

Workshop Regional

“da ideia ao negócio”

(parte 2)

INICIATIVAS PILOTO

Janeiro 2013

Rede de Apoio ao Empreendedorismo da Beira Interior Sul

Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



ÍNDICE

- I. Importância do Plano de Negócios
- II. Ideias Fundamentais inerentes ao Plano de Negócios
- III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

Co-Financiamento:



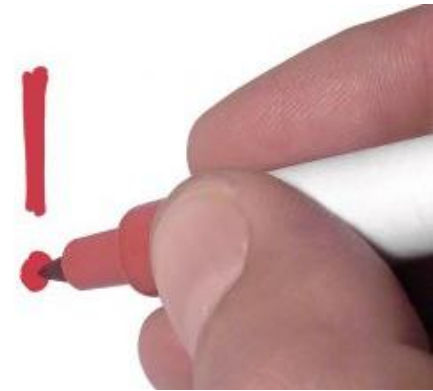
Promotor:



Apoio técnico:



I. IMPORTÂNCIA DO PLANO DE NEGÓCIOS



Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



I. Importância do Plano de Negócios

1. Plano de Negócios – Apresentação e Defesa da Ideia (1/4)

Os Planos não são nada. O que conta é a planificação!

*Dwight Eisenhower, Presidente Norte-americano
General da 2ª guerra mundial*

Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



I. Importância do Plano de Negócios

1. Plano de Negócios – Apresentação e Defesa da Ideia (2/4)

- Um empreendedor pode considerar a sua ideia como a melhor e a mais prioritária de entre o leque disponível, por isso altamente capaz de gerar riqueza e de assim obter financiamento. Mas, antes da sua conversão num negócio real, tudo terá de ser muito bem delineado e comedido no sentido de se evitar a ocorrência de ações e/ou tomadas de decisão altamente nefastas para a rentabilidade do negócio (e em última instância para a sobrevivência da empresa).



I. Importância do Plano de Negócios

1. Plano de Negócios – Apresentação e Defesa da Ideia (3/4)

- Não basta ter uma ideia revolucionária! É premente, logo de início, programar todos os recursos e competências necessárias ao seu desenvolvimento, como forma de aferir o real potencial da ideia em termos operacionais e financeiros.



I. Importância do Plano de Negócios

1. Plano de Negócios – Apresentação e Defesa da Ideia (4/4)

- De singular importância e cada vez mais exigido por diversos motivos (desde a gestão interna da empresa, fundamentar um financiamento junto da banca, atrair investidores ou até mesmo para fornecedores), este é quase um **documento obrigatório** nas empresas que se estão a iniciar atualmente no mercado.
- A elaboração de um **plano de negócios** consiste num dos procedimentos necessários para a **obtenção do financiamento desejado junto dos investidores**, que não estão dispostos a apostar numa ideia se dela não tirarem benefício.

Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



I. Importância do Plano de Negócios

2. Funções de um Plano de Negócios (1/1)

- O Plano de Negócios comporta três grandes funções:

Ajudar o empreendedor a compreender quais as diferentes vertentes do seu negócio

- Mercado
- Produto
- Modelo de financiamento
- Modelo de negócios
- Drivers de crescimento
- Riscos e incertezas do negócio

Servir de referência para a prossecução das atividades associadas ao projeto, numa ótica de curto, médio e longo prazo.

- Ter em conta os objetivos previamente estabelecidos e acordados.

Apresentar o projeto da empresa junto das partes interessadas

- Investidores
- Parceiros
- Fornecedores
- Clientes
- Gestão
- Colaboradores da organização

II. IDEIAS FUNDAMENTAIS INERENTES AO PLANO DE NEGÓCIOS



Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



II. Ideias Fundamentais Inerentes ao Plano de Negócios

1. Definição de Plano de Negócios (1/1)

- Atendendo ao seu grau de importância, um Plano de Negócios deve servir de base para o materialização de uma ideia de negócio. Deve assim:

