



**ROTEIRO PARA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE INCUBAÇÃO
(EMPREENDIMENTO)**

CURITIBA

2017

Sumário

1	Informações Gerais	3
2	Sumário Executivo	3
3	Apresentação da Empresa	3
3.1	Missão	3
3.2	Visão	3
3.3	Foco principal	3
3.4	Setor de Atividade	3
3.5	Forma jurídica	4
3.6	Enquadramento tributário:	4
3.7	Em qual modalidade se enquadra a sua empresa:	4
4	Plano de Mercadológico	4
4.1	Proposta de valor	4
4.2	Matriz SWOT	4
4.3	Estudo dos clientes (segmentação do mercado)	4
4.4	Estudo dos concorrentes	6
4.5	Estudo dos fornecedores:	6
4.6	Legislação	6
4.7	Estratégia do produto (posicionamento):	6
4.8	Vantagem competitiva (diferenciação dos concorrentes):	7
4.9	Sustentabilidade ambiental	8
4.10	Descreva o potencial de impacto ambiental da empresa	8
5	Plano Tecnológico	8
5.1	Descrição dos produtos e serviços – atuais e futuros.	8
5.2	Descrição da tecnologia e inovação.	8
5.3	Ciclo de vida do produto	8
5.4	Apresente a conclusão dos resultados obtidos que comprovem benefícios para o cliente.	9
5.5	O produto, serviço ou processo é objeto de patente?	9
5.6	Apresente um protótipo do produto/serviço .	10

<u>5.7 Gargalos tecnológicos</u>	<u>10</u>
<u>5.8 Pesquisa e desenvolvimento</u>	<u>10</u>
<u>6 Plano de Gestão</u>	<u>10</u>
<u>6.1 Apresente de dois a três objetivos/metaspela empresa no curto a médio prazo.</u>	<u>10</u>
<u>6.2 Apresente de dois a três objetivos/metaspela empresa a longo prazo.</u>	<u>10</u>
<u>6.3 Cooperações</u>	<u>10</u>
<u>6.4 Indique a modalidade de incubação que a empresa irá se candidatar:</u>	<u>10</u>
<u>6.5 Apresente como a incubadora pode agregar valor ao seu negócio.</u>	<u>10</u>
<u>7 Plano Financeiro</u>	<u>11</u>
<u>7.1 Apresente também o resultado dos indicadores financeiros</u>	<u>11</u>
<u>7.2 Impacto econômico</u>	<u>11</u>
<u>7.3 Preencher orçamento do fluxo de caixa trimestral para um período de 2 anos.</u>	<u>11</u>
<u>7.4 Preencher o DRE – Demonstração do Resultado do Exercício</u>	<u>11</u>
<u>8 Plano de Desenvolvimento do Empreendedor</u>	<u>11</u>
<u>8.1 Descrição da equipe gerencial e dos colaboradores</u>	<u>11</u>
<u>8.2 Competências da equipe</u>	<u>12</u>
<u>8.3 Plano de Desenvolvimento dos Empreendedores</u>	<u>13</u>
<u>8.4 Impacto Social</u>	<u>13</u>
<u>8.5 Sustentabilidade social</u>	<u>13</u>

1 Informações Gerais

Empresa:	
CNPJ: (caso não possua, informe o CPF)	
Endereço:	
Complemento:	
Cidade:	
UF:	
CEP:	
Telefones:	
Endereço web:	
E-mail:	

1.1 Responsável para contato com a INTEC:

Nome:	
E-mail:	
Telefone:	

2 Sumário Executivo

Descrição do negócio (resumo dos principais pontos do Plano de Negócios):

Ao descrever o plano, faça um breve relato com suas principais características. Procure mencionar:

- O que é o negócio;
- Qual é o problema que o negócio se propõe a solucionar;
- Quais os principais produtos e/ou serviços;
- Quem serão seus principais clientes;
- Mercado que a empresa deseja atingir;
- O montante de capital a ser investido;
- Qual será o faturamento mensal;
- Que lucro espera obter do negócio;
- Em quanto tempo espera que o capital investido retorne.

