

GUIA PRÁTICO para **EMPREENDEDORES e JOVENS EMPRESÁRIOS**

Como estruturar o meu
Plano de Negócios?

NERE
ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL

**EMPREENDE
XXI**

 INSTITUTO DO EMPREGO
E FORMAÇÃO PROFISSIONAL

**STARTUP
PORTUGAL**

GUIA PRÁTICO para **EMPREENDEDORES e JOVENS EMPRESÁRIOS**

Como estruturar o meu
Plano de Negócios?

“Grandes empreendedores são aqueles que transformam obstáculos em oportunidades.”
(Richard Branson)

ÍNDICE

Introdução

1. O que é um Plano de Negócios?	7
2. O Modelo de Negócio Canvas	9
3. Proposta de Valor	11
4. Segmentos de Clientes	13
5. Canais	15
6. Relação com os(as) Clientes	17
7. Fontes de Receita	19
8. Recursos-Chave	21
9. Atividades-Chave	23
10. Parcerias-Chave	25
11. Estrutura de Custos	27
12. Do Canvas ao Plano de Negócios	29
13. Erros Comuns a Evitar	31
14. Considerações Finais	33

Aexos

- Anexo 1: Modelo de Canvas para preencher
- Anexo 2: Tabela-resumo do Plano de Negócios
- Anexo 3: Checklist de verificação do Plano de Negócios
- Anexo 4: Casos práticos

INTRODUÇÃO

Empreender é muito mais do que criar um negócio: é transformar ideias em soluções, desafios em oportunidades e visão em ação. Todos os grandes projetos começaram com uma pergunta simples – “*E se fosse possível?*” – e com a coragem de dar o primeiro passo.

Este e-book foi pensado para empreendedores que desejam estruturar o seu negócio de forma clara, consciente e estratégica. Aqui, o Modelo de Negócio Canvas surge como uma ferramenta acessível e poderosa, que ajuda a organizar ideias, visualizar o negócio como um todo e tomar decisões mais informadas desde o início.

Não é necessário ter todas as respostas desde o princípio. O mais importante é estar disposto a refletir, testar, aprender e ajustar ao longo do caminho. Este guia pretende ser um ponto de partida prático e motivador, apoiando-o(a) na construção de um plano de negócios sólido, alinhado com os seus objetivos e com a realidade do mercado.

O QUE É UM PLANO DE NEGÓCIOS?

1



1. O que é um Plano de Negócios?

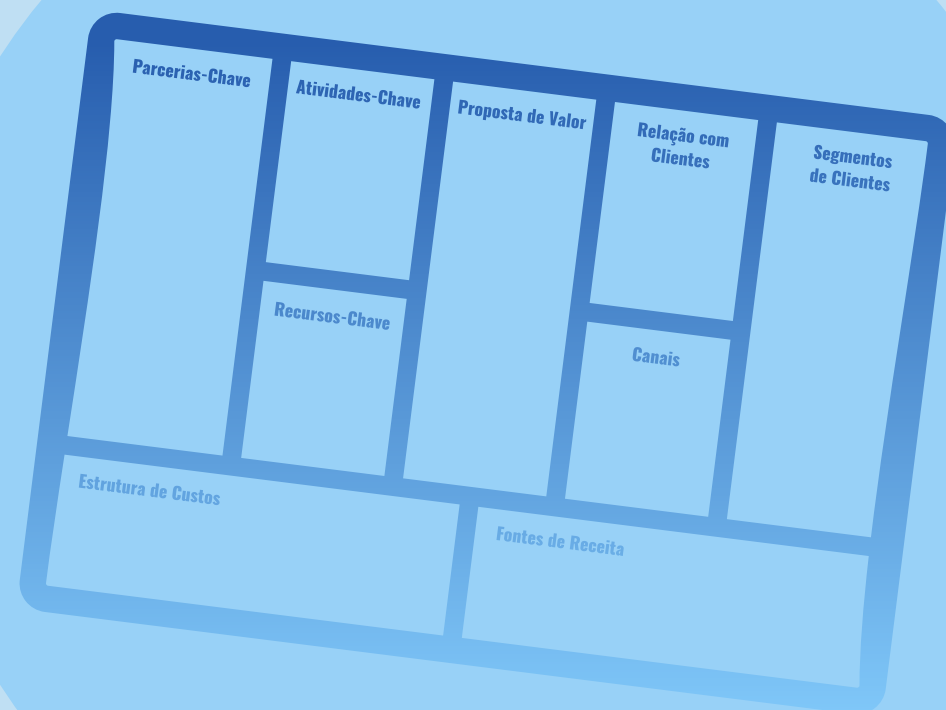
O plano de negócios é um documento que descreve os objetivos de um projeto, as estratégias para os alcançar e os recursos necessários para a sua implementação. Mais do que um requisito formal, é uma ferramenta de reflexão, planejamento e tomada de decisão.

