

# MODELO DE PLANO DE NEGÓCIOS SIMPLIFICADO PARA EMPRESAS CANDIDATAS A INCUBAÇÃO – ANEXO I

## 1. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

PESSOA FÍSICA:

C.P.F.:

RAZÃO SOCIAL:

C.N.P.J.:

Endereço:

Fone/Fax:

E-mail:

### 1.1 COMPOSIÇÃO DO CAPITAL

Sócio	NO. DE QUOTAS	VALOR EM R\$	%
Sócio I			
Sócio II			
Sócio III			
Total			100,00

## 2. PERFIL DOS EMPREENDEDORES

- *[Nome do Empreendedor]* (Sócio-Diretor) formado em **XXX** pela **XXX**, em 20**XX**. Possui **XX** anos de experiência na área de Informática, com enfoque em **XXX**. Na *[Nome da Empresa]*, é o **presidente/diretor** da empresa e responsável por **XXX**.

ATUAÇÃO ANTERIOR:

Nome da Empresa – Cargo

Nome da Empresa – Cargo

- *[Nome do Empreendedor]* (Sócio-Diretor) formado em **XXX** pela **XXX**, em 20**XX**. Possui **XX** anos de experiência na área de Informática, com enfoque em **XXX**. Na *[Nome da Empresa]*, é o **presidente/diretor** da empresa e responsável por **XXX**.

ATUAÇÃO ANTERIOR:

Nome da Empresa – Cargo

Nome da Empresa – Cargo

## 3. CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Explicar o objetivo do empreendimento, os motivos pelos quais se decidiu desenvolver o projeto e o que se espera como resultado.

## 4. ANÁLISE DE MERCADO E COMPETITIVIDADE

### 4.1 Oportunidades

Descrever as oportunidades de mercado a partir das competências da empresa. Não falar das aplicações possíveis das tecnologias dominadas, mas das oportunidades reais de transformação dessas tecnologias e competências em negócios.

## 4.2 Ameaças

Relacionar situações que possam prejudicar o sucesso do negócio.

## 5. MERCADO POTENCIAL

Entende-se por mercado potencial o segmento de mercado que a empresa pode atingir a partir de sua rede de contatos ou de suas competências específicas. Não deve ser descrito o mercado geral para o produto/serviço oferecido, mas aquele segmento no qual a empresa realmente teria oportunidade de entrar.

## 6. PARCEIROS

Mencionar outras empresas que já estejam firmadas no mercado e que possam servir como canal de comercialização ou fornecedores de tecnologia.

## 7. CONCORRENTES

### 7.1 PONTOS FORTES E FRACOS

PRÓPRIA EMPRESA	
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
UNIVERSIDADES E CENTROS DE PESQUISA	
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
EMPRESA X	
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
EMPRESA Y	
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS

Relacionar os pontos fortes e fracos dos principais concorrentes em relação aos da própria empresa.

## 8. RECURSOS HUMANOS

### 8.1 GRAU DE INSTRUÇÃO

MÊS/ANO	PÓS GRADUAÇÃO	NÍVEL SUPERIOR	NÍVEL MÉDIO / TÉCNICO	OUTROS	TOTAL
Dezembro/01					
Junho/02					

Dezembro/02					
Junho/03					
Último trimestre					

Relacionar o total de colaboradores (funcionários ou terceirizados) da empresa em cada uma das categorias mostradas nos títulos das colunas.

## 8.2 COMPETÊNCIAS ATUAIS

TEMAS	GRAUS DE COMPETÊNCIA				EXPERIÊNCIA				TOTAL
	A	B	C	D	A	B	C	D	
<b>TECNOLOGIAS / PRODUTOS</b>									--
Exemplos de tecnologias e produtos: C, C, C++, Java; J2EE, JBoss; SQLserver, PostGre; Linux, Windows XP; Servidor Apache; Redes TCP/IP.									
<b>Processos / Metodologias / Padrões</b>									--
Exemplos: Extreme Programming; RUP, UML; CMMi; XML; Gerência de Projetos									

### LEGENDA:

Graus de Conhecimento (domínio teórico de um dado tema) da equipe de colaboradores da empresa:

- A - possui colaboradores que são referência reconhecida pelo mercado
- B - possui colaboradores com conhecimento profundo
- C - possui colaboradores com conhecimento abrangente
- D - possui colaboradores com conhecimento restrito