1. Focar as linhas essenciais do projeto

2. Definir a alocação dos vários recursos necessários ao projeto

3. Definir as linhas estratégicas de atuação em cada um dos domínios das atividades a desenvolver

4. Identificar os fatores-chave para o projeto ser bem-sucedido


5. Espelhar análises de mercado

6. Sumarizar os resultados e custos (previstos) do projeto por meio de análises financeiras

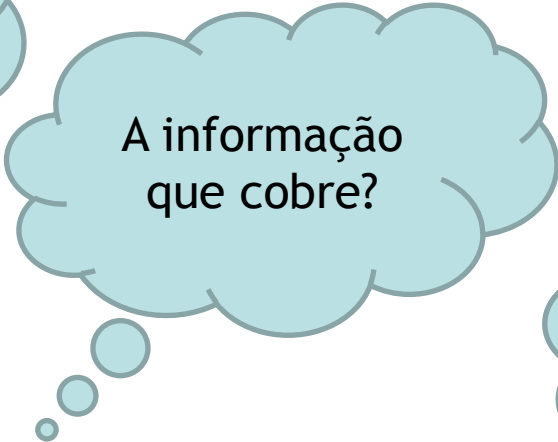


II. Ideias Fundamentais Inerentes ao Plano de Negócios

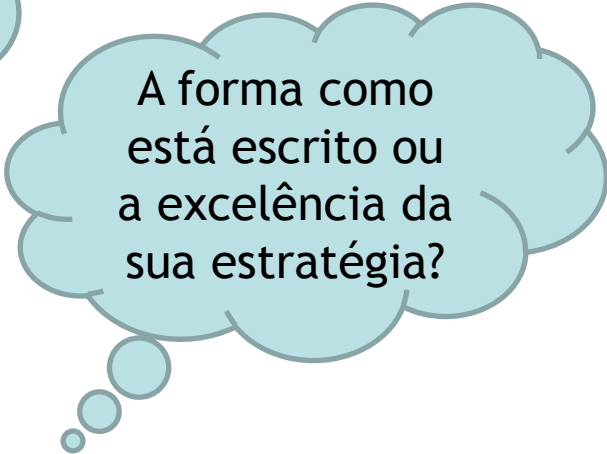
2. O que faz um Bom Plano? (1/2)



É o tamanho dele?



A informação que cobre?



A forma como está escrito ou a excelência da sua estratégia?

II. Ideias Fundamentais Inerentes ao Plano de Negócios

2. O que faz um Bom Plano? (2/2)



II. Ideias Fundamentais Inerentes ao Plano de Negócios

3. Dimensão Normal e Sugestões para a sua Elaboração (1/1)

- 20 a 40 páginas + anexos financeiros.
- É importante a facilidade de leitura.
- O número de páginas importa menos do que a necessária facilidade de leitura.
- Use gráficos para ilustrar números, assim aumentará o entendimento da leitura.
- Use fotografias e desenhos para mostrar localizações, produtos, exemplos de menus, fotos de produtos e outras ilustrações tanto quanto possível.
- Não use gráficos que não sejam relevantes para a matéria em questão, porque isso não tornará o plano melhor.

Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



II. Ideias Fundamentais Inerentes ao Plano de Negócios

4. Erros Comuns (1/2)

- *Os nossos clientes vão comprar o nosso produto/serviço, porque nós pensamos que é um bom produto;*
- *Os nossos clientes vão comprar o nosso produto/serviço porque ele é tecnicamente superior;*
- *Os nossos clientes concordam connosco acerca da excelência do nosso produto/serviço;*
- *Os nossos clientes não correm qualquer risco quando compram o nossos produto/serviço, o que não acontece quando o compram a outro fornecedor;*

Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



II. Ideias Fundamentais Inerentes ao Plano de Negócios

4. Erros Comuns (2/2)

- *O produto / serviço vende-se por ele mesmo;*
- *O distribuidor ficará orgulhoso por ter o nosso produto em stock;*
- *Seremos capazes de desenvolver o nosso produto / serviço dentro do prazo e orçamento estabelecido;*
- *Não teremos qualquer dificuldade em contratar o pessoal que precisamos;*
- *Os concorrentes irão responder de forma racional à entrada do nosso produto no mercado;*
- *Vamos conseguir ter sempre o preço mais baixo;*
- *Toda a organização irá apoiar a nossa estratégia e vai dar-nos o apoio necessário*

II. Ideias Fundamentais Inerentes ao Plano de Negócios

5. O Fundamental (1/1)

Qualquer parceiro/financiador tem de avaliar primordialmente três aspetos não financeiros da sua ideia:

- O produto/serviço e o seu mercado;
- Os recursos físicos e de produção necessários;
- A capacidade de gestão do negócio dos promotores.

III. ESTRUTURA E ELEMENTOS DO PLANO DE NEGÓCIOS



Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

Estrutura Base

1. Sumário Executivo
2. A Empresa
3. A Ideia, o Produto / Serviço e o Mercado
4. Plano de Marketing
5. Riscos e Estratégias Associadas
6. Plano Financeiro
7. Atualização e Controlo



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

1. Sumário Executivo (1/3)

O sumário executivo compreende a parte mais importante de todo o Plano de Negócios. Nas suas poucas palavras, deverá estar contida a mensagem mais poderosa e persuasiva de todo o documento capaz de cativar e prender a atenção dos investidores.

Algumas questões a que o sumário executivo deve responder:

- Qual é o nome do negócio e a sua área de atividade?
- Qual é a sua missão?
- Qual é o âmbito do negócio e o mercado potencial para os seus produtos?

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

1. Sumário Executivo (2/3)

O sumário executivo compreende a parte mais importante de todo o Plano de Negócios. Nas suas poucas palavras, deverá estar contida a mensagem mais poderosa e persuasiva de todo o documento capaz de cativar e prender a atenção dos investidores.

