

**ItFetep - Incubadora Tecnológica de São Bento do Sul**

R. Luiz Fernando Hastreiter, 320
Centenário
89283-081 - São Bento do Sul - SC

Fone: (47) 3631-4350

www.itfetep.org.br
secretaria@fetep.org.br

Empreendedor

Apresentação da empresa

Instruções:

Pessoa física:

CPF:

RG:

Endereço residencial:

Telefone:

E-mail:

Razão social (se houver):

Nome Fantasia:

CNPJ (se houver):

Site:

Composição do capital social

	Informações por sócio			
	Nome do sócio	Número de quotas	Valor R\$	%
Sócio 1	Inf	Inf	Inf	Inf
Sócio 2	Inf	Inf	Inf	Inf
Sócio 3	Inf	Inf	Inf	Inf
Total	Inf	Inf	Inf	Inf

Perfil Individual dos Sócios (Formação/Qualificações)

Instruções:

Elaborar um breve resumo:

Formação acadêmica:

Qualificações:

Habilidades e experiência profissional dos sócios:

Carga horária semanal de dedicação ao empreendimento:

Outras atividades que desenvolverá em paralelo ao empreendimento (universidade, emprego, etc)

Tecnologia

O Produto/Serviço - Características

Instruções:

Relacionar as principais características dos produtos e serviços: para que se destinam, como são produzidos, os recursos utilizados, fatores tecnológicos envolvidos etc.

Diferencial tecnológico

Instruções:

Relacionar o diferencial tecnológico dos produtos e serviços da empresa em relação à concorrência. Para manter-se competitivo é necessário estar atualizado quanto às tendências tecnológicas.

Pesquisa e desenvolvimento

Instruções:

A empresa deve cultivar um plano de desenvolvimento de novos projetos, produtos e tecnologias, que atendam às demandas futuras do mercado e deve expressar quais suas perspectivas para o futuro. É importante que o empreendedor perceba que todo produto tem um ciclo de vida e que, para manter-se na vanguarda, precisa continuamente estar pesquisando e desenvolvendo novos projetos. Não é efetivo centrar-se apenas no projeto/produto atual.

Gestão

Missão

Instruções:

A missão da empresa deve refletir a razão de ser da empresa, qual o seu propósito e o que a empresa faz; corresponde a uma imagem/filosofia que guia a empresa.

Objetivos

Instruções:

De maneira bem sucinta, o que a empresa quer conquistar? É isto que este item deve esclarecer. Os objetivos da empresa devem ser definidos de maneira quantitativa, passível de mensuração. Por exemplo: qual a participação de mercado pretendida pela empresa? Quanto ela quer faturar? Em quanto tempo? Quanto quer crescer ao ano? E assim por diante.

Definição da Empresa

Instruções:

Neste item, descreva a empresa:

Histórico:

Área de atuação:

Crescimento:

Faturamento dos últimos anos (se houver):

Estrutura legal:

Os novos empreendedores que estiverem iniciando sua empresa a partir deste plano de negócios, devem explicar a área de atuação.

Estrutura Organizacional

Instruções:

Demonstrar como a empresa será estruturada/organizada (ex.: área comercial, administrativa, técnica, etc) relacionando a área de competência de cada sócio nesta estrutura e suas atribuições.

Pontos fortes e fracos

Instruções:

Neste item, o empreendedor deve olhar para dentro de sua empresa – disponibilidade de recursos, disponibilidade de pessoal, qualificação do pessoal, rede de parcerias, etc. Quais são os pontos fortes e os pontos fracos desta estrutura interna?

Ameaças e Oportunidades

Instruções:

Com base no que pesquisou e escreveu até o momento e em tudo o que sabe sobre seu negócio, o empreendedor deve ter identificado um conjunto de oportunidades que poderá explorar para crescer e ter sucesso, bem como um conjunto de ameaças, que deverá administrar adequadamente para resguardar sua empresa do fracasso.

Na identificação das ameaças e oportunidades o empreendedor deve olhar para fora de sua empresa e buscar os mais diversos aspectos que podem afetar seu negócio: concorrentes, mercado consumidor, legislação, tecnologia, etc.

Vale ressaltar aqui que oportunidades não identificadas ou não aproveitadas devidamente, podem se transformar em ameaças. E ameaças bem administradas podem ser transformadas em oportunidades. Portanto, este item merece atenção especial do empreendedor que está planejando seu negócio.

