



EDITAL Nº 2/2017

SELEÇÃO DE EMPRESAS PARA O PROGRAMA DE PRÉ-INCUBAÇÃO, INCUBAÇÃO E PRÉ-ACELERAÇÃO DE PROJETOS DE NOVOS NEGÓCIOS

ANEXO 3 – ESTRUTURA DO MODELO DE NEGÓCIOS (INCUBAÇÃO OU PRÉ-ACELERAÇÃO)

O Modelo de Negócios é o instrumento utilizado para decidir se vale a pena abrir, manter ou ampliar o negócio. Deve ser dinâmico e utilizado como subsídio para a tomada de decisões. Sua atualização deve ser constante, pois descreverá e apresentará o negócio ao público interessado como o cartão de visitas do empreendimento. Segue sugestão de estrutura do Modelo de Negócios.

CAPA

Nome da empresa; endereço; telefone; endereço eletrônico do *site* e *e-mail* da empresa; logotipo; nome dos responsáveis.

SUMÁRIO

Deve conter o título de todas as seções do plano, subseções (se for o caso) e suas respectivas páginas.

SUMÁRIO EXECUTIVO

Trata-se de uma síntese do conteúdo do Modelo de Negócios, razão pela qual deve ser o último item a ser redigido, pois depende dos anteriores. Sua função é oferecer ao leitor uma visão geral, mas resumida, do empreendimento, dos resultados a ser alcançados e das estratégias utilizadas para sua execução. Deve preparar e atrair o leitor para uma leitura com mais atenção e interesse. Deve ser direcionado a quem o modelo de negócios se destina (parcerias, investidores, financiamento, etc.).

O Sumário Executivo é decisivo; é um momento de “venda” da ideia, do negócio (Dolabela, 2000). Deve ter, no máximo, uma página.

1 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

1.1 Histórico e situação atual (*)

- Por que criar a empresa?
- Qual é o seu propósito?
- Qual é a natureza dos serviços ou dos produtos oferecidos?
- Como a empresa se desenvolveu ou se desenvolverá?

Centro Universitário IESB
www.iesb.br - Tel: (61) 3340-3747



EDITAL Nº 2/2017

SELEÇÃO DE EMPRESAS PARA O PROGRAMA DE PRÉ-INCUBAÇÃO, INCUBAÇÃO E PRÉ-ACELERAÇÃO DE PROJETOS DE NOVOS NEGÓCIOS

- Qual é o modelo de negócios e os seus diferenciais?
- Apresentar o STARTUP CANVAS (SC). Disponível no site <http://exame.abril.com.br/rede-de-blogs/inovacao-na-pratica/2014/04/27/15-canvas-para-fazer-a-inovacao-decolar/>
- Apresentar o Canvas Do Projeto. Disponível no site <https://methodkit.com/wp-content/uploads/files/MethodKitCanvasDoProjeto.pdf>
- Apresentar o BUSINESS MODEL CANVAS (BMC). Disponível no site <http://exame.abril.com.br/rede-de-blogs/inovacao-na-pratica/2014/04/27/15-canvas-para-fazer-a-inovacao-decolar/>

1.2 Dados da empresa:

1.2.1 Razão social

1.2.2 Nome fantasia

1.2.3 Endereço

1.2.4 Telefone com DDD

1.2.5 Endereço do *site*

1.2.6 *E-mail*

1.2.7 Informações dos proprietários (nomes, cargos, endereços e telefones, dados do diretor presidente e das principais pessoas da empresa)

1.2.8 Porte da empresa

1.2.9 Setor de atividade

1.2.10 Forma jurídica

1.2.11 Enquadramento tributário

1.2.12 Estrutura legal

1.2.13 Capital social envolvido

- Colocar na seção de Anexos a Cópia do CNPJ, Contrato Social e suas possíveis alterações e Alvará de Funcionamento (caso a empresa já esteja formalizada).

- Como está constituída a sociedade, quem são os sócios e qual é a participação de cada um no negócio?