Algumas questões a que o sumário executivo deve responder:

- Porque constitui uma proposta inovadora e vencedora?
- Quais os recursos humanos e financeiros que são necessários? Quais são os pontos fortes e fracos do projeto?
- Qual o prazo previsto para começar a apresentar lucros?
- Quais as suas experiências relevantes para o projeto concreto?

Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

1. Sumário Executivo (3/3)

Aspetos a ter em conta na redação do sumário executivo:

- Deverá ser preparado com um elevado rigor, transparência e coerência em relação aos conteúdos apresentados no durante todo o Plano de Negócios;
- Urge passar uma mensagem clara de forma a encorajar os analistas a rever o plano completo.
- Deverá ser revisto por alguém que seja neutro e que goze da confiança de quem o elaborou.
- Deverá ser um último campo do Plano a elaborar.

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

Estrutura Base

1. Sumário Executivo
- 2. A Empresa**
3. A Ideia, o Produto / Serviço e o Mercado
4. Plano de Marketing
5. Riscos e Estratégias Associadas
6. Plano Financeiro
7. Atualização e Controlo



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

2. A Empresa: Descrição da Entidade Empresarial (1/2)

É fundamental que todas as pessoas com interesse na concretização de uma ideia num projeto estejam familiarizadas com:

- Historial da empresa (no caso de ser uma nova empresa há a necessidade de justificar o porquê da sua criação)
- Objetivos gerais, missão, visão e valores
- Áreas de negócio e público-alvo
- Competências e aptidões da organização

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

2. A Empresa: Descrição da Entidade Empresarial (2/2)

É fundamental que todas as pessoas com interesse na concretização de uma ideia num projeto estejam familiarizadas com:

- Resposta à questão: *Como é que o projeto surgiu e como foi introduzido na empresa?*
- Posicionamento estratégico e vantagens competitivas
- Pontos fortes e fracos do projeto na ótica dos seus promotores

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

2. A Empresa: Estrutura Organizacional (1/2)

A organização é um instrumento básico para o desenvolvimento e implementação de qualquer projeto, daí a importância em conhecer a solidez organizacional a nível dos seus recursos materiais, humanos, tecnológicos, financeiros, ...

- Organigrama e estrutura de governação da organização
- Acionistas ou sócios da organização
- Motivação da Gestão e competências denotadas a nível da liderança de uma equipa de trabalho
- Número de colaboradores existentes
- Qualificações académicas dos RH

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

2. A Empresa: Estrutura Organizacional (2/2)

A organização é um instrumento básico para o desenvolvimento e implementação de qualquer projeto, daí a importância em conhecer a solidez organizacional a nível dos seus recursos materiais, humanos, tecnológicos, financeiros, ...

- Competências gerais e individuais do capital humano
- Necessidade de afetar RH ao projetos com outros perfis e/ou formações curriculares
- Parceiros



É fundamental neste ponto perceber de que forma a experiência passada dos empresários pode contribuir para o sucesso do projeto..

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

Estrutura Base

1. Sumário Executivo
2. A Empresa
- 3. A Ideia, o Produto / Serviço e o Mercado**
4. Plano de Marketing
5. Riscos e Estratégias Associadas
6. Plano Financeiro
7. Atualização e Controlo



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

3. A Ideia, o Produto / Serviço e o Mercado(1/8)

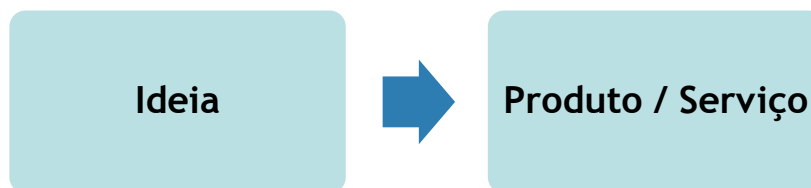
Por mais bem organizada que esteja uma organização ou entidade empresarial, a sua razão de existir deixaria de ter fundamento se não fossem os produtos e serviços que tomam expressão por intermédio da sua atividade e que resultam de uma ideia inovadora ou até mesmo de uma invenção!

Algumas questões que devem ser contempladas:

- Apresentação da ideia;
- Indicação da origem da ideia assim como dos seus pressupostos;
- Demonstração do potencial inerente à concretização da ideia num produto/serviço financeiramente rentável.

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

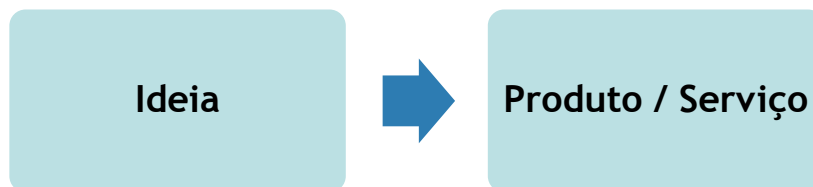
3. A Ideia, o Produto / Serviço e o Mercado(2/8)