Exercício prático:

- Escreva uma frase que resuma o objetivo principal do seu negócio.
- Enumere três razões pelas quais o seu projeto é importante ou necessário.

O MODELO DE NEGÓCIO CANVAS

2



2. O Modelo de Negócio Canvas

O Canvas é uma ferramenta visual que permite compreender, de forma integrada, como um negócio nasce, desenvolve e cria valor. É composto por nove blocos fundamentais que servem de base à construção do plano de negócios.

Exercício prático:

- Preencha o anexo 1;
- Preencha inicialmente com ideias simples, sem preocupações com detalhes.

PROPOSTA DE VALOR

3



3. Proposta de Valor

A proposta de valor é o coração do seu negócio. Representa o conjunto de benefícios que o seu produto ou serviço oferece aos clientes e a razão pela qual estes o escolhem em vez de outras alternativas no mercado.

Para definir uma proposta de valor sólida, o empreendedor deve responder a questões como:

- Que problema concreto estou a resolver?
- Que necessidades ou desejos do(a) cliente satisfaço?
- Que benefícios claros o(a) cliente obtém?
- O que me diferencia da concorrência?

Uma boa proposta de valor deve ser clara, relevante e focada no(a) cliente. Não se trata apenas do produto em si, mas da experiência, da solução e do impacto que gera na vida do(a) cliente.

Exercício prático:

- Liste os problemas que o seu produto ou serviço resolve.
- Identifique os benefícios que os(as) clientes obtêm.
- Diferencie-se da concorrência: escreva pelo menos três pontos que tornam a sua oferta única.

SEGMENTOS DE CLIENTES

4



4. Segmentos de Clientes

Os segmentos de clientes identificam quem são as pessoas ou organizações a quem o negócio se destina. Um negócio pode servir um único segmento ou vários, desde que as suas necessidades sejam bem compreendidas.

Ao definir os segmentos de clientes, é importante considerar:

- Quem são os(as) meus(minhas) clientes principais?
- Que características têm (idade, localização, interesses, comportamentos)?
- Que problemas ou necessidades específicas apresentam?

Conhecer profundamente o(a) cliente permite desenvolver soluções mais adequadas, melhorar a comunicação e aumentar as probabilidades de sucesso do negócio.

Exercício prático:

- Descreva cada segmento de cliente com características como idade, localização, interesses e comportamentos.
- Priorize os segmentos mais importantes para iniciar o negócio.

5



5. Canais

Os canais descrevem como a empresa comunica, distribui e entrega a sua proposta de valor aos clientes. Estes podem ser canais físicos, digitais ou uma combinação de ambos.

Algumas questões orientadoras incluem:

- Como é que os(as) clientes tomam conhecimento do meu produto ou serviço?
- Onde e como realizam a compra?
- Como é feita a entrega ou o acesso ao serviço?

A escolha dos canais deve ser coerente com o perfil do(a) cliente e com os recursos disponíveis, garantindo uma experiência simples e eficaz.