- Qual é o envolvimento dos sócios (se todos retiram *pro-labore*, se há sócios com dedicação parcial, se já há sócios capitalistas etc.)?

- Preveem-se mudanças na estrutura legal no futuro (pelo crescimento da empresa ou pela entrada de novo sócio, investidor, por exemplo)?

2 OS EMPREENDEDORES (inserir na seção ANEXOS os currículos completos de cada sócio)

- Quem são os responsáveis pela empresa (fundadores, gestores, sócios, diretores)?



EDITAL Nº 2/2017

SELEÇÃO DE EMPRESAS PARA O PROGRAMA DE PRÉ-INCUBAÇÃO, INCUBAÇÃO E PRÉ-ACELERAÇÃO DE PROJETOS DE NOVOS NEGÓCIOS

- De onde são?
- Qual é a experiência profissional de cada um?
- Qual é a formação acadêmica de cada um?
- Que experiência cada um tem no ramo de negócios da empresa?
- Qual é a experiência de cada um na criação e na condução de negócios?
- Quais são as habilidades, os diferenciais, os pontos fortes e os fracos de cada um? Com quanto estão comprometidos com o negócio?
- Há quanto tempo se dedicam/dedicarão ao negócio? Qual é a dedicação diária?

3 DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS E DOS SERVIÇOS (*)

- Quais são os produtos e os serviços da empresa?
- Por que a empresa é capaz de fornecê-los?
- Como são fornecidos?
- Quais as características da equipe de produção?
- Em quais aspectos seu produto ou serviço difere dos da concorrência?
- Liste produtos e serviços futuros que a empresa planeja fornecer quando a empresa crescer. Especifique direitos autorais, patentes, registros de marcas (declarações, cópias de fotos, diagramas e certificados na seção Anexos), aspectos tecnológicos, pesquisa e desenvolvimento.

4 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

- 4.1 Definição do negócio (conceito do negócio)
- 4.2 Visão de futuro
- 4.3 Missão
- 4.4 Valores
- 4.5 Análise situacional – Matriz Swot
- 4.6 Objetivos (curto, médio e longo prazo)
- 4.7 Análise de contextos
 - 4.7.1 Ambiente político legal
 - 4.7.2 Ambiente econômico
 - 4.7.3 Ambiente tecnológico
 - 4.7.4 Outros que julgar necessários
- 4.8 Parcerias estratégicas



EDITAL Nº 2/2017

SELEÇÃO DE EMPRESAS PARA O PROGRAMA DE PRÉ-INCUBAÇÃO, INCUBAÇÃO E PRÉ-ACELERAÇÃO DE PROJETOS DE NOVOS NEGÓCIOS

5 ANÁLISE DE MERCADO (PESQUISA DE MERCADO)

É importante que a empresa conheça bem o mercado onde atua ou pretende atuar, pois, só assim, conseguirá estabelecer uma estratégia de *marketing* vencedora. Toda estratégia de negócio depende de como a empresa abordará seu mercado consumidor, procurando diferenciar-se da concorrência, agregando maior valor aos seus produtos ou serviços com o intuito de conquistar seus clientes continuamente (Dornelas, 2005).

5.1 Análise da concorrência

5.1.1 Níveis de concorrência

- Concorrência direta (vende produtos similares aos da empresa)
- Concorrência indireta (desvia a atenção dos clientes, convencendo-os a adquirir seus produtos)

Apresente de cada concorrente, se possível, porte, percentual de mercado em que atua e outras informações relevantes.