Parceiros

Instruções:

É importante que o empreendedor perceba que sua empresa não pode estar sozinha. Ela precisa de parceiros para se viabilizar e crescer. Deve-se identificar os parceiros do negócio, a natureza da parceria e como cada um deles contribui para o produto/serviço em questão e para o negócio como um todo.

Estratégias

Instruções:

Após identificar as ameaças e oportunidades no ambiente externo do negócio e os pontos fortes e fracos internamente na empresa, o empreendedor deverá definir as estratégias, os caminhos que irá trilhar para chegar aos objetivos propostos. As estratégias afetam a empresa como um todo e definem sua postura perante o mercado.

Alguns aspectos que o empreendedor deverá refletir ao definir as estratégias são:

Os investimentos para implantação e crescimento da empresa serão feitos com recursos próprios ou será buscado recurso externo?

No caso de recursos externos, que tipo de recurso o empreendedor vislumbra obter?

Quais parcerias serão estabelecidas para a decolagem do negócio?

Qual segmento do mercado será explorado (a empresa irá se posicionar inicialmente frente a um determinado público identificado ou irá atacar em diversas frentes)?

A empresa irá se diferenciar de seu concorrente em função de preço ou qualidade?

E outras questões que correspondam a fatores críticos ao sucesso do negócio em questão, segundo a percepção do empreendedor. Aqui ele tem a oportunidade de mostrar sua "visão" dos negócios.

Mercado

Cientes

Instruções:

Descrever quem são os clientes potenciais que a empresa pretende atender:

Quais são as necessidades destes e como o produto/serviço poderá atendê-los:

É fundamental procurar conhecer o que influencia os futuros clientes na decisão de comprar produtos/serviços: qualidade, preço, facilidade de acesso, garantia, forma de pagamento, moda, acabamento, forma de atendimento, embalagem, aparência, praticidade etc.

Concorrentes

Instruções:

Descrever quantas empresas estão oferecendo produtos ou serviços semelhantes:

Qual é o tamanho dessas empresas:

Principalmente, em que a empresa nascente se diferencia delas.

Diversas características podem ser o foco dessa análise, tais como: qualidade, preço, acabamento, durabilidade, funcionalidade, embalagem, tamanho, qualidade no atendimento, facilidade de acesso, forma de apresentar a mercadoria e o nível de satisfação em relação às mercadorias ou serviços disponíveis.

É importante que o empreendedor esteja atento a tudo o que acontece em sua volta, porque produtos, serviços e tecnologias que aparentemente não constituem uma ameaça, podem vir a substituir o seu produto ou a tornar seu negócio obsoleto. Cabe mencionar ainda a relevância de que a análise da concorrência não se restrinja ao ambiente local e regional; especialmente na área tecnológica, o concorrente pode estar em qualquer lugar do globo.

Fornecedores

Instruções:

É o conjunto de pessoas ou organizações que suprem a empresa de equipamentos, matéria-prima, mercadorias e outros materiais necessários ao seu funcionamento. Na escolha de fornecedores, deve-se considerar a qualidade, quantidade, preço, prazo, forma de pagamento e de entrega, garantia e assistência técnica de equipamentos e outras informações úteis, dependendo das mercadorias ou serviços a serem oferecidos.

Participação no Mercado

Instruções:

Identifica-se, neste item, a fatia de mercado da empresa, dentre os principais concorrentes. Mostra-se a situação atual, a performance e qual a participação da empresa no mercado. Para que o empreendedor possa planejar a participação desejada, deve, neste item realizar uma pesquisa de mercado (investigar informações como tamanho atual do mercado, quanto está crescendo ao ano, quanto está crescendo a participação de cada concorrente, nichos pouco explorados pelos concorrentes etc).

Plano de Marketing

Instruções:

O Plano de Marketing apresenta como o empreendedor pretende vender seu produto/serviço e conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda, sempre de acordo com a estratégia definida anteriormente acerca do posicionamento da empresa no mercado. Deve abordar:

- Seus métodos de comercialização:
- Diferenciais do produto/serviço para o cliente:
- Política de preços:
- Projeção de vendas:
- Canais de distribuição:
- Estratégias de promoção/comunicação e publicidade.