Exercício prático:

- Edentifique todos os canais possíveis (online e offline) para alcançar os(as) clientes.
- Identifique quais são os canais mais eficazes para cada segmento de cliente.

RELAÇÃO COM OS(AS) CLIENTES

6



6. Relação com os(as) Clientes

Este bloco define o tipo de relação que a empresa estabelece com cada segmento de clientes ao longo do tempo.

A relação pode assumir diferentes formas, tais como:

- Atendimento personalizado
- Apoio contínuo
- Comunidades e redes
- Autoatendimento ou serviços automatizados

O objetivo é criar confiança, fidelização e proximidade, assegurando que o(a) cliente se sente valorizado e satisfeito.

Exercício prático:

- Escolha o tipo de relação para cada segmento: atendimento personalizado, autoatendimento, comunidades, etc.
- Pense em formas de fidelizar os(as) clientes e criar confiança.

FONTES DE RECEITA

7



7. Fontes de Receita

As fontes de receita indicam como o negócio gera rendimento a partir da proposta de valor.

Podem assumir diferentes modelos, como:

- Venda direta de produtos ou serviços
- Subscrições ou mensalidades
- Pagamentos por utilização
- Licenças, comissões ou alugueres

É fundamental definir preços adequados, sustentáveis e alinhados com o valor percebido pelo(a) cliente.

Exercício prático:

- Indique todas as possíveis fontes de receita.
- Defina um modelo de preço inicial para cada serviço ou produto.
- Identifique oportunidades de receita adicional.

RECURSOS-CHAVE

8



8. Recursos-Chave

Os recursos-chave são os ativos essenciais para que o negócio funcione e entregue a sua proposta de valor.

Podem incluir:

- Recursos humanos (equipa, competências)
- Recursos físicos (instalações, equipamentos)
- Recursos intelectuais (marca, conhecimento, patentes)
- Recursos financeiros

Identificar corretamente estes recursos ajuda o empreendedor a planear investimentos e necessidades futuras.

Exercício prático:

- Indique os recursos humanos, físicos, intelectuais e financeiros necessários.
- Avalie quais recursos já possui e quais precisa adquirir.

ATIVIDADES-CHAVE

9



9. Atividades-Chave

As atividades-chave correspondem às ações mais importantes que a empresa deve realizar para operar com sucesso.

Estas atividades podem envolver:

- Produção ou prestação de serviços
- Marketing e comunicação
- Gestão de clientes e vendas
- Desenvolvimento e inovação

Definir claramente estas atividades permite organizar o trabalho e garantir o foco no que é realmente essencial.

Exercício prático:

- Escreva todas as atividades essenciais para entregar a sua proposta de valor.
- Classifique-as por prioridade e frequência.

PARCERIAS-CHAVE

10



10. Parcerias-Chave

As parcerias-chave incluem todas as entidades externas que contribuem para o funcionamento do negócio.

Podem ser:

- Fornecedores
- Parceiros estratégicos
- Instituições ou organizações de apoio

As parcerias permitem reduzir custos, minimizar riscos e complementar competências que a empresa não possui internamente.

Exercício prático:

- Determine fornecedores, parceiros estratégicos e organizações de apoio.
- Identifique os benefícios de cada parceria e como podem ser formalizadas

ESTRUTURA DE CUSTOS



11. Estrutura de Custos

A estrutura de custos identifica todos os custos associados ao funcionamento do negócio.

Inclui, por exemplo:

- Custos fixos (rendas, salários)
- Custos variáveis (matérias-primas, comissões)
- Investimentos iniciais
- Custos operacionais

Conhecer bem os custos é essencial para garantir a viabilidade financeira e apoiar decisões estratégicas.

Exercício prático:

- Determine custos fixos e variáveis.
- Estime os investimentos iniciais.
- Verifique quais custos podem ser reduzidos ou otimizados.