- Resumo do Projeto: especificação exata do produto, serviço, processo de produção (...), evidenciando as especificações técnicas que lhe estão associadas, bem como os equipamentos/materiais/equipa necessários. (*O que é o produto ou serviço?*)
- Todas as atividades de lançamento do produto devem ser descritas e, por cada atividade, todas as ações necessárias. (A descrição deverá ter um pendor o mais realista possível, na medida em que é nesta fase que os intervenientes devem a ser mais otimistas)

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

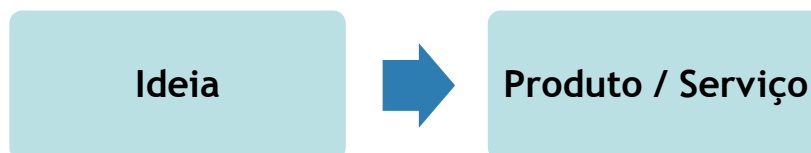
3. A Ideia, o Produto / Serviço e o Mercado(3/8)



- Indicação da razão de ser do produto / Serviço: *Por que é que todos o vão comprar?*
- Demonstração dos fatores críticos de sucesso | vantagens competitivas.
- A ênfase será dada ao produto/serviço tendo em conta as patentes e/ou licenças que lhes estão associadas.
- Especificação do tempo alocado a cada atividade (com e sem constrangimentos).
- Importância das Atividades de Investigação e Desenvolvimento à prossecução do projeto

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

3. A Ideia, o Produto / Serviço e o Mercado(4/8)



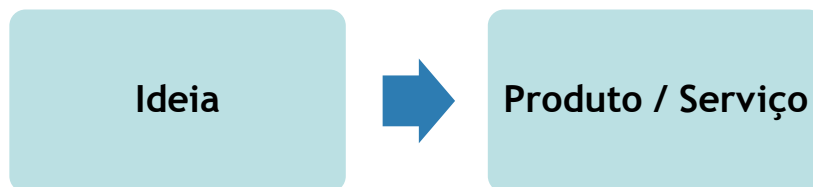
- Em termos de Marketing os produtos podem ser definidos em duas classes básicas: Market pull e product push.

Market pull
<ul style="list-style-type: none">• Resultado de uma necessidade de mercado não satisfeita.

Product push
<ul style="list-style-type: none">• Resultado de uma invenção ou do desenvolvimento para a qual se procura encontrar uma aplicação.• Normalmente provém de um trabalho de pesquisa por parte da empresa

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

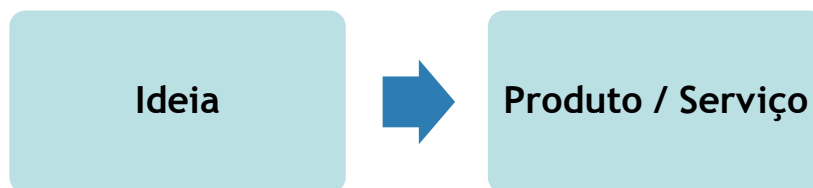
3. A Ideia, o Produto / Serviço e o Mercado(5/8)



- Objetivos (qualitativos e quantitativos)
- Análise SWOT
- Mercado-alvo do produto / serviço
- A capacidade de gestão do negócio dos promotores e grau de motivação associado ao projeto (é premente que o avaliador constate que a equipa terá capacidade de transformar a ideia em vendas que possam gerar a margem prevista).

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

3. A Ideia, o Produto / Serviço e o Mercado(6/8)



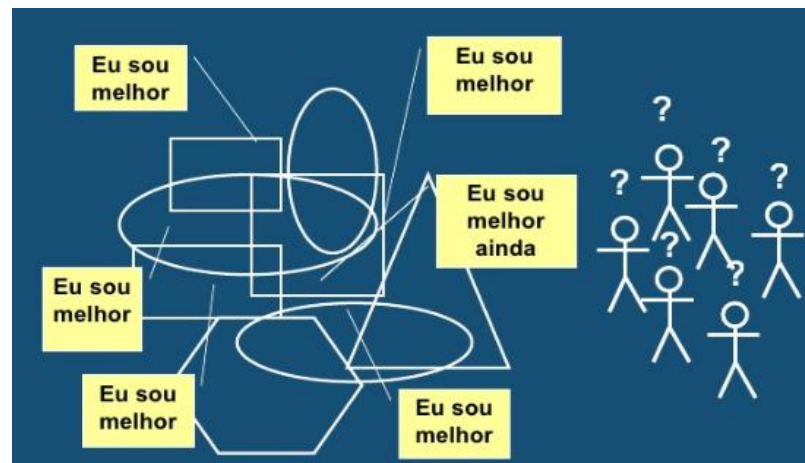
- Demonstração dos fatores críticos de sucesso (Objetivo: antecipar as ações necessárias e os recursos que deverão ser mobilizados no sentido de reduzir o risco do Projeto; ponto de partida para a realização dos planos de contingência)
- Anúnciação das patentes e/ou licenças que estão associadas ao produto /serviço.
- Especificação do tempo alocado a cada atividade (com e sem constrangimentos).
- Importância das Atividades de Investigação e Desenvolvimento à prossecução do projeto.