Estratégias de Vendas

Instruções:

Descreve-se aqui qual o público-alvo ao qual o produto/serviço será dirigido e como será apresentado para venda. Aqui o empreendedor deve explicitar o argumento central de venda que irá adotar, ou seja, o que será enfatizado em seu produto/serviço como ponto forte para que ele seja atrativo a seu público alvo. Por exemplo, pode-se enfatizar o fator preço, qualidade, marca, garantia/assistência técnica, benefícios potenciais ao cliente etc.

Diferencial Competitivo do produto

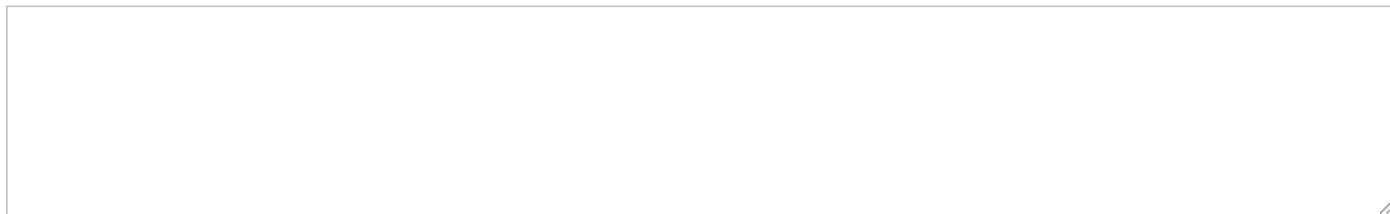
Instruções:

O empreendedor deve deixar claro qual o valor ou benefícios adicionais que seus clientes obtêm quando escolhem sua empresa em lugar da concorrência. Toda empresa deve concentrar esforços para alcançar desempenho superior em uma determinada área de benefício para o consumidor; pode esforçar-se para ser líder em serviços, em qualidade, em estilo, em tecnologia etc. O empreendedor deve identificar a vocação de sua empresa e enfatizá-la, porque é muito difícil liderar em todas as áreas.

Distribuição

Instruções:

Deve-se identificar e determinar os possíveis canais de distribuição para disponibilizar o produto/serviço, no local, tempo e quantidade certos, para melhor atender às necessidades do consumidor. A distribuição deve ser feita de maneira adequada para que seja possível dominar o seu nicho no mercado, através da maximização das vendas, alavancagem de marca, valor agregado, satisfação e lealdade dos clientes.



Política de preços

Instruções:

Indicar a estratégia de preços a ser adotada pela empresa e as margens de lucro a serem praticadas. É interessante listar um ranking de preços que permita um comparativo com a concorrência. O empreendedor deve demonstrar a lógica de sua estratégia:

Por que o preço praticado é efetivamente o melhor preço em termos de resultado para a empresa?

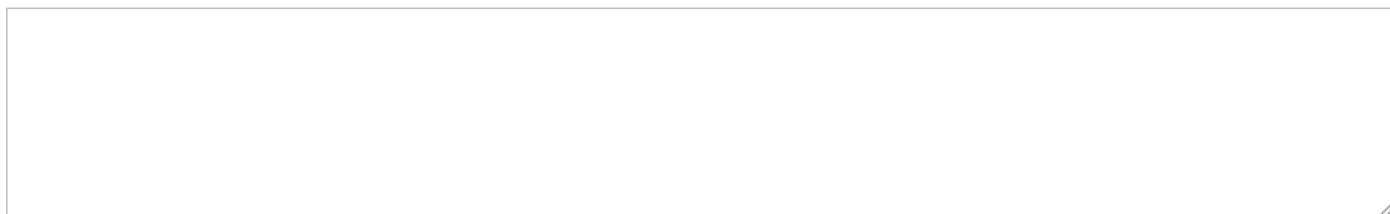
É melhor porque permite maior volume de vendas?

É melhor porque oferece maior margem de lucro?

Neste segundo caso, o cliente estará disposto a pagar por esta maior margem? Por que?

Enfim, o empreendedor deve buscar subsídios (em outras partes do próprio plano de negócios) para demonstrar que existe harmonia entre as diversas estratégias propostas.

Pausa para reflexão: O prezado leitor está percebendo como todos os itens acerca do qual estamos discorrendo estão estreitamente relacionados? Se você não estiver se sentido absolutamente amarrado ao escrever cada um destes itens, em relação ao que escreveu nos itens anteriores, dê uma pausa e volte a refletir em sua estratégia de negócio.