DO CANVAS AO PLANO DE NEGÓCIOS

12



12. Do Canvas ao Plano de Negócios

Após preencher o Canvas, a informação deve ser desenvolvida e aprofundada no plano de negócios, transformando ideias-chave em análises, estratégias e projeções concretas.

Exercício prático:

- Reúna todos os pontos do Canvas e desenvolva um resumo detalhado para cada bloco.
- Identifique metas e indicadores de sucesso para cada área.

ERROS COMUNS A EVITAR

13



13. Erros Comuns a Evitar

Alguns erros frequentes incluem a falta de clareza na proposta de valor, desconhecimento do(a) cliente, subestimação de custos e ausência de validação da ideia.

Exercício prático:

- Reveja cada bloco do Canvas e verifique se há lacunas ou pontos pouco claros.
- Apresente três formas de testar ou validar a sua ideia antes de avançar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

14



14. Considerações Finais

Estruturar um plano de negócios com base no Modelo Canvas torna o processo mais simples, visual e eficaz. Este e-book pretende ser um ponto de partida prático para quem deseja planejar com confiança e transformar ideias em projetos viáveis.

Mensagem Final

Lembre-se: o sucesso de um negócio não é apenas o resultado de uma ideia brilhante, mas da determinação, consistência e capacidade de aprender com cada passo. Comece, persista e ajuste o seu caminho sempre que necessário. O seu projeto pode começar pequeno, mas com coragem e planeamento pode tornar-se grande e impactante. Seja o(a) empreendedor(a) que transforma oportunidades em realizações.

Anexo 1: Modelo de Canvas para preencher

Bloco do Canvas	Descrição / Ideias
Proposta de Valor	
Segmentos de Clientes	
Canais	
Relação com os(as) Clientes	
Fontes de Receita	
Recursos-Chave	
Atividades-Chave	
Parcerias-Chave	
Estrutura de Custos	

Anexo 2: Tabela-resumo do Plano de Negócios

Bloco do Canvas	Pontos-chave	Estratégias / Ações	Prioridade
Proposta de Valor			
Segmentos de Clientes			
Canais			
Relação com os(as) Clientes			
Fontes de Receita			
Recursos-Chave			
Atividades-Chave			
Parcerias-Chave			
Estrutura de Custos			

Anexo 3: Checklist de verificação do Plano de Negócios

Critério	Status
Proposta de Valor clara e relevante	<input type="checkbox"/>
Segmentos de Clientes definidos e priorizados	<input type="checkbox"/>
Canais identificados e adequados ao cliente	<input type="checkbox"/>
Relação com os(as) Clientes bem estruturada	<input type="checkbox"/>
Fontes de Receita sustentáveis e alinhadas com o mercado	<input type="checkbox"/>
Recursos-Chave identificados e disponíveis	<input type="checkbox"/>
Atividades-Chave detalhadas e priorizadas	<input type="checkbox"/>
Parcerias-Chave definidas e formalizadas	<input type="checkbox"/>
Estrutura de Custos clara e viável	<input type="checkbox"/>
Plano de Negócios completo e revisado	<input type="checkbox"/>

Anexo 4: Casos Práticos de Utilização do Modelo Canvas

Caso 1: Produto Agroalimentar com Embalagem Sustentável

Contexto: Desenvolvimento de um snack saudável à base de frutos secos locais, com embalagem 100% reciclável e biodegradável

Bloco	Descrição
Proposta de Valor	Snack saudável, natural, produzido localmente, com embalagem sustentável que reduz impacto ambiental.
Segmentos de Clientes	Consumidores preocupados com saúde e ambiente; supermercados e lojas de produtos naturais; clientes B2B para catering e empresas de alimentação saudável.
Canais	Lojas físicas de produtos naturais; e-commerce; feiras e mercados locais; redes sociais.
Relacionamento com Clientes	Programas de fidelização; newsletters com dicas de nutrição; workshops sobre sustentabilidade; redes sociais interativas.
Fluxos de Receita	Venda direta do produto (online e offline); parcerias com empresas de catering; vendas em assinaturas mensais de snacks.
Recursos-Chave	Matéria-prima local (frutos secos); equipa de produção; fornecedores de embalagens sustentáveis; marca e marketing; certificações de qualidade e sustentabilidade.
Atividades-Chave	Produção e embalagem; desenvolvimento de novos produtos; gestão de redes sociais e e-commerce; logística de distribuição.
Parcerias Principais	Agricultores locais; fornecedores de embalagens ecológicas; transportadoras com logística sustentável; associações de certificação orgânica.
Estrutura de Custos	Compra de matéria-prima; desenvolvimento e produção; embalagens ecológicas; marketing e comunicação; transporte e logística; certificações.