3 Apresentação da Empresa

3.1 Missão

Descreva o papel desempenhado pela empresa, razão de existir da mesma

(SUA RESPOSTA)

3.2 Visão

Meta da empresa, como ela vê as situações de sobrevivência após a definição dos cenários futuros do mercado e da concorrência

(SUA RESPOSTA)

3.3 Foco principal

Quais os objetivos e rumos da empresa.

(SUA RESPOSTA)

3.4 Setor de Atividade

- | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Gráfica | <input type="checkbox"/> Calçado | <input type="checkbox"/> Vestuário |
| <input type="checkbox"/> Bebidas | <input type="checkbox"/> Mobiliário | <input type="checkbox"/> Couros |
| <input type="checkbox"/> Metalúrgica | <input type="checkbox"/> Mecânica | <input type="checkbox"/> Veículos |
| <input type="checkbox"/> Tecidos | <input type="checkbox"/> Combustíveis | <input type="checkbox"/> Ferragens |

- | | | |
|---|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Construção Civil | <input type="checkbox"/> Acessórios | <input type="checkbox"/> Alimentação |
| <input type="checkbox"/> Transporte | <input type="checkbox"/> Turismo | <input type="checkbox"/> Saúde |
| <input type="checkbox"/> Educação | <input type="checkbox"/> Lazer | <input type="checkbox"/> Consultorias |
| <input type="checkbox"/> Informática | <input type="checkbox"/> Comunicação | <input type="checkbox"/> Outros: _____ |

3.5 Forma jurídica

- Microempreendedor Individual – MEI
- Empresário Individual
- Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI
- Sociedade Empresária Limitada
- Outra: _____

3.6 Enquadramento tributário:

- Simples Nacional
- Lucro Presumido
- Lucro Real

3.7 Em qual modalidade se enquadra a sua empresa:

- Nova empresa instituída por pessoa física
- Nova empresa advinda de outra já estabelecida
- Empresa estrangeira realizando transferência de tecnologia internacional
- Outra: _____

4 Plano de Mercadológico

4.1 Proposta de valor

Descreva as principais características dos produtos e serviços (atuais e futuros). Para que se destina e qual problema irá resolver:

(SUA RESPOSTA)

4.2 Matriz SWOT

Preencha a matriz SWOT com no mínimo dois fatores para cada tópico (forças, oportunidades, fraquezas e ameaças). O objetivo dessa matriz é detectar os pontos fortes e fracos, com a finalidade de tornar a empresa mais eficiente e competitiva, corrigindo assim suas deficiências.

	Fatores internos (a empresa pode controlar)	Fatores externos (a empresa não tem controle)
--	--	--

Pontos fortes	FORÇAS O que se faz bem Recursos únicos disponíveis O que os concorrentes veem como forças (SUA RESPOSTA)	OPORTUNIDADES Oportunidades disponíveis Tendências no mercado Como transformar as forças em oportunidades (SUA RESPOSTA)
Pontos fracos	FRAQUEZAS O que pode melhorar O que tem menos recursos que os concorrentes O que os concorrentes veem como prováveis fraquezas (SUA RESPOSTA)	AMEAÇAS Quais ameaças podem prejudicá-lo O que a concorrência está fazendo Quais suas fraquezas são possíveis ameaças (SUA RESPOSTA)

4.3 Estudo dos clientes (segmentação do mercado)

4.3.1 Público alvo – perfil dos clientes:

Se pessoas físicas:

Faixa etária:	Gênero:
Estado Civil:	Profissão:
Renda familiar:	Onde moram:

Se pessoas jurídicas (outras empresas):

Ramo de atividade:	Que tipo de produtos ou serviços oferecem?
Quantos colaboradores possuem?	Há quanto tempo estão no mercado?
Possuem filial? Onde?	Qual a sua capacidade de pagamento?
Tem uma boa imagem no mercado?	Outras informações relevantes:

4.3.2 Comportamento dos clientes:

Que quantidade e com qual frequência compram esse tipo de produto ou serviço?	
Onde costumam comprar? (concorrentes)	
Qual preço pagam atualmente por este produto ou serviço similar?	

4.3.3 Área de abrangência - Qual é o tamanho do mercado em que você atuará durante os cinco primeiros anos? Marque mais que uma opção, se necessário.

Mercado	1º Ano	2º Ano	3º Ano	4º Ano	5º Ano
Bairros específicos, quais?					
Curitiba					
Outras cidades, quais?					
Estado do Paraná					
Outros Estados, quais?					
Brasil					
Outros países, quais?					

