



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - ICMC
SSC570 – Empreendedores em Informática

PLANO DE NEGÓCIOS

[nome do produto ou nome da empresa]

[site da empresa, caso tenha]

Nome dos sócios – nusp

Local/Ano

Sumário

[índice contendo o nome das seções do plano com a correspondente página]

1. Sumário Executivo

Descrição resumida do plano de negócios, ressaltando: conceito do negócio, mercado consumidor, objetivo do plano, estratégia de marketing e viabilidade do negócio (2 a 5 páginas).

2. Conceito do Negócio

2.1. A Empresa

Nome do negócio e explicação sobre a empresa.

Visão, Missão e Valores da empresa.

2.2. O Produto

Descrição sucinta, porém clara do produto que será desenvolvido. Utilizar fotos, diagramas, modelos para melhor descrever seu produto.

Descrição do processo de produção.

3. Equipe de Gestão

3.1. Perfil Individual dos Sócios

CV resumido de cada sócio, conforme exemplo de PN no site da disciplina.

3.2. Estrutura Organizacional

Definição da organização dos sócios em cargos.

4. Análise do Setor

Apresentar dados sobre como está distribuído o setor em que sua empresa e seu produto estão inseridos.

Por que o mercado se mostra promissor?

Qual o tamanho do mercado em R\$, número de clientes e competidores? Como será o mercado nos próximos anos?

Quais são as oportunidades e riscos do mercado?

5. Segmentação do Mercado

Descrever quem são os maiores consumidores do produto (público).

Descrever de forma clara e objetiva para quem se destina seu produto: quem está comprando? Por que está comprando? O que está comprando?

6. Análise da Concorrência

Desenho ou foto de produto semelhante de um ou mais concorrentes.

Identificar atributos para diferenciar seu produto dos principais concorrentes. Alguns atributos que podem ser usados: participação no mercado; canais de venda utilizados; qualidade; preço; localização, publicidade; tempo de entrega; métodos de distribuição; garantias; funcionários; métodos gerenciais; vantagens competitivas; pontos fortes; pontos fracos.

Descrever porque os atributos anteriores diferem seu produto dos concorrentes.

7. Análise FOFA

Tabela (conforme apresentado em aula), contendo pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças.

Descrever como os pontos fracos e as ameaças podem ser minimizados, quais estratégias serão adotadas para que isso não viabilize o negócio.

8. Marketing e Vendas

8.1. Posicionamento do Produto e/ou Serviço

Quem está comprando meu produto?

Quais as expectativas do cliente que serão satisfeitas pelo meu produto?

Existirão versões diferentes do produto para públicos diferentes?

8.2. Preço

O software será vendido ou alugado por meio de uma licença de uso?

A venda inclui assistência técnica e instalação?

Garantia de quantos meses?

Qual será o preço?

8.3. Promoção

Como o público alvo ficará sabendo da existência do produto?

Como o produto será oferecido efetivamente ao público-alvo?

Em quanto tempo todo o público-alvo terá uma oportunidade concreta de adquirir o produto?

8.4. Praça

Em que regiões o produto será vendido?

Será vendido em lojas? Quais?

Será vendido via telemarketing?

Como será feita a entrega do produto?

Onde o produto ficará estocado?

Como será a equipe de vendas?

9. Plano Financeiro

9.1. Investimentos Necessários

9.2. Receitas

9.3. Fontes de Financiamento

9.4. Projeções Financeiras

Projeção de fluxo de caixa, projeção do lucro líquido anual, investimento total e rentabilidade, valor de mercado do negócio.

10. Análise Estratégica

Descrever qual a estratégia que a empresa adotará para atingir as receitas esperadas, considerando os recursos disponíveis.

11. Cronograma de Implantação

Anexos