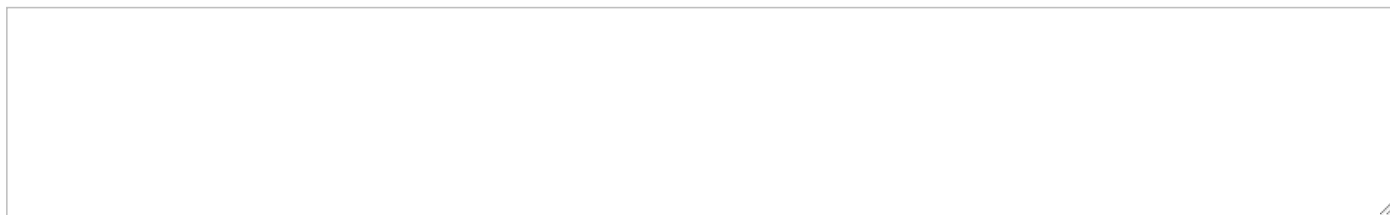
Projeção de vendas

Instruções:

Estima-se o quanto a empresa pretende vender ao longo do tempo, levando-se em conta a participação de mercado planejada. A demonstração das projeções deverá ser elaborada de acordo com a finalidade que se deseja: se desejo um controle operacional diário, as projeções deverão se iniciar em períodos diários, passando a semanais, mensais e assim por diante; se desejo um controle estratégico de médio prazo, os períodos da demonstração poderão ser mensais, trimestrais, e assim por diante; se desejo um controle estratégico de longo prazo, os períodos da demonstração poderão ser anuais; etc.

A seguir sugere-se uma forma bastante razoável de demonstração destas projeções para um período de 5 anos: mensalmente para o primeiro semestre, trimestralmente para o segundo, semestralmente para o segundo ano e anualmente para os três últimos.

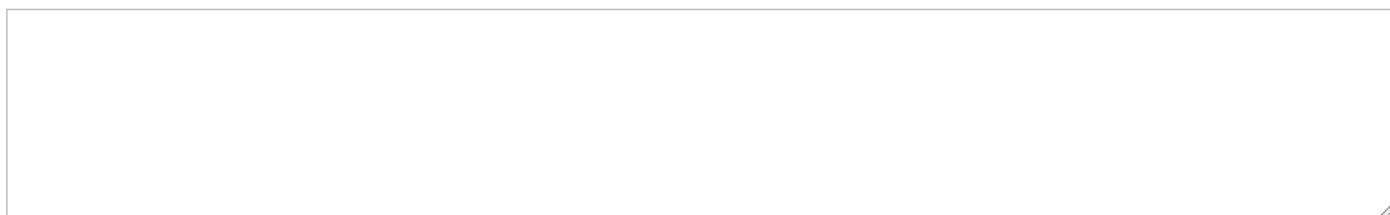
O empreendedor pode optar por adotar a técnica de cenários. Ou seja, ao invés de fazer uma única projeção, o que pode ser considerado extremamente arriscado num contexto de tanto incerteza e instabilidade como o atual, o empreendedor pode fazer, por exemplo, três projeções: uma tendencial (se as coisas continuarem como estão...), uma pessimista (se isto ou aquilo der errado...) e uma otimista (se isto ou aquilo der certo...). O empreendedor que se sente confortável para fazer estas diferentes projeções de maneira coerente e fundamentada comprova bom conhecimento de seu ambiente de negócios, porque precisa ter noção de tendências acerca das mais diversas variáveis que podem afetar sua empresa. Para a projeção das vendas, o empreendedor não deve esquecer de considerar se os produtos/serviços estão sujeitos a oscilações sazonais.



Serviços Pós-venda e Garantia

Instruções:

Neste item o empreendedor pode apontar os serviços de pós-venda e de garantia que a empresa oferece para seu cliente. Além deste tipo de serviço ser percebido de maneira positiva pelo cliente, ele é um importante canal de comunicação da empresa com seu ambiente de negócios, porque aponta preciosas informações de mercado que poderão nortear o aprimoramento do produto/serviço ou mesmo o processo de inovação da empresa.



Planejamento e Desenvolvimento do Projeto

Instruções:

Evidentemente, antes de se vender alguma coisa, é preciso ter um produto/serviço. Portanto, é preciso fazer um planejamento para o desenvolvimento "físico" do projeto. A pergunta chave é: quanto tempo será necessário até que a empresa possa começar efetivamente a vender?

