

Plano de Negócios

Roteiro

- 1. Sumário Executivo:** essencial, pois muitos investidores tomam a decisão considerando o apresentado nesta etapa. É fundamental apresentar o conceito do negócio, qual solução a empresa se compromete a entregar aos clientes e de que forma o negócio será desenvolvido.
- 2. A empresa:** se o negócio ainda não existe, explique como surgiu a ideia e de que forma será desenvolvida. Se o empreendimento já esteja em funcionamento, apresente a razão social, nome fantasia, além de dados gerais e jurídicos do negócio.
- 3. Os empreendedores** – nesta etapa, são apresentados os dados pessoais dos