



www.cesupa.br/incubadora



incubadora@cesupa.br

SUMÁRIO EXECUTIVO

O Sumário Executivo é a apresentação resumida do projeto do empreendimento e, por isso, deve ser capaz de comunicar, esclarecer o leitor demonstrando sua relevância e significado sob o ponto de vista da sustentabilidade, da inovação e do empreendedorismo.

Tem dois objetivos essenciais:

- 1º. Conduzir o entendimento do projeto ao apresentar brevemente os principais tópicos conforme sugerido nos oito pontos abaixo;
- 2º Permitir que, em curto tempo, o leitor entenda, avalie as possibilidades dos planos, produtos e/ou serviços, sua inserção no mercado e o planejamento de viabilidade econômica e financeira.

O sumário não deve ter mais do que quatro laudas e precisa apresentar os seguintes itens:

1. Empreendedores (Perfil das pessoas que vão esta a frente do projeto)
2. Enunciado do Projeto (Descrição do produto ou serviço)
3. Os produtos, Serviços e a Tecnologia (Concorrência e competitividade)
4. O Mercado Potencial (Segmentação e nichos)
5. Elementos de Diferenciação (O que oferece ao cliente)
6. Projeção de Vendas (1º ano, 2º ano e 3º ano)
7. Rentabilidade e Projeções Financeiras (Com base em custos - despesas e Investimento)
8. Necessidades de Financiamento (Considerando capital próprio e /ou de terceiros).

Cada item tem um exemplo como forma de ajudar o preenchimento.

Empreendedores

Apresente um currículo resumido dos empreendedores, exponha suas habilidades (técnicas e gerenciais) e esclareça a participação de cada um na constituição, construção e execução do projeto.

Observação: as pessoas são responsáveis diretamente pelo sucesso do negócio. É preciso estar claro que elas têm conhecimento e motivação para desenvolver e implementar o projeto.

EXEMPLO

A Sul-Trad@ terá a participação e será dirigida por uma equipe de pessoas em condições de aproveitar a oportunidade que se apresenta em decorrência das intensas atividades comerciais do Mercosul. Os seus sócios fundadores, que acumularão as funções de gerência e execução, têm os seguintes perfis.

Roberto Amorim.

Graduado em Engenharia Química na UFMG em 1981. Trabalhou durante 14 anos em Buenos Aires, na área de propaganda, mais especificamente na redação de textos. Autor de traduções para o espanhol de 4 livros de literatura e um livro técnico sobre engenharia.

Anderson Satiendra

Graduado em letras, na UFMG, professor de espanhol em diversos cursos de línguas em Belo Horizonte. Autor publicado de vários livros de poesia, residiu em Montevidéu durante 8 anos, como relações internacionais de uma empresa exportadora. Casado com a uruguaia Livia Oviedo.

Moisés Trindade

Graduado em engenharia de software, com mestrado em teoria de redes na Universidade de Barcelona. Larga experiência como empreendedor na área de software, tendo criado e dirigido três empresas em Belo Horizonte, das quais ainda mantém participação acionária.

Enunciado do Projeto

Projeto ou definição resumida de como a empresa será estruturado para iniciar suas atividades, os produtos e ou serviços que serão oferecidos, as características do mercado almejado, bem como as estratégias a serem adotadas para o alcance dos objetivos.

Indicam como a empresa será estruturada para iniciar suas atividades, os produtos e ou serviços que serão oferecidos, as características do mercado almejado, bem como as estratégias a serem adotadas para o alcance dos objetivos.

EXEMPLO

Este Plano de Negócio tem como objetivo apresentar os estudos e análise de viabilidade da criação de uma indústria de doces, a Goiabadas Maria Amália Ltda. (GMA), que terá seu foco na produção de goiabada-cascão em tabletes, um produto inovador, que se diferencia da goiabada tradicional por meio da embalagem, forma e conteúdo.

A estrutura da empresa será simples, dentro dos padrões modernos de racionalização, utilizando sempre que possíveis parcerias e terceirização, com o objetivo de aportar know how e experiência às suas atividades nascentes.