Investimentos para implantação do negócio

Investimentos	Valor
	R\$
Instalações:	Inf
Custo de utilização do espaço físico:	Inf
Melhorias/Reformas:	Inf
Outros:	Inf
Equipamentos:	Inf
Móveis:	Inf
Computadores e programas:	Inf
Outros equipamentos:	Inf
Total	Inf

Receitas

Instruções:

No item " Projeção de Vendas" o empreendedor já definiu a projeção das suas vendas esperadas para o horizonte de cinco anos. Com estes dados em mãos, juntamente com a determinação do preço a ser praticado pelo seu produto ou serviço, poderá visualizar suas vendas em termos de valores, as quais denominamos de receitas.

Custos e Despesas

Instruções:

Neste item deverão ser levantados todos os valores que serão despendidos para a produção do produto/serviço que a empresa está se propondo. Deverão ser levantados tanto os custos de produção quanto as despesas relativas ao suporte à produção como à administração, vendas etc. Por questões de simplificação adotaremos a nomenclatura de despesas a todos os custos e despesas incorridos pela empresa. Estas despesas poderão ser denominadas de fixas ou variáveis. A diferenciação entre ambas é a sua relação direta com o volume de produção/vendas ou não, isto é, as despesas variáveis irão sofrer acréscimos (ou decréscimos) proporcionalmente ao aumento (redução) do volume produzido/vendido, enquanto que as fixas poderão ter aumentos também mas não diretamente proporcionais à produção/vendas. (Obs: neste primeiro momento não será necessário levar em consideração os efeitos da inflação utilizando-se dos valores atuais, tanto de receitas como de despesas, para as projeções futuras).

Custos Fixos

Custos Fixos	Valor
	R\$
Pró-labore:	Inf
Encargos sociais sobre o pró-labore:	Inf
Salários:	Inf
Encargos sociais sobre salários:	Inf
Seguros:	Inf
Despesas bancárias:	Inf

Juros:	Inf
Honorários contábeis:	Inf
Material de expediente:	Inf
Despesas de viagens:	Inf
Água:	Inf
Energia elétrica:	Inf
Manutenção e conservação:	Inf
Telefone:	Inf
Propaganda:	Inf
Transporte:	Inf
Correios:	Inf
Financiamentos:	Inf
Depreciação:	Inf
Outros;	Inf

Custos variáveis

Custos variáveis	Valor
	R\$
Matéria-prima:	Inf
Insumos diretos:	Inf
Comissão de vendas:	Inf
Outros:	Inf

Impostos e comissões

Impostos e comissões	Valor
	R\$
ICMS:	Inf
ISS:	Inf
COFINS:	Inf
PIS:	Inf
CSLL:	Inf
IR:	Inf
Comissões:	Inf

Fluxo de caixa

Instruções:

O fluxo de caixa é um instrumento que tem como objetivo básico, a projeção das entradas (receitas) e saídas (custos, despesas e investimentos) de recursos financeiros por um determinado período de tempo. Com o fluxo de caixa, o empreendedor terá condições de identificar se haverá excedentes ou escassez de caixa durante o período em questão, de modo que este constitui um importante instrumento de apoio ao planejamento da empresa especialmente na determinação de objetivos e estratégias. Evidentemente não haverá condições de executar-se um plano sem disponibilidade financeira para tal.

A partir das informações levantadas nos itens anteriores, juntamente com investimentos adicionais que porventura venham a ser feitos e retirando-se itens não monetários (quando não existe o efetivo pagamento da despesa, é somente um valor contábil. P.Ex.: depreciação), o fluxo de caixa pode ser montado.

Fluxo de Caixa - Ano

Descrição	Meses/2014											
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
(+) ENTRADAS	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Vendas à vista:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Vendas 30 dias:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Vendas 60 dias:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Contas a receber:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Aplicações financeiras:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Juros recebidos:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf

Receitas de aluguel:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
(=) TOTAL DE ENTRADAS	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
(-) SAÍDAS	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Materiais:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Salários:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Encargos sociais:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Fornecedores 30 dias:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Fornecedores 60 dias:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Comissões:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Investimentos de equipamentos:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Impostos:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Manutenção:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Mão de obra direta:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
Juros:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
(=) TOTAL DE SAÍDAS	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
(=) Saldo anterior:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
(+) Total de entradas:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
(-) Total de saídas:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
(=) Sub-total:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
(+) Empréstimo financeiro:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
(-) aplicação financeira:	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf
(=) SALDO FINAL DE CAIXA	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf	Inf