4.4 Estudo dos concorrentes

Grau de competitividade entre empresas ou outras entidades que oferecem produtos ou serviços semelhantes (substitutos) e que competem entre si pelos mesmos mercados (ou recursos):

	Qualidade do produto	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes	Garantias oferecidas
Sua empresa							
Concorrente (1) – Nome							
Concorrente (2) – Nome							
Conclusões:							

4.5 Estudo dos fornecedores:

Ordem	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do Fornecedor	Preço	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1					
2					
3					
4					
5					
6					

7					
8					
9					
10					

4.5.1 Existe algum critério para seleção e avaliação dos fornecedores?

(SUA RESPOSTA)

4.6 Legislação

Indique as regulamentações necessárias para o produto ou serviço ser comercializado (licenças, autorizações, etc)

(SUA RESPOSTA)

4.7 Estratégia do produto (posicionamento):

(SUA RESPOSTA)

4.7.1 Vantagem competitiva (diferenciação dos concorrentes):

() Diferenciação por preço - obtida pela cobrança de preço baixo, sendo a maneira mais básica para diferenciar um produto);

() Diferenciação por imagem - criação de uma imagem para o produto, através de marketing (propaganda, técnicas de promoção etc.);

() Diferenciação por suporte - consiste em oferecer algo mais além do produto, normalmente relacionado à ampliação do nível de serviços agregados (prazo de entrega menor, financiamento, assistência técnica etc.). Não tem efeito direto no produto;

() Diferenciação por qualidade - obtida pelo oferecimento de um produto que, embora não fundamentalmente diferente, é melhor que os concorrentes;

() Diferenciação por projeto (design) - busca ofertar produtos com características distintas que rompe com o projeto tradicional, algo verdadeiramente diferente; e

() Não-diferenciação - não existência de base de diferenciação como estratégia.

4.7.2 Divulgação do produto/serviço

Descrever a forma como a empresa informará ao mercado sobre seu produto, sua marca ou qualquer outro assunto relacionado ao seu negócio.

(SUA RESPOSTA)

4.7.3 Canais de distribuição do produto/serviço (Coughlan et al, 2002; Dias, 1993):

- Distribuição direta aos clientes, sem utilizar intermediários atacadistas/ varejistas;
- Distribuição indireta, que pressupõe a venda a alguma pessoa jurídica que, posteriormente, revenderá o produto, tal como foi adquirido. Normalmente o atacado e/ou varejo;
- Distribuição mista, consiste na utilização dos dois critérios acima. Canais de distribuição diretos para alguns segmentos de mercados e, indiretos para outros.

4.7.4 Serviços ao cliente (venda e pós-venda) – Cite no mínimo dois:

- Assistência Técnica
- Serviço de atendimento ao cliente (SAC)
- Serviços pela internet
- Treinamentos presenciais e on-line para os clientes
- Atendimento exclusivo
- Agendamento para a prestação de serviço
- Pacotes de serviços
- Contato com os clientes para feedback sobre o produto, processo ou serviço
- Outros

4.8 Política de preços

Informar a política de preços que pode depender do segmento de mercado a atingir, do perfil dos consumidores, do ambiente de negócios, aspectos culturais, da competição, entre outros fatores que podem comprometer os valores:

- Preços promocionais: reduções planejadas de curto prazo para criar um incentivo para os consumidores;
- Preços por segmentos diferentes: entradas de cinemas pela metade do preço para idosos e estudantes, por exemplo;
- Por regiões geográficas: dependendo da região, os preços variam devido ao transporte, impostos, entre outros fatores;
- Por sazonalidade: guarda chuva e óleo de bronzear possuem preços baixos no inverno, pois a demanda por esses produtos é menor nessa época do ano;
- Personalizados: variações significativas de preços de acordo com o perfil de compra do consumidor. Uma agência de turismo pode elaborar um pacote personalizado e cobrar pelas variações nos serviços adicionados. Uma empresa pode diferenciar seu preço de acordo com o potencial de compra de um determinado cliente;
- Descontos para pagamentos antecipados ou à vista;
- Descontos por volume de compra;
- Concessões para promoções de vendas. Descontos que varejistas recebem por colocarem os produtos do fabricante em locais estratégicos ou promover os seus produtos;
- Outros: _____

4.9 Sustentabilidade ambiental

Indique os critérios e as ações propostas para a satisfação das necessidades presentes sem comprometer a disponibilidade de recursos para as necessidades futuras.