Caso 2: App de Gestão de Agendas e Alertas

Contexto: Aplicação móvel que organiza agendas pessoais e profissionais, envia alertas inteligentes e integra calendários de trabalho e lazer.

Bloco	Descrição
Proposta de Valor	Gestão integrada de agendas e alertas personalizados, com interface simples e funcionalidades inteligentes (sugestões, lembretes, integração com calendários externos).
Segmentos de Clientes	Profissionais com agendas ocupadas; estudantes universitários; famílias que querem organizar rotinas; pequenas empresas.
Canais	App Store, Google Play; website oficial; campanhas de marketing digital; redes sociais; parcerias com empresas.
Relacionamento com Clientes	Suporte online; notificações personalizadas; atualizações regulares; tutoriais e webinars de utilização.
Fluxos de Receita	Compra da app (premium); assinaturas mensais/anuais; publicidade dentro da app; funcionalidades adicionais pagas (ex.: templates, relatórios).
Recursos-Chave	Equipa de desenvolvimento de software; designers UX/UI; servidores e tecnologia de cloud; equipa de marketing e suporte.
Atividades-Chave	Desenvolvimento e manutenção da app; atualização de funcionalidades; marketing e promoção; atendimento ao cliente; análise de dados de utilização.
Parcerias Principais	Plataformas de pagamento; fornecedores de tecnologia cloud; universidades ou empresas para testes piloto; influenciadores digitais para promoção.
Estrutura de Custos	Desenvolvimento e manutenção da app; marketing digital; servidores e infraestrutura; salários da equipa; suporte ao cliente.

Caso 3: Organização de um Evento Solidário por Alunos

Contexto: Um grupo de alunos organiza um evento solidário para angariar fundos para uma causa local (ex.: apoio a famílias em situação de vulnerabilidade). O evento inclui apresentações culturais, venda de produtos e atividades interativas.

Bloco	Descrição
Proposta de Valor	Evento que combina diversão, cultura e solidariedade, permitindo à comunidade participar e apoiar uma causa social, promovendo valores de cidadania e colaboração entre alunos.
Segmentos de Clientes	Comunidade escolar; famílias locais; associações e ONG parceiras; patrocinadores interessados em responsabilidade social.
Canais	Divulgação em escola e redes sociais; cartazes na comunidade; boca a boca; newsletter da escola; parcerias com mídia local.
Relacionamento com Clientes	Participação direta no evento; comunicação contínua sobre resultados e impacto; agradecimento público a patrocinadores e voluntários.
Fluxos de Receita	Venda de bilhetes de entrada; venda de produtos durante o evento (comida, artesanato, lembranças); patrocínios; doações diretas.
Recursos-Chave	Equipa de alunos e professores organizadores; espaço físico na escola ou comunidade; materiais para atividades e decoração; apoio de parceiros e voluntários.
Atividades-Chave	Planeamento e organização do evento; angariação de fundos; promoção e comunicação; logística no dia do evento; avaliação de resultados.
Parcerias Principais	Associações locais e ONG; empresas para patrocínios; professores e direção da escola; voluntários da comunidade; fornecedores de materiais e alimentação.
Estrutura de Custos	Aluguer de espaço (se necessário); materiais para atividades e decoração; alimentação e bebidas; comunicação e promoção; segurança e logística.