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

3. A Ideia, o Produto / Serviço e o Mercado(7/8)

Modelo de Negócio e Proposta de Valor: Por que razão devem comprar o MEU produto?

- Deverá ser apresentada a cadeia de valor associada ao produto/serviço, com a definição clara das atividades que se encontram quer a montante quer a jusante da materialização da ideia ou invenção.



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

3. A Ideia, o Produto / Serviço e o Mercado(8/8)

- Perguntas adicionais a responder aquando da descrição do produto / serviço / projeto:
 - 1) Será a empresa a produzir e/ou desenvolver o produto / serviço ou irá subcontratar esse trabalho?
 - 2) Quais são os custos de produção e/ou de desenvolvimento?
 - 3) Qual a quantidade de matéria-prima que tem de ser adquirida (a verificar-se um processo produtivo)? Em que condições deverá ser armazenada ou comprada? Quais são os fornecedores e qual a relação empresa-fornecedor?
 - 4) Qual o tempo de entrega após a ordem de compra?

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

Estrutura Base

1. Sumário Executivo
2. A Empresa
3. A Ideia, o Produto / Serviço e o Mercado
- 4. Plano de Marketing**
5. Riscos e Estratégias Associadas
6. Plano Financeiro
7. Atualização e Controlo



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

4. Plano de Mkt (1/8)

Análise do mercado subjacente: Descrição da situação atual, com vista à compreensão dos problemas existentes. O objectivo desta fase do plano é perceber como funciona o mercado e quais os cenários de desenvolvimento mais prováveis.

- Analisar o meio envolvente da empresa (envolvente contextual e transaccional);
- Determinar a dimensão atual e potencial da empresa;
- Segmentar o mercado: *Qual a parcela de mercado que a empresa visa atingir? | Com base em que critérios é feita essa divisão do mercado real e potencial? | Como são quantificados esses segmentos?;*

Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



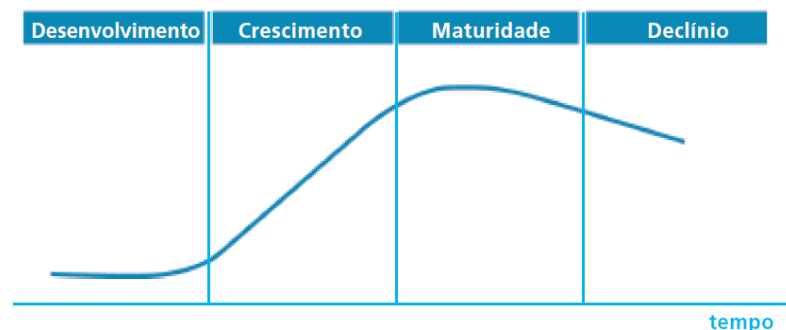
III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

4. Plano de Mkt (2/8)

Análise do mercado subjacente: Descrição da situação atual, com vista à compreensão dos problemas existentes. O objectivo desta fase do plano é perceber como funciona o mercado e quais os cenários de desenvolvimento mais prováveis.

- Paralelamente à dimensão do mercado, é importante considerar o estado de desenvolvimento do mesmo. As fases típicas são as seguintes:

- 1) Introdução/Desenvolvimento
- 2) Crescimento
- 3) Maturidade
- 4) Declínio



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

4. Plano de Mkt (3/8)

Análise do mercado subjacente: Descrição da situação atual, com vista à compreensão dos problemas existentes. O objectivo desta fase do plano é perceber como funciona o mercado e quais os cenários de desenvolvimento mais prováveis.

- Comportamento de Consumo: *Quem são os consumidores? | Onde, quando e quanto consomem? | Quais as suas motivações ao consumirem produto? | Qual o valor psicológico que eles atribuem ao produto?*
- Comportamento de Compra: *Quem, onde e quando é que os clientes reais compram? | Quem são os verdadeiros influenciadores da compra?*

Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

4. Plano de Mkt (4/8)

Análise da concorrência: Descrição da situação atual, com vista à compreensão dos desafios a enfrentar.

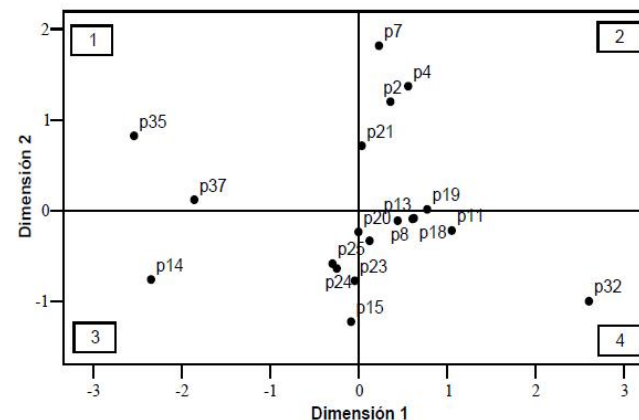
- Identificação dos principais concorrentes (localização geográfica, histórico de atividade e mercado)
- Quotas de mercado atuais e respetiva evolução (em quantidade e em valor)
- Notoriedade de cada uma das marcas concorrentes
- Posicionamento estratégico da concorrência
- Política de Mkt-mix praticada pela concorrência

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

4. Plano de Mkt (5/8)

Estratégia Comercial: É neste passo que todas as decisões de carácter estratégico são tomadas. Aqui, define-se o rumo geral que se pretende imprimir à estratégia de marketing da empresa.

