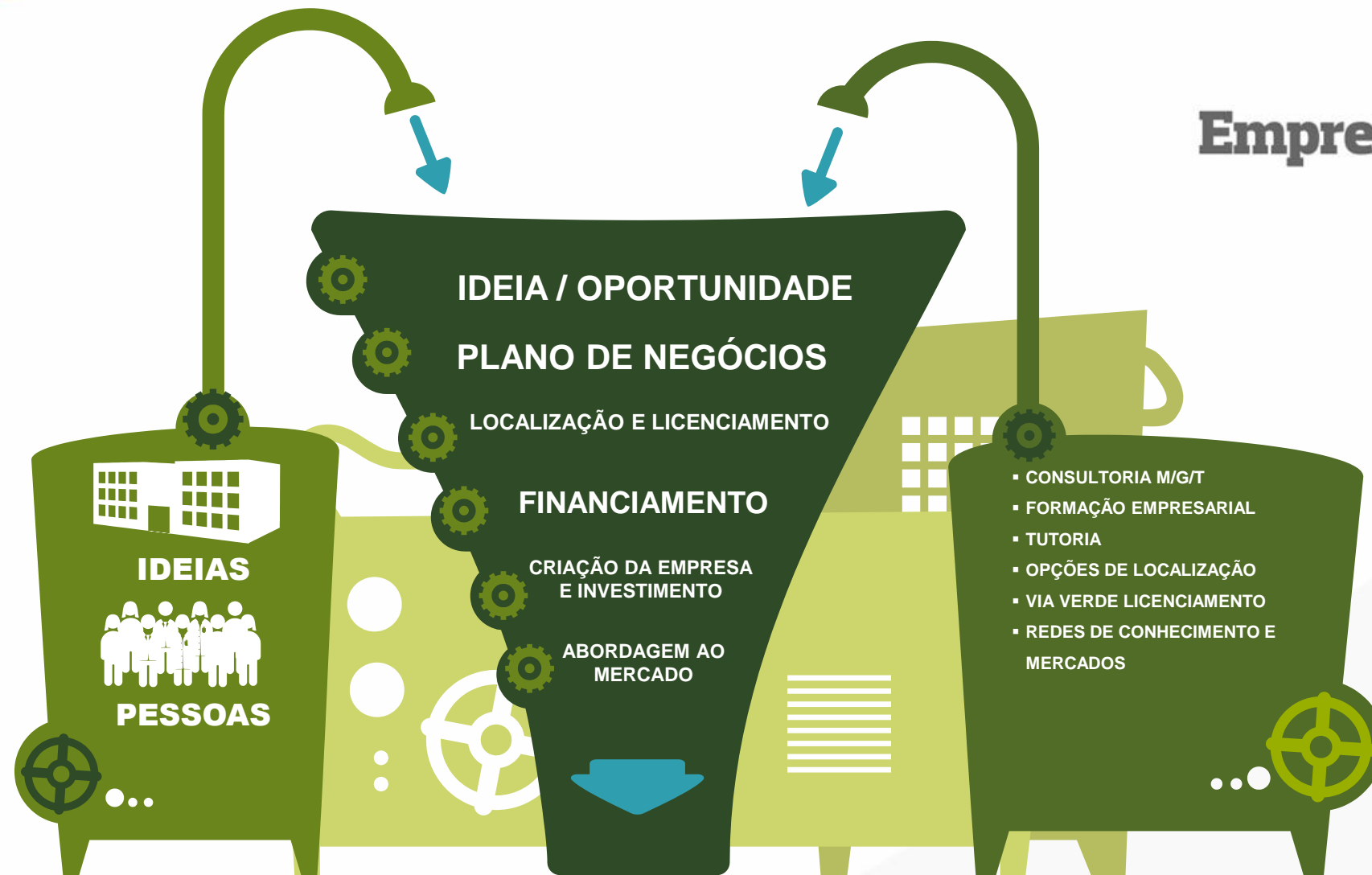


DA IDEIA AOS PRIMEIROS EUROS | PRINCIPAIS ETAPAS NA CRIAÇÃO DE UM NEGÓCIO

Só sei que um dia tive uma ideia. Como não sou de ficar parado e sou um sonhador, meti mãos ao caminho. Houve alguém que disse que eu era um empreendedor. Sinceramente, nunca tinha ouvido falar disso, nem sabia o que isso era. Ainda por cima, em inglês tem um nome ainda mais esquisito, “Entrepreneur”.