A clientela alvo da GMA é constituída por estudantes na faixa etária de 4 a 23 anos, que será abastecida por uma distribuição diferenciada de seu produto, utilizando cantinas e lanchonetes que se situam dentro ou próximas aos principais estabelecimentos de ensino de Belo Horizonte e Contagem, além da distribuição nos pontos de vendas tradicionais de doces (doçarias, supermercados e padarias).

Produtos, Serviços e a Tecnologia

Descrição das principais características dos produtos e/ou serviços oferecidos pela empresa. Exponha a tecnologia empregada e, claro, ressalte os diferenciais que possam ter.

Essa é uma descrição sintética, mas que deve conduzir ao completo entendimento do produto, do processo e da tecnologia envolvidos.

EXEMPLO

O produto da GMA é a goiabada cascão em tablete, que será comercializada em uma caixa contendo 10 tabletes de 50g cada, com embalagem individual, que proporcionará prazo de validade maior para o produto. Os métodos de produção terão custos reduzidos e utilizarão a tecnologia mais avançada. Assim, o produto terá seu sabor preservado por um longo tempo, bem maior que aquele dos concorrentes. Serão utilizadas as instalações de uma indústria alimentícia localizada em Contagem, incorporando a grande experiência deste parceiro no ramo ao negócio da GMA.

Mercado Potencial

Descreva o mercado que o projeto visa atingir e as informações mais significativas e decisivas que colheu em seus estudos mercadológicos. Utilize-se de pesquisas e fontes quando possível.

Dê consistência a sua idéia, modelo ou projeto, para que se comprove que este tenha reais possibilidades de tornar-se um produto ou serviço, atraindo um potencial mercado consumidor.

EXEMPLO

O segmento de mercado no qual a GMA pretende atuar é composto basicamente por crianças e jovens estudantes, na faixa etária de 4 a 23 anos. Este é um mercado consumidor numeroso e com hábito constante de compra deste tipo de produto, porém sem qualquer fidelidade com relação às marcas. Este fato consiste o principal desafio da GMA, o de consolidar sua marca e tornar fiel o seu público-alvo.

A grande oportunidade de mercado identificada pela GMA é representada pela necessidade de uma alimentação saudável para a grande massa de estudantes da região de Belo Horizonte e Contagem, que possui alta densidade demográfica. As pesquisas de mercado demonstraram que os produtos oferecidos não satisfazem integralmente as necessidades de alimentação deste público, principalmente quando ele se encontra nas escolas. Além disso, existe uma grande demanda reprimida, já que parte desta clientela não é atingida pela oferta de produtos nesta linha. Assim as análises demonstraram que o público alvo é composto por cerca de 600 mil consumidores, que representam um potencial de compra aproximado de R\$ R\$1.700 mil mensais, (para todo tipo de doces) o que representa uma grande margem de

atuação para a GMA, cujo faturamento mensal previsto de R\$ 24.000,00 representa 1,4% deste valor potencial. Por outro lado, pesquisas junto a fornecedores indicam que o mercado específico de goiabada atinge o valor de R\$ 200 mil mensais.

Elementos de Diferenciação/ Concorrência

Os elementos de diferenciação são aquelas características que os tornam únicos quando confrontados com o que a concorrência possui. Mostre o que faz o produto/serviço ter aquele brilho próprio que o distingue dos demais. As vantagens competitivas e as estratégias de Marketing são, na maioria dos casos, os fatores mais expressivos utilizados para diferenciar uma empresa de outra.

EXEMPLO

Um dos principais diferenciais do produto a ser fabricado pela GMA é a sua forma de comercialização. Enquanto seus concorrentes fabricam barras de 500 a 1.000g, a GMA irá fabricar tabletes de 50g, mais práticos e fáceis de serem consumidos, já que as barras se destinam a famílias ou grupo de pessoas, e os tabletes podem ser consumidos individualmente. Outro diferencial será a estratégia de distribuição do produto, que será oferecido em pontos de venda como cantinas e lanchonetes situadas dentro e nas proximidades dos principais colégios de Belo Horizonte e Contagem. A imagem do produto da GMA estará vinculada à saúde das crianças e adolescentes.