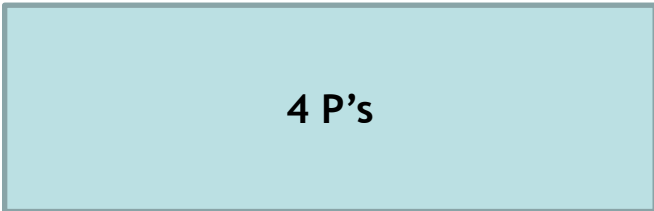
- Clientes Alvo
- Fontes de mercado
- Posicionamento



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

4. Plano de Mkt (6/8)

Marketing-mix (operacionalização): O objectivo desta fase é transformar os princípios básicos da estratégia em acções concretas a empreender ao nível do produto, do preço, da distribuição e da comunicação.



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

4. Plano de Mkt (7/8)

PRODUTO: 4 variáveis de Mkt-mix

- Produto: apresentar respostas a todas as potenciais perguntas sobre o design e funcionalidades dos produtos.
- Comunicação: é uma das variáveis mais importantes do Mkt-mix (força de vendas, estratégias de publicidade, relações públicas, ...). Inclui: a definição do modo como se transmitirá a mensagem aos clientes; a explicação da escolha de determinado veículo de comunicação e o modo como pretende alcançar o mercado-alvo; o custo da campanha e o respetivo *timing*; e, a explicação dos vários métodos de promoção a utilizar.

Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

4. Plano de Mkt (8/8)

PRODUTO: 4 variáveis de Mkt-mix

- Distribuição: Definição do(s) modo(s) como os produtos estarão acessíveis aos clientes (tipo de canais a utilizar e o número e tipo de intermediários) e a respetiva fundamentação.
- Preço: a política de preço ajuda a posicionar os bens. É aqui que a empresa define as suas margens de lucro, através do estabelecimento de um preço para o produto devidamente creditado e justificado.

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

Estrutura Base

1. Sumário Executivo
2. A Empresa
3. A Ideia, o Produto / Serviço e o Mercado
4. Plano de Marketing
- 5. Riscos e Estratégias Associadas**
6. Plano Financeiro
7. Atualização e Controlo



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

5. Riscos e Estratégias Associadas (1/1)

- Nesta etapa, é fundamental enumerar os possíveis riscos que podem ocorrer em cada uma das diferentes fases do desenvolvimento do projeto, sendo que, para cada um deles, deverá ser verificada uma estratégia (“Plano B”) para aplicar, caso existam situações que não ocorram como o previsto.
- Assim, deverão ser criados planos de contingência que têm como objetivo descrever as medidas a serem tomadas por uma empresa para fazer com que seus processos vitais voltem a funcionar plenamente, ou num estado minimamente aceitável, o mais rápido possível, evitando assim uma paralisação prolongada que possa gerar maiores prejuízos.

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

Estrutura Base

1. Sumário Executivo
2. A Empresa
3. A Ideia, o Produto / Serviço e o Mercado
4. Plano de Marketing
5. Riscos e Estratégias Associadas
- 6. Plano Financeiro**
7. Atualização e Controlo

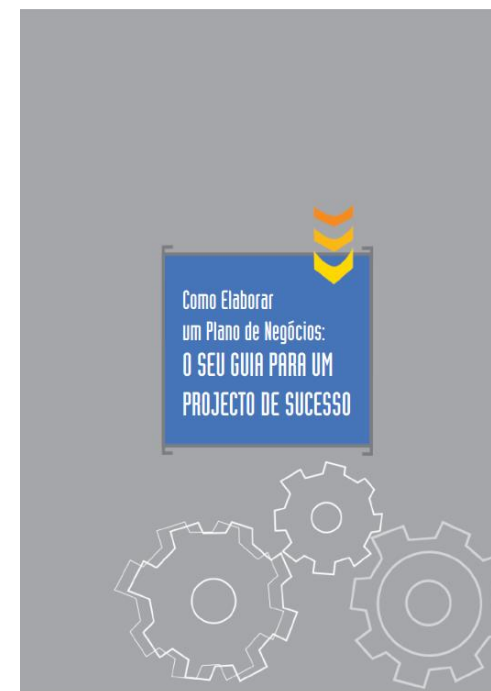


III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

6. Plano Financeiro

O IAPMEI, Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação, disponibiliza um Guia de Elaboração do Plano de Negócios bastante completo.