5.1.2 Grau de satisfação dos clientes da concorrência

5.1.3 Promoção de produtos pelos concorrentes: descreva como os concorrentes promovem os produtos ou os serviços

5.2 Identificação do público-alvo

5.3 Segmentação do mercado

5.4 Tamanho do mercado atual

5.5 Tendências do setor e perfil da oportunidade

5.6 Participação pretendida no mercado

6 PLANEJAMENTO DE MARKETING

6.1 Articulação causa x efeito

6.2 Pré-lançamento

6.3 Posicionamento

6.3.1 Linha de produtos

6.3.2 Fornecedores

6.4 Preço

6.5 Praça / Distribuição

6.6 Comunicação com o mercado

6.6.1 Mensagem

6.6.2 Ferramentas de comunicação

6.6.3 Propaganda

6.6.3.1 Logomarca



EDITAL Nº 2/2017

SELEÇÃO DE EMPRESAS PARA O PROGRAMA DE PRÉ-INCUBAÇÃO, INCUBAÇÃO E PRÉ-ACELERAÇÃO DE PROJETOS DE NOVOS NEGÓCIOS

6.6.3.2 Apresentação de *folder*, brindes, *banner*, etc.

6.7 Diferenciação

6.8 Processo de comercialização

6.9 Apresentar o MARKETING CAMPAIGN MODEL CANVAS (MCMC) disponível no site <http://exame.abril.com.br/rede-de-blogs/inovacao-na-pratica/2014/04/27/15-canvas-para-fazer-a-inovacao-decolar/>

7 PLANO OPERACIONAL

7.1 Localização e Infraestrutura: a área é adequada às necessidades de ocupação da empresa?

7.2 *Layout* (planta baixa do empreendimento)

SUGESTÃO: utilização do *software* Floor Planner

7.3 Máquinas e equipamentos

7.4 Produção e distribuição

- como é o processo de produção da empresa?
- quais são os recursos utilizados?

7.5 Fluxograma

SUGESTÃO: utilização do *software* Bizag 7.6

Organograma

SUGESTÃO: utilização do *software* Power Point 7.7

Matriz de responsabilidades e atribuições

8 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

8.1 Investimento total

8.1.1 Investimentos fixos

8.1.2 Capital de giro

8.1.3 Investimentos pré-operacionais

8.1.4 Investimento total (resumo)

8.2 Faturamento mensal da empresa

8.3 Custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações

8.4 Custos de comercialização

8.5 Custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

8.6 Custos com mão de obra

8.7 Custo com depreciação

8.8 Custos fixos operacionais mensais



EDITAL Nº 2/2017

SELEÇÃO DE EMPRESAS PARA O PROGRAMA DE PRÉ-INCUBAÇÃO, INCUBAÇÃO E PRÉ-ACELERAÇÃO DE PROJETOS DE NOVOS NEGÓCIOS

8.9 Demonstrativo de resultados (fluxo de caixa)

8.10 Indicadores de viabilidade

8.10.1 Ponto de equilíbrio

8.10.2 Lucratividade

8.10.3 Rentabilidade

8.10.4 Prazo de retorno do investimento

9. RELACIONAMENTO COM A INCUBADORA DO IESB (*)

9.1 O que espera do relacionamento da empresa com a Incubadora do IESB (trate da interação desejada com professores, pesquisadores e alunos, do apoio esperado, dentre outros aspectos)?

9.2 Qual é a contribuição da empresa ao IESB (justifique, por exemplo, por que é interessante para o IESB apoiar sua empresa)?

9.3 A empresa precisará utilizar algum laboratório do IESB para o desenvolvimento do produto ou do serviço? Qual?

9.4 Há disponibilidade para seguir à risca as orientações e as recomendações da equipe da Incubadora do IESB no que se refere à gestão de sua empresa? Justifique.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

REFERÊNCIAS

Elemento obrigatório que identifica os documentos e as publicações que serviram de base para o trabalho realizado. Deve ser elaborado segundo a NBR 6023.

APÊNDICES / ANEXOS

Esta seção deve conter todas as informações relevantes para o melhor entendimento do Modelo de Negócios, por isso, não tem limite de páginas ou exigências a ser seguidas. É permitido incluir a relação dos currículos dos sócios da empresa. Podem-se anexar informações, como fotos de produtos, plantas de localização, roteiro e resultados completos das pesquisas de mercado que foram realizadas, material de divulgação do negócio, *folders*, catálogos, estatutos, contrato social da empresa, planilhas financeiras detalhadas, etc.

NOTA: Todos os campos com (*) são obrigatórios. Quanto mais detalhado a proposta, maior a probabilidade da análise ser aprovada.