Demonstrativo de Resultados / Lucratividade Prevista

Instruções:

Com base nos valores já identificados, relativos às entradas e saídas da empresa, o empreendedor poderá utilizar a planilha "Demonstrativo de Resultados" para chegar à lucratividade de seu negócio. A partir disso, terá condições de apurar informações cruciais como o retorno que terá sobre o capital investido na empresa e o prazo de retorno sobre o investimento inicial. Isto é fundamental para que se avalie o grau de atratividade do empreendimento. Por exemplo: você investiria anos de sua vida num negócio que não pode lhe oferecer retorno melhor que uma aplicação financeira de baixo risco?

Demonstrativo de resultados

Descrição	Valores	
	R\$	%
1. Receita total de vendas:	Inf	Inf
2. Custos variáveis totais:	Inf	Inf
(-) Custos cm materiais diretos e/ou CMV:	Inf	Inf
(-) Impostos sobre vendas:	Inf	Inf
(=) Subtotal:	Inf	Inf
3. Margem de contribuição (1-2)	Inf	Inf
4. (-) Custos fixos totais:	Inf	Inf
5. Resultado Operacional (lucro/Prejuízo)	Inf	Inf

Ponto de Equilíbrio

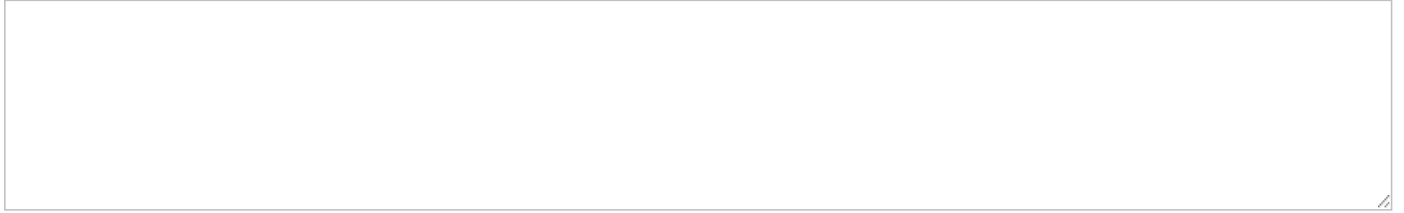
Instruções:

O cálculo do ponto de equilíbrio ajuda o empreendedor a encontrar qual o nível de vendas em que a receita será igual a todas as saídas de caixa da empresa. Isto é importante porque indica qual o nível mínimo de vendas que a empresa deverá manter para que não opere com prejuízo. De uma forma simplificada poderemos identificar o Ponto de Equilíbrio (PE) através da seguinte fórmula:

$$IMC = \frac{\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total}}{\text{Receita Total}}$$

$$P.E. = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{IMC}$$

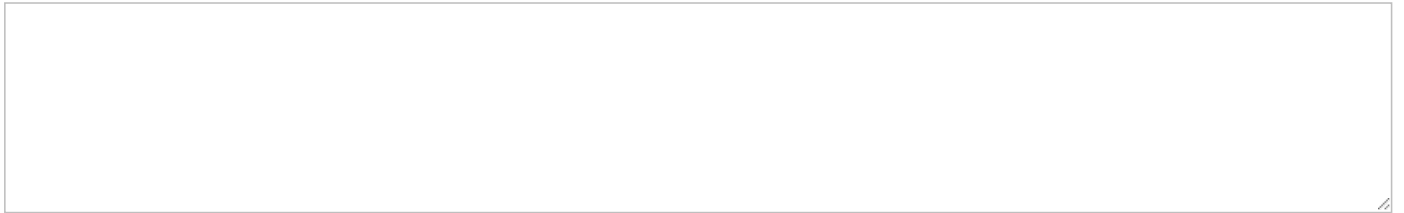
IMC



Balço Patrimonial

Instruções:

No caso de empresas já constituídas, é conveniente apresentar o balanço patrimonial, que possibilita a visualização das disponibilidades e obrigações de curto e longo prazo da empresa e, assim, uma avaliação da solidez da empresa.



Source: sis/60108