Graus de Experiência (domínio prático de um dado tema) da equipe de colaboradores da empresa:

- A - possui colaboradores capazes de coordenar projetos de qualquer porte
- B - possui colaboradores capazes de coordenar projetos de porte restrito
- C - possui colaboradores capazes de executar atividades críticas
- D - possui colaboradores capazes de executar atividades não críticas

Indicar o grau de conhecimento e de experiência da equipe de colaboradores, segundo as categorias que nomeiam as colunas. A coluna da esquerda deve ser completada com as tecnologias/produtos ou processos/metodologias/padrões que são insumos críticos para o negócio visado pela empresa.

## 9. PRODUTOS E SERVIÇOS

### 9.1 DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS / SERVIÇOS

CARACTERÍSTICA	PRODUTO 1	PRODUTO 2
Nome / Versão		
Etapa* / Previsão de término		

<b>Descrição resumida</b>		
<b>Área de aplicação</b>		
<b>Tecnologias utilizadas (próprias e de 3os)</b>		
<b>Recursos humanos utilizados</b>		
<b>Ciclo de vida</b>		
<b>Concorrentes</b>		
<b>Diferenciais do produto</b>		
<b>Mercado-alvo</b>		
<b>Canal de vendas**</b>		
<b>Recursos humanos para provimento</b>		
<b>Prazo de implantação</b>		
<b>Outros produtos e serviços associados ao provimento</b>		
<b>Serviços de pós-venda</b>		

\* Etapas: Desenvolvimento | Validação | Piloto | Comercialização

\*\* Canais de Venda Direta (por Indicação, Realização de treinamento, Licitação, Eventos, Rede de contatos, Consultoria, Internet, etc.) ou Indireta (por Consultoria/Serviços de terceiros, Distribuidor, Revenda, VAR, OEM, Parceria, Varejo em geral, Varejo especializado, etc.)

## 10. ESTRATÉGIA COMPETITIVA

Explicar o que levaria um cliente potencial a comprar da empresa proponente em vez de comprar de uma outra empresa. No caso de não haver outros ofertantes, explicar qual o motivo de ninguém ter pensado em desenvolver o produto/serviço e o que impede que uma outra empresa, com competência no mercado, o desenvolva.

## 11. PLANO DE MARKETING E COMERCIALIZAÇÃO

Explicar como será feita a sondagem de clientes potenciais quanto ao interesse em utilizar, ou mesmo adquirir, o produto/serviço. Descrever a segmentação do mercado e os motivos de ter escolhido esses segmentos.

## 12. INVESTIMENTOS

### 12.1 INVESTIMENTOS PARA A IMPLANTAÇÃO DO NEGÓCIO

<b>Investimentos</b>	<b>R\$</b>
<b>Instalações</b>	
Custo aluguel	

Melhorias/reformas	
Outros	
<b>Equipamentos</b>	
Móveis	
Computadores e programas	
Outros	
<b>Outros</b>	
<b>Total</b>	

#### 12.2 CUSTOS FIXOS

<b>Custos Fixos</b>	<b>R\$</b>
Retiradas dos sócios	
Encargos sociais sobre as retiradas	
Salários	
Encargos sociais sobre os salários	
Seguros	
Despesas bancárias	
Juros	
Honorários contábeis	
Material de expediente	
Despesas de viagens	
Água	
Luz	
Telefone	
Manutenção e conservação	
Propaganda	
Depreciação	
Transporte	
Correios	
Financiamentos	
Outros	

#### 12.3 IMPOSTOS E COMISSÕES

<b>Imposto/Comissão</b>	<b>R\$</b>
ICMS	
ISS	
COFINS	
PIS	
Contribuição Social sobre o Lucro	
Imposto de Renda	
Comissões	

#### 12.4 PROJEÇÃO DOS PRINCIPAIS INDICADORES (2004-2009)

	(R\$ mil)					
ANO	2004	2005	2006	2007	2008	2009
RECEITA BRUTA						

<b>CUSTOS FIXOS</b>						
<b>INVESTIMENTOS</b>						

Explicar como foram feitas as projeções. Apresentar, em Anexo, a memória de cálculo utilizada para completar as tabelas.