Este Guia contém uma explicação detalhada de como fazer um Plano Financeiro, seguindo o Modelo do Plano de Negócios FINICIA. Este é, aliás, o modelo de Plano Financeiro mais utilizado, estando disponível em www.iapmei.pt



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

6. Plano Financeiro

O Modelo do Plano de Negócios FINICIA consiste num documento Excel, com a seguinte estrutura:

- 1) Regras de Utilização
- 2) Pressupostos
- 3) Projeções de Vendas ou Volume de Negócios
- 4) Mapa de Custo de Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas
- 5) Fornecimento e Serviços Externos
- 6) Custos com o Pessoal
- 7) Investimentos
- 8) Investimento em Fundo de Maneio necessário
- 9) Financiamento
- 10) Demonstração de Resultados (P&B)
- 11) Mapa de Cash Flows
- 12) Plano Financeiro
- 13) Balanços
- 14) Indicadores Económico-Financeiros
- 15) Avaliação do Projeto ←
- 16) Gráficos Base
- 17) Cálculos Auxiliares

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

6. Plano Financeiro

Avaliação do Projeto

A avaliação da empresa ou projeto é apresentada através de 3 critérios fundamentais.

- Taxa Interna de Rendibilidade (TIR)
- *Payback Period*
- Valor Atual Líquido (VAL)

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

6. Plano Financeiro

Existem diversos instrumentos de financiamento disponíveis, embora seja importante perceber que a sua adequabilidade depende do estado de maturidade da start up.

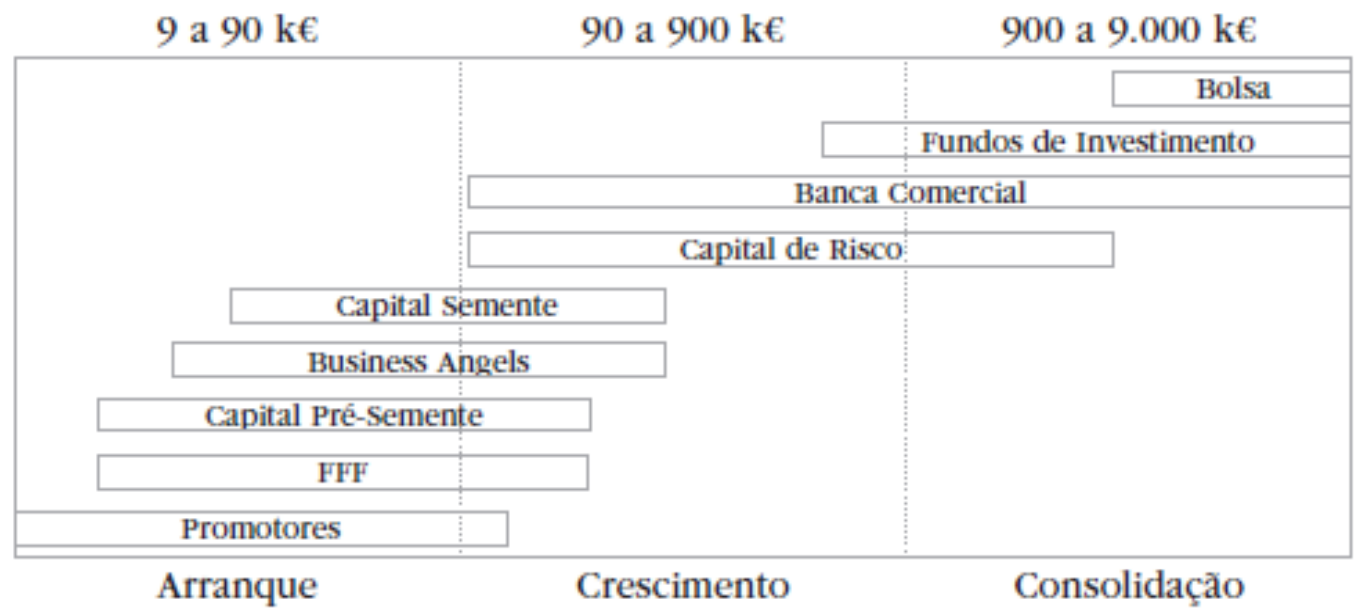


III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

6. Plano Financeiro

FFF: Family, Fools and Friends

Financiamento Inteligente



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

6. Plano Financeiro

Alguns instrumentos de financiamento disponíveis em Portugal:

- Business Angels
- Venture Capital
- QREN
- PAECPE
- CASES
- PRODER
- Passaporte para o Empreendedorismo

Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

6. Plano Financeiro

Business Angels (BA)

- São investidores com experiência profissional;
- Normalmente fazem os seus investimentos em nome individual, preferencialmente em oportunidades latentes (start-up ou early stage).
- A par da sua assistência financeira, o BA coloca à disposição do empreendedor a sua experiência e rede de contactos.



Informação adicional sobre os BA's: FNABA - Federação Nacional de Associações de Business Angels: www.fnaba.org; APBA - Associação Portuguesa de Business Angels: www.apba.pt.