Projeção de Vendas

Mostre a demanda que a empresa pode ter. Baseie-se, entre outros fatores, no segmento de mercado pretendido, nas tendências mercadológicas a curto, médio e longo prazo, na capacidade do público-alvo em aceitar e absorver o novo produto e/ou serviço.

EXEMPLO

De acordo com a pesquisa de mercado realizada, foi projetada uma média de vendas mensais em torno de R\$ 24 mil, o que representa 12% do mercado de goiabadas da região a ser atendida pela GMA (R\$ 200 mil mensais), sendo que a lucratividade média do setor atinge 15 a 20%. A composição das vendas será de 30% à vista e 70% com 30 dias de prazo para pagamento pelos distribuidores.

Rentabilidade e Projeções Financeiras

O estudo da rentabilidade do negócio e dos resultados financeiros de determinado período é extremamente importante para que se possa avaliar o desempenho da empresa e sua capacidade de geração de riqueza, tendo em vista a comparação entre

os resultados esperados e os reais.

As projeções financeiras representam a principal fonte de referência e controle da solvência do negócio. Servem para conduzir as atividades dentro dos parâmetros planejados, corrigirem distorções e se adaptar às novas variáveis decorrentes de mudanças na conjuntura.

EXEMPLO

Conforme a projeção de vendas e a composição dos custos da GMA, o produto proporcionará não só a cobertura de todos os custos, bem como um bom retorno financeiro para a empresa, o que pode ser comprovado na Projeção dos Resultados e na Análise de Investimento realizados no Plano Financeiro.

O Ponto de Equilíbrio foi calculado em 4.110 unidades o que representa um faturamento de R\$ 6.165,00. O tempo estimado em que a GMA irá recuperar o investimento inicial (payback) será de 9 meses.

Necessidades de Financiamento

Todo negócio precisa de uma infra-estrutura inicial, composta de bens e materiais que possibilitam a arrancada e o início das operações.

Esclareça quais são as necessidades de financiar e em que pretende aplicar os recursos obtidos, infra-estrutura, bens e materiais necessários para o início de implementar a operação.

EXEMPLO

APURADO O VALOR DO INVESTIMENTO INICIAL, CONSTATOU-SE QUE SERIA NECESSÁRIO BUSCAR ALGUMA FONTE DE FINANCIAMENTO PARA ABRIR A INDÚSTRIA. ASSIM, PARA QUE O PROJETO FOSSE COLOCADO EM PRÁTICA, FOI FEITA UMA PARCERIA COM UMA FÁBRICA DE DOCES LOCALIZADA EM CONTAGEM, CUJA LINHA DE PRODUÇÃO APRESENTA CAPACIDADE OCIOSA. O ACORDO, NO QUAL A GMA PAGARÁ 10% DO FATURAMENTO BRUTO OBTIDO PARA UTILIZAR AS INSTALAÇÕES, COM UM PRAZO DE CARÊNCIA QUE IRÁ AJUDAR A FINANCIAR O SEU CAPITAL DE GIRO, SOLUCIONOU O PROBLEMA DO INVESTIMENTO INICIAL.

APÓS ENCAMINHAR PARA:
INCUBADORA@CESUPA.BR

ORIENTAÇÕES:

- 1 - O SUMÁRIO EXECUTIVO RECEBIDO E ENCAMINHADO PARA ANÁLISE DO COMITÊ TÉCNICO DA ICBT;
- 2 - SERÁ MARCADA A DATA DE APRESENTAÇÃO DO PROJETO AO COMITÊ TÉCNICO DA ICB;
- 3 - SERÁ EMITIDO RELATÓRIO SOBRE A VIABILIDADE E ORIENTAÇÃO TÉCNICA DO PROJETO.

ATENÇÃO:

DOCUMENTO RESTRITO PARA USO EXCLUSIVO NO PROCESSO DE ORIENTAÇÃO TÉCNICA DA INCUBADORA CESUPA