() Proteção ambiental

Ação proposta:

() Recursos renováveis

Ação proposta:

() Eco eficiência

Ação proposta:

() Gestão de resíduos

Ação proposta:

() Gestão dos riscos

Ação proposta:

4.10 Descreva o potencial de impacto ambiental da empresa

Capacidade para desenvolvimentos futuros de qualquer alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante de atividades humanas que afetem a saúde, segurança e bem-estar da população.

(SUA RESPOSTA)

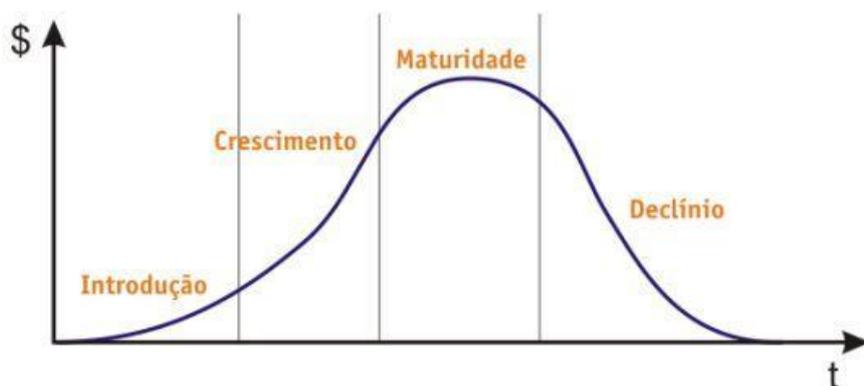
5 Plano Tecnológico

5.1 Descrição da tecnologia e inovação do produto ou serviço. Descreva também, a tecnologia que é base para o desenvolvimento do negócio.

(SUA RESPOSTA)

5.2 Ciclo de vida do produto

Marque em que fase se encontra o produto ou serviço, de acordo com o ciclo de vida apresentado abaixo:



- Introdução - período de baixo crescimento das vendas e alto custo de produção associado, já que o volume de produção/vendas não permite economia de escala. Nesta fase, o produto requer altos investimentos em tecnologia, propaganda, distribuição e embalagem/design. O lucro é negativo;
- Crescimento - período em que uma significativa parcela dos consumidores toma conhecimento da existência do produto o que eleva seu volume de vendas e favorece o surgimento da economia de escala;
- Maturidade - período caracterizado por baixa no crescimento das vendas, já que os consumidores potenciais já foram conquistados;
- Declínio - o produto atinge sua obsolescência e é substituído pelo concorrente mais inovador.

5.2.1 Se o produto ou serviço estiver na fase de introdução, identifique abaixo qual o estágio de desenvolvimento da tecnologia:

- Em fase de maturação da ideia;
- Em fase de projeto/desenvolvimento;
- Prototipação em laboratório e verificação;
- Em condições de ser comercializado;
- Já houve tentativa de comercialização.

5.2.2 Identifique **três ações** que a empresa pretende tomar quando o produto ou serviço chegar à fase do declínio:

- Dominar o mercado através do aumento dos investimentos e eliminando a concorrência;
- Continuar com o mesmo volume de investimento até que as incertezas do mercado sejam resolvidas;
- Focar os investimentos nos consumidores que são responsáveis pela grande parte do lucro, retirando os investimentos dos que menos contribuem;
- Desfazer-se do negócio mais rapidamente, recuperando os ativos da melhor forma possível antes que se percam mais investimentos;

- Conter o investimento da empresa como uma forma de recuperar o caixa;
- Possuir uma inovação constante do produto acompanhando as atualidades.
- Incentivar os colaboradores a apresentarem ideias que podem se converter em inovações

5.3 Apresente a conclusão dos resultados obtidos que comprovem benefícios para o cliente.

(SUA RESPOSTA)

5.4 O produto, serviço ou processo é objeto de patente? Se sim, identifique a idade da patente.

- Sim, já possuo patente / Idade:
- Sim, porém ainda não foi solicitado a patente
- Não

5.4.1 Se o produto, serviço ou processo não for objeto de patente, assinale abaixo a alternativa que melhor se encaixa:

- Concepções puramente abstratas;
- Programas de computador em si;
- Apresentação de informações;
- São técnicas cirúrgicas ou terapêuticas aplicadas sobre o corpo humano ou animal;
- São planos, esquemas ou técnicas comerciais de cálculos, de financiamento, de crédito, de sorteio, de especulação e propaganda;
- São planos de assistência médica, de seguros, esquema de descontos em lojas e também os métodos de ensino, regras de jogo, plantas de arquitetura;
- São obras de arte, músicas, livros e filmes, assim como apresentações de informações, tais como cartazes e etiquetas com o retrato do dono;
- São idéias abstratas, descobertas científicas, métodos matemáticos ou inventos que não possam ser industrializados;
- São o todo ou parte de seres vivos naturais e materiais biológicos encontrados na natureza, ou ainda que dela isolados, inclusive o genoma ou germoplasma de qualquer ser vivo natural e os processos biológicos naturais.
- Outros: _____

5.5 Apresente um protótipo do produto/serviço (fotos, imagens, reportagens, vídeos, etc).

(SUA RESPOSTA)

5.5.1 Qual o nível de retrabalho atual para se produzir o produto, processo ou serviço?

- Baixo
- Médio
- Alto

5.6 Os principais processos são identificados e executados com base na utilização de padrões documentados?

- Sim
- Ainda não, porém serão
- Não

5.7 Gargalos tecnológicos

Descreva as barreiras/riscos relativos à tecnologia e infraestrutura de P&D (dificuldades legais, técnicas, ambientais e sanitárias).

5.8 Pesquisa e desenvolvimento

Plano de desenvolvimento de novos projetos, produtos e tecnologias, que atendam às demandas futuras do mercado e deve expressar, neste item, quais suas perspectivas para o futuro (se houver)

6 Plano de Gestão

6.1 Apresente de dois a três objetivos/metasp a serem alcançados pela empresa no curto a médio prazo.

(SUA RESPOSTA)

6.2 Apresente de dois a três objetivos/metasp a serem alcançados pela empresa a longo prazo.

(SUA RESPOSTA)

6.3 Cooperações

Potenciais organizações que podem colaborar com o desenvolvimento e comercialização do produto, serviço ou processo.

- universidades;
- institutos de tecnologia;
- fornecedores;

() concorrentes;

() clientes;

Descreva o nome das organizações:

6.4 Indique a modalidade de incubação que a empresa irá se candidatar:

() Res idêntica área exclusiva

() Não residente

() Residente Coworking

6.5 Indique como a incubadora pode agregar valor ao seu negócio:

() Infraestrutura;

() Consultoria;

() Assessoria;

() Visibilidade e credibilidade para com o mercado;

() Outros: _____

7 Plano Financeiro

7.1 Apresente também o resultado dos indicadores financeiros

Investimento inicial: _____

Valor necessário para cobrir gastos com a montagem da empresa, tais como instalações, estoques, reformas, móveis, veículos e qualquer outro item necessário para colocar seu negócio para funcionar. Incluindo os custos com a incubação.

VPL: _____

Valor Presente Líquido do fluxo de caixa, se positivo, indica que o projeto é viável.

TIR: _____

Taxa Interna de Retorno anual do negócio. Indicar qual foi a TMA (taxa mínima de atratividade) utilizada. A TIR indica se o negócio está mais rentável do que a TMA escolhida para análise (exemplo: Taxa Selic)

Ponto de Equilíbrio financeiro (Mês ou valor): _____

Obs.: Ponto de Equilíbrio é quando os custos do negócio são iguais às suas receitas, ou seja, lucro igual a zero. É o faturamento mínimo que a empresa precisa para cobrir seus custos. É a partir desse ponto de equilíbrio que a empresa começa a obter lucros, independente de investimentos externos.

7.2 Impacto econômico

Indique qual a percepção dos efeitos econômicos causados pela sua empresa na vizinhança, oriundos das atividades do empreendimento (ex.: quantidade de empregos que serão oferecidos, geração de renda na cidade, entre outros).

