*Business Idea* – Sumário

Título do projecto de negócio: \*

**PARTE I** - *INTRODUÇÃO DA 'BUSINESS IDEA'*

1. Descrição sumária da Ideia de Negócio, suas características inovadoras e sua viabilidade

Descreva sumariamente a sua Ideia de Negócio, destacando as principais características inovadoras (científica, tecnológica, de mercado), do produto/serviço ou processo.   
Entende-se por **inovação** qualquer aspecto considerado como novo pelo eventual utilizador/ mercado, capaz de garantir diferenciação face aos concorrentes.  
Entende-se por **viabilidade** a qualidade de sustentação/desenvolvimento do projecto, no fundo pretendemos perceber quais as qualidades deste projecto que permitam uma execução com sucesso em termos económicos.   
Neste ponto, quem lê o projecto, tem de ficar a compreender de imediato o que ele representa e se é viável ou não.



2. Missão da empresa a criar

Objectivos gerais da empresa a criar, pretendemos compreender qual é a visão que detém para a sua organização - que missão? que problemas ou falhas resolve no mercado ou sociede?- expressando os seus propósitos em termos de realização, concepção e/ou comercialização do seu produto ou serviço.



3. Descrição do Produto/Serviço

Caracterização do seu produto ou serviço com a devida fundamentação. Descrever, sucintamente, o produto/serviço que se pretende produzir/prestar - como será feito ou desenvolvido? que inovação ou vantagem confere ao seu utilizador ou quem usufrui? como supera outros que já atuam no mercado ou suprimem as mesmas necessidades dos consumidores?



PARTE II - *ANÁLISE DA 'BUSINESS IDEA'*

4. Posicionamento da Sua Empresa e Produto/Serviço no Mercado

Como a sua empresa se vai posicionar no mercado, que fatores de diferenciação? Que vantagens detém sobre as demais? Quais os pontos fortes da sua empresa? Que diferenças comporta face a outros agentes no mercado?  
Por posicionamento do produto/serviço no mercado, no fundo procuramos entender a sua definição e concepção que fatores comporta em vantagem ou em diferenciação quando comparados com outros, ex: Valor, preço, qualidade, status, estética, facilidade de uso, rapidez…



5.Produto/Serviço e respectivos concorrentes/substitutos/complementares

Identificação do próprio produto e de todos aqueles que possam satisfazer a mesma necessidade para a qual foi criado o produto. Ao mesmo tempo, dever-se-ão identificar todos os produtos que lhe sejam complementares.



6. Vantagens/Desvantagens Competitivas

Entende-se por vantagem/desvantagem competitiva as características ou atributos possuídos (ou não) por um produto que lhe confere uma determinada superioridade sobre respectivos concorrentes. Por superioridade entendemos a compilação de determinados factores que lhe conferem uma vantagem competitiva sobre outros agentes do mercado já existentes (ou não).



7. Perfil dos clientes-alvo

Entende-se por clientes-alvo aqueles que a empresa pretende servir e que poderão proporcionar os maiores ganhos. Caracterize-os, justificando com base em critérios comportamentais, demograficos, de localização geográfica, de benefícios procurados no produto, de necessidades a satisfazer ou padrões de utilização.



8. Cenários futuros/tendências

Quais os cenários futuros expectáveis - económicos, políticos, legais, sociológicos, culturais, tecnológicos - a que empresa poderá ter que se adaptar.



9. Porque apresento(amos) esta candidatura (ideia)

Quais as motivações que são detidas para a apresentação desta candidatura, que razãoes e expectativas detém sobre esta candidatura.