Mas enfim, um tipo não pensa nessas coisas. Tem um sonho ou uma ideia, nem sei bem, é meio louco e avança. E, quando avança, avança com tudo, de corpo e alma. Não sei bem se mais com corpo ou mais com alma, mas avança. E vai avançando, vai partindo tudo o que lhe aparece à frente, com os sonhos e ideias que teve e que tem.

Luis Ahrens Teixeira, Sócio-gerente da Herdade Cortesia Hotel





“O” OU “UM” PROJETO DE VIDA



APOIO À CRIAÇÃO
DE EMPRESAS
INOVADORAS

PROMOTORES



PARCEIROS
INSTITUCIONAIS



MEDIA
PARTNERS



Suinformação

FINANCIAMENTO





CONTABILIDADE PESSOAL

TEM A CERTEZA?



SEM UM PLANO DE NEGÓCIOS POUCO OU NADA ACONTECE!



APOIO À CRIAÇÃO
DE EMPRESAS
INOVADORAS

PROMOTORES



PARCEIROS
INSTITUCIONAIS



MEDIA
PARTNERS



PUBLICIDADE





QUESTÕES, REFLEXÃO E DECISÕES



APOIO À CRIAÇÃO
DE EMPRESAS
INOVADORAS

PROMOTORES



PARCEIROS
INSTITUCIONAIS



MEDIA
PARTNERS



Suinformação

PUBLICIDADE





AFINAL O QUE É UM PLANO DE NEGÓCIOS?



APOIO À CRIAÇÃO
DE EMPRESAS
INOVADORAS

PROMOTORES



PARCEIROS
INSTITUCIONAIS



MEDIA
PARTNERS



Suinformação

PUBLICIDADE





25/35 PÁG, ELABORADO PELO PROMOTOR, EQUIPA E APOIO ESPECIALIZADO



PARA QUE SERVE O PN?

1. AMADURECER A IDEIA/PROJECTO, ANALISAR PONTOS FRACOS E FORTES, DEFINIR ESTRATÉGIA DO NEGÓCIO, AVALIAR MONTANTES ENVOLVIDOS E ANALISAR VIABILIDADE;
2. APRESENTAR O NEGÓCIO A TERCEIROS (PARCEIROS, FINANCIADORES, COLABORADORES, CLIENTES);
3. “GUIÃO DE BORDO” DURANTE O DESENVOLVIMENTO DO NEGÓCIO.



EXEMPLO ESTRUTURA

SUMÁRIO EXECUTIVO

1. APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO

1.1. HISTORIAL DA IDEIA E PRINCIPAIS OBJETIVOS

1.2. EQUIPA

1.3. FORMA JURÍDICA

1.4. LOCALIZAÇÃO

1.5. MISSÃO

1.6. MATURIDADE DA IDEIA E PASSOS PARA A INTRODUÇÃO NO MERCADO

2. PRODUTO(S) E SERVIÇO(S)

2.1. DESCRIÇÃO DO(S) PRODUTO(S)/SERVIÇO(S)

2.2. INOVAÇÃO DO PROJETO E VANTAGENS DISTINTIVAS DO(S) PRODUTO(S)/SERVIÇO(S)

3. ANÁLISE DE MERCADO

3.1. EVOLUÇÃO PREVISIONAL DO SECTOR

3.1.1. MERCADO ALVO

3.2. CONCORRÊNCIA

4. PLANO DE MARKETING

4.1. PRODUTO(S)/SERVIÇO(S)

4.2. POLÍTICA DE PREÇO

4.3. DISTRIBUIÇÃO

4.4. COMUNICAÇÃO

5. ANÁLISE SWOT

6. PLANO FINANCEIRO



6. PLANO FINANCEIRO

- 6.1. VOLUME DE NEGÓCIOS
- 6.2. CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS E MATÉRIAS CONSUMIDAS
- 6.3. FORNECIMENTO E SERVIÇOS EXTERNOS
- 6.4. CUSTOS COM PESSOAL
- 6.5. FUNDO DE MANEIO
- 6.6. INVESTIMENTO
- 6.7. FINANCIAMENTO
- 6.8. PONTO CRÍTICO
- 6.9. DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS
- 6.10. CASH FLOW
- 6.11. BALANÇO
- 6.12. INDICADORES



BUSINESS LAB 2 | DA IDEIA AOS PRIMEIROS EUROS



Semana do Empreendedor

Universidade do Algarve

17 a 23 de junho de 2017