(SUA RESPOSTA)

7.3 Preencher orçamento do fluxo de caixa mensal para um período de 2 anos.

No fluxo de caixa deve constar todas as previsões de investimentos, receitas, despesas e custos. (Planilha online disponibilizada pela equipe INTEC)

7.4 Preencher o DRE – Demonstração do Resultado do Exercício

Tem como objetivo principal apresentar de forma vertical resumida o resultado apurado em relação ao conjunto de operações realizadas num determinado período, normalmente, de doze meses. Incluir a Lucratividade Prevista como o resultado positivo, após deduzir do faturamento custos e despesas. (Planilha em anexo)

8 Plano de Desenvolvimento do Empreendedor

8.1 Descrição da equipe gerencial e dos colaboradores (dados dos empreendedores, experiência profissional e distribuição das atividades):

Sócio 1:

Nome:
Telefone: () -
Perfil (Breve currículo):
Atribuições do sócio 1 (papel a ser desempenhado na sociedade):
Atividades desenvolvidas:

Sócio 2:

Nome:
Telefone: () -
Perfil (Breve currículo):
Atribuições do sócio 2 (papel a ser desempenhado na sociedade):
Atividades desenvolvidas:

Sócio 3:

Nome:
Telefone: () -
Perfil (Breve currículo):
Atribuições do sócio 2 (papel a ser desempenhado na sociedade):
Atividades desenvolvidas:

Dados da equipe:

Nome:
Perfil (Breve currículo):
Atividades desenvolvidas:

Nome:
Perfil (Breve currículo):
Atividades desenvolvidas:

Nome:
Perfil (Breve currículo):
Atividades desenvolvidas:

Preencha a previsão de necessidade futura de pessoal de acordo com o ano de contratação:

Cargo/função	Qualificações necessárias	Ano

8.2 Competências da equipe

Complete a tabela de acordo com as competências que a EQUIPE já possui ou que ainda precisa desenvolver (Marque um X):

Competências/Habilidades	Possui	Precisa desenvolver
Perfil empreendedor		
Gestão		
Técnica		
Comercial		
Financeira		
Recursos humanos		
Liderança		
Outras: _____		

8.3 Existe algum processo de seleção já estruturado?

(SUA RESPOSTA)

8.4 Plano de Desenvolvimento dos Empreendedores

Resumo do Plano de Desenvolvimento Pessoal dos Empreendedores (incluir aspectos relacionados à qualificação futura do empreendedor).

Empreendedores	Quais áreas necessitam desenvolver
Sócio 1	
Sócio 2	
Sócio 3	

8.5 Qual os meios que serão utilizados para o compartilhamento de informações?

(SUA RESPOSTA)

8.6 Impacto Social

Indique três ações para compensar os potenciais prejuízos causados no entorno.

(SUA RESPOSTA)

8.7 Sustentabilidade social

Indique os critérios e as ações, na visão do empreendedor, propostas para eliminar ou diminuir o impacto do produto, serviço ou processo proposto.

() Direitos humanos

Ação proposta:

() Direitos dos trabalhadores

Ação proposta:

() Envolvimentos com comunidades

Ação proposta:

() Transparência

Ação proposta:

() Postura Ética

Ação proposta:

Roteiro desenvolvido pela Mestranda Jessica Werner Boschetto para obtenção do grau de Mestre em Engenharia da Produção pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) 2015.

Documento disponível para download no endereço <http://intec.tecpar.br>.

Fontes:

**ROSA, Cláudio Afrânio. Como Elaborar Plano de Negócio. Brasília: SEBRAE, 2007.*

**ASSUNÇÃO, Adriana Faria Gontijo - Plano de negócio estendido: uma alternativa para o empreendedorismo tecnológico? - Dissertação: Mestrado Profissional em Administração. Orientadora: Profª. Drª. Adelaide Maria Coelho Baeta; Pedro Leopoldo: Fipef, 2010.144p.*

** Locus_cientifico_v2_art_2_pdf_55*

Contato:



ROTEIRO PARA APRESENTAÇÃO DE PROPOSTA

Incubadora Tecnológica do TECPAR

E-mail: intec@tecpa.br

Telefone: +55 41 3316-3088 ou 3316-3176

Rua Prof. Algacyr Munhoz Maeder, 3775 – CIC – Curitiba -PR

ou

Rua Marciano de Barros nº 700, Jacarezinho, Estado do Paraná