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

6. Plano Financeiro

Venture Capital:

- O Venture Capital (Capital de Risco) designa, usualmente, a atividade de capital orientada para investimento nas primeiras fases do ciclo de vida das empresas.
- Normalmente, este tipo de investimento foca-se em projetos de elevado potencial, com o risco inerente: quanto maior o risco, maior a rentabilidade.
- A lista das Venture Capitals existentes em Portugal pode ser obtida em: www.apcri.pr (sociedades de capital de risco que estão associadas da APCRI) e www.cmvm.pt (sociedades e os fundos de capital de risco uma vez que é uma atividade supervisionada pela CMVM)

III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

6. Plano Financeiro

QREN (Quadro de Referência Estratégico Nacional):

O QREN apoia investimentos em projetos, através do Sistema de Incentivos → Inovação - Empreendedorismo Qualificado.

Processo para a candidatura e prazos:

<http://www.pofc.qren.pt/concursos/concursos-abertos>



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

6. Plano Financeiro

PAECPE

O Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP) disponibiliza o Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação do Próprio Emprego (PAECPE), composto por 3 medidas:

- Apoios à Criação de Empresas através de linhas de crédito
- Plano Nacional de Microcrédito
- Apoios à Criação do Próprio Emprego por Beneficiários de Prestações de Desemprego

Mais informações em www.iefp.pt.

Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

6. Plano Financeiro

CASES - Cooperativa António Sérgio para a Economia Social:

- O CASES é um Programa Nacional de Microcrédito, no âmbito do Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Economia Social (PADES).
- O microcrédito é um instrumento de financiamento de pequeno montante que visa apoiar a concretização de pequenos projetos de investimento com viabilidade financeira, ao mesmo tempo que tem como propósito facilitar o acesso ao crédito de pessoas sem emprego ou em risco de exclusão social.

Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

6. Plano Financeiro

PRODER - Programa de Desenvolvimento Rural:



Programa de Desenvolvimento Rural

- O *PRODER* é um instrumento estratégico e financeiro de apoio ao desenvolvimento rural do continente para o período 2007-2013.
- O PRODER visa implementar o Plano Estratégico Nacional (PEN) que contempla a definição das orientações fundamentais para a utilização nacional do FEADER.

Co-Financiamento:



Promotor:



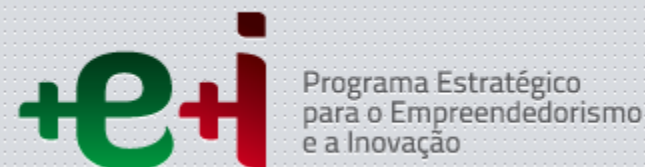
Apoio técnico:



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

6. Plano Financeiro

Passaporte para o Empreendedorismo



Criado recentemente, o Passaporte para o Empreendedorismo pretende estimular jovens qualificados a desenvolverem o seu projeto de empreendedorismo, facultando um conjunto de ferramentas técnicas e financeiras.

→ Incentivo mensal no valor de 691,70 euros a atribuir a jovens empreendedores até um máximo de 12 meses.

Mais informações em: www.impulsojovemportugal.pt

Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

Estrutura Base

1. Sumário Executivo
2. A Empresa
3. A Ideia, o Produto / Serviço e o Mercado
4. Plano de Marketing
5. Riscos e Estratégias Associadas
6. Plano Financeiro
- 7. Atualização e Controlo**



III. A Estrutura e os Elementos do Plano de Negócios

7. Atualização e Controlo (1/1)

- O controlo e a atualização não são mais do que duas faces da mesma moeda.
- Por um lado, o controlo das actividades é um imperativo para impedir que estas se tornem ineficazes. É simplesmente crucial demonstrar a quem está a financiar que o negócio está a ser devidamente acompanhado.
- Por outro lado, e atendendo à velocidade a que o mercado muda atualmente, é importante introduzir ajustamentos frequentes, de forma a que o plano continue a ser um documento útil. O plano de negócios é um instrumento de trabalho e não algo imutável.

Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:



FONTES DE INFORMAÇÃO

- **Como elaborar um Plano de Negócios: O seu guia prático para um projeto de sucesso – IAPMEI** (disponível em <http://www.iapmei.pt/resources/download/GuiaPraticodoCapitaldeRisco2604.pdf>).
- **Guia Prático do Empreendedor – Programa Estratégico para o Empreendedorismo e a Inovação** (disponível em <http://www.ei.gov.pt/guia-empendedor/>)
- **Como Elaborar um Plano de Negócio – SEBRAE** (disponível em http://www.sebraemg.com.br/arquivos/parasuaempresa/planodenegocios/plano_de_negocios.pdf)
- **Soluções financeiras para pequenas empresas – FINICIA** (disponível em <http://www.iapmei.pt/iapmei-mstplartigo-01.php?temaid=108&msid=12>)

EXERCÍCIO



Co-Financiamento:



Promotor:



Apoio técnico:

