



***Você arriscaria o seu dinheiro e o seu futuro sem ter um Plano de Negócios?***

**Adaptado para o modelo CERNE 1 – ANPROTEC**

**CAPA**

**NOME DA EMPRESA**

***TWITTER PITCH - FOCO DO NEGÓCIO***

Descrever resumidamente o foco do negócio, ou seja, o leitor deverá compreender com clareza o que a sua empresa faz ou pretende fazer. Exemplo: A natureza do negócio será o desenvolvimento de soluções tecnológicas para o setor de telecomunicações, especificamente, focada na produção de equipamentos para radiodifusão.

ÍNDICE

[**1 SUMÁRIO EXECUTIVO (1 página) 4**](#_heading=h.1hmsyys)

[**2 OPORTUNIDADE (Até 2 páginas) 4**](#_heading=h.3dy6vkm)

[**3 PLANO DO EMPREENDEDOR (Até 1 página) 4**](#_heading=h.41mghml)

[**4 PLANO DE GESTÃO (Até 2 páginas) 4**](#_heading=h.2s8eyo1)

[**5 PLANO TECNOLÓGICO (Até 3 páginas) 5**](#_heading=h.2grqrue)

[**6 PLANO DE MERCADO - PARTE I - Análise de Mercado (Até 4 páginas) 6**](#_heading=h.vx1227)

[O Setor 6](#_heading=h.3fwokq0)

[Mercado-alvo / Público-alvo – Segmentação 6](#_heading=h.4i7ojhp)

[Mercado Concorrente 6](#_heading=h.1ci93xb)

[Mercado Fornecedor 6](#_heading=h.1v1yuxt)

[**7 PLANO DE MERCADO - PARTE II - Estratégia (Até 4 páginas) 6**](#_heading=h.2bn6wsx)

[Posicionamento do Produto/Serviço 6](#_heading=h.4f1mdlm)

[Promoção – Divulgação do Produto/Serviço 6](#_heading=h.2u6wntf)

[Praça – Distribuição e Comercialização 7](#_heading=h.49x2ik5)

[Preço – Estratégia de Monetização 7](#_heading=h.19c6y18)

[Pós-Venda – Relacionamento com o Cliente 7](#_heading=h.3o7alnk)

[**8 CRONOGRAMA GERAL DE IMPLEMENTAÇÃO DO NEGÓCIO (1 página) 7**](#_heading=h.23ckvvd)

[**9 PLANO DE CAPITAL 7**](#_heading=h.3tbugp1)

[**10 ANEXOS 7**](#_heading=h.32hioqz)

| **SUMÁRIO EXECUTIVO (1 página)** |
| --- |

Breve descrição, contendo as principais informações de cada item do roteiro

* Apresentação da empresa e a oportunidade;
* Perfil dos empreendedores (um resumo da formação e experiência profissional);
* Inovação do Produto/Serviço;
* Um breve resumo do Mercado;
* Destacar sucessos da empresa ou dos empreendedores, tais como: matérias em jornais, prêmios recebidos, etc.;
* Relate a previsão de vendas anual em números e/ou percentual de crescimento anual, informações financeiras com valor do investimento inicial para constituir o negócio, a necessidade de aporte de capital, previsão de vendas, previsão de custos, fluxo de caixa e o Demonstrativo do Resultado do Exercício.

| **OPORTUNIDADE (Até 2 páginas)**  |
| --- |

* Descrever o problema/necessidade a ser resolvido pelo empreendimento e justificar sua relevância.
* Demonstrar como a empresa pretende resolvê-lo e qual é a vantagem de sua proposta.

| **PLANO DO EMPREENDEDOR (Até 1 página)**  |
| --- |

* Descrever as atribuições e responsabilidades de cada sócio e apresentar o mini currículo com descrição dos conhecimentos, experiência e habilidades.

| **PLANO DE GESTÃO (Até 2 páginas)**  |
| --- |

**Histórico**

* Apresentar um breve histórico de como surgiu o empreendimento / introdução do negócio.

**Equipe**

* Descrever como está (ou como será) a estrutura organizacional. Anexar um organograma.
* Demonstrar a capacidade técnica e gerencial da empresa, apresentando as principais pessoas envolvidas.

**Infraestrutura**

* Descrever qual é a infraestrutura física e equipamentos necessários para suportar o desenvolvimento do novo negócio.
* Apresentar quais destes equipamentos a empresa já possui e caso necessário, descrever como a empresa pretende obtê-los.

**Tipo de Personalidade Jurídica e Composição Societária**

* Apresentar o tipo de personalidade jurídica (Ltda, S.A etc), razão social escolhida e CNAEs das atividades principais;
* Descrever a composição acionária, inserindo um quadro com os sócios e suas respectivas participações.

**Parceiros e Terceiros**

* Apresentar um breve perfil dos principais parceiros e necessidade de terceirização.
* Explicar o seu papel e respectiva importância em relação ao negócio.

| **PLANO TECNOLÓGICO (Até 3 páginas)** |
| --- |

**Inovação do Produto/Serviço**

* Descrever a tecnologia que será empregada no desenvolvimento dos produtos ou serviços da empresa. Apresentar um comparativo com os benefícios de sua solução frente ao que já existe no mercado.

**O Produto ou Serviço**

* Descrever os produtos e/ou serviços que serão comercializados, seus principais atributos e funcionalidades.
* Identificar suas principais limitações.
* Citar o potencial de replicabilidade da tecnologia para novos produtos.
* Apresentar um diagrama de blocos representando o funcionamento da solução completa e imagens do protótipo se aplicável (em forma de anexo).

**Proteção Intelectual**

* Se aplicável ao negócio, demonstrar a estratégia de proteção intelectual. Caso a tecnologia/produto já seja protegida por patente, apresentar informações que permitem identifica-la.

**Aspectos Regulatórios**

* Identificar e descrever quais são os aspectos regulatórios que mais influenciam o negócio (licenciamento da empresa, produtos/serviços). Explicar como se dá tal influencia, destacando os potenciais impactos sobre o empreendimento e/ou mercado em questão.
* Apresentar estimativa de tempo para a regularização do negócio e qual o status atual da empresa.

**Cronograma de Desenvolvimento e Lançamento do Produto/Serviço**

* Apresentar o seu estágio de desenvolvimento e elaborar um cronograma que visualize as principais etapas de desenvolvimento do produto, até o seu efetivo lançamento no mercado. O cronograma deverá ser anexo.

| **PLANO DE MERCADO - PARTE I - Análise de Mercado (Até 4 páginas)**  |
| --- |

**O Setor**

* Descrever o tamanho do mercado nacional e mundial do segmento da empresa, se aplicável, identificar as tendências e características importantes ao negócio (tecnológica e mercadológica).

**Mercado-alvo / Público-alvo – Segmentação**

* Identificar e descrever os principais públicos-alvo do negócio. Agrupá-los em segmentos e explicar como se relacionam com o empreendimento em questão e, principalmente, como podem influenciar o seu sucesso;
* A segmentação poderá ser geográfica (local de atuação), demográfica (público-alvo), psicográfica (classe social, estilo de vida), comportamental (benefícios procurados) e tecnológica (por exemplo, desenvolvimento de software em linguagem de programação JAVA).
* Apresentar qual será a abordagem da empresa em relação a cada segmento identificado.

**Mercado Concorrente**

* Identificar e apresentar de maneira esquemática um breve perfil dos principais concorrentes do empreendimento, considerando concorrentes diretos, substitutos e novos entrantes.
* Compará-los aos produtos e/ou serviços da empresa em função daqueles aspectos mais relevantes para decisão de compra (ex: preço, desempenho etc) por parte dos diversos públicos-alvo do negócio (ex: distribuidores, usuários etc).
* Anexar uma tabela comparativa da sua solução com os principais concorrentes, especificando atributos (qualidade, preço, design, estilo, etc.).

**Mercado Fornecedor**

* Descrever resumidamente quais os insumos que serão consumidos e descrever como é (e como será) o fornecimento dos bens e serviços de que a empresa precisará para atuar em tal mercado. Identificar e apresentar um breve perfil dos principais fornecedores do empreendimento, considerando, principalmente, localidade e porte.

| **PLANO DE MERCADO - PARTE II - Estratégia (Até 4 páginas)**  |
| --- |

**Posicionamento do Produto/Serviço**

* Descrever como o produto irá posicionar-se no mercado, especificando a aplicação, as características, o estilo (design), os serviços oferecidos, a marca, o tamanho, a qualidade, entre outras. O posicionamento do produto refere-se à maneira como os consumidores devem perceber sua empresa e o seu produto em relação à concorrência.

**Promoção – Divulgação do Produto/Serviço**

* Descrever as ferramentas para a divulgação do produto.
* Propaganda – anúncios, Internet, rádio, TV, out-door.
* Comunicação visual – cartões de visita, fachada da empresa, material gráfico (catálogos, flyers, etc).
* Promoção de Vendas – descontos, brindes, prêmios, demonstração, etc.
* Merchandising – Exposição em eventos de terceiros, utilização por personalidades públicas, etc.
* Relações Públicas – matérias, artigos, palestras, seminários, feiras e relações com as “forças vivas” da comunidade.
* Marketing Direto – mala direta, telemarketing, etc.
* Marketing Digital (mídias sociais, marketing de conteúdo, etc).

**Praça – Distribuição e Comercialização**

* Descrever os canais de comercialização (venda direta, representante, distribuidora, atacadista, varejo ou e-commerce) do produto/serviço, política de estoques e vantagens da localização.

**Preço – Estratégia de Monetização**

* Explicar a forma de geração de receita, descrever os critérios que serão adotados para a composição dos preços, política de preços para cada canal de distribuição caso seja mais de um e realizar uma comparação com os preços já praticados no mercado.

**Pós-Venda – Relacionamento com o Cliente**

* Descrever como será o sistema de pós-venda da empresa: a empresa disponibilizará canais diretos de reclamações e sugestões (receptivo)? Terá um acompanhamento da satisfação (ativo)?



**CRONOGRAMA GERAL DE IMPLEMENTAÇÃO DO NEGÓCIO (1 página)**

* Inserir uma representação gráfica com a relação das principais ações estratégicas nos próximos anos para que o empreendimento atinja os objetivos propostos no presente plano.
* Quando relevante apresente os impactos que contribuirão para melhoria da sociedade (foco impactos ambientais e sociais).

| **PLANO DE CAPITAL**  |
| --- |

* Anexar a planilha financeira contendo das informações de investimentos iniciais, produtos, previsão de vendas, custos, fluxo de caixa e DRE.

| **ANEXOS** |
| --- |

* Relacione os arquivos anexados referente a cada item do plano;
* Anexar o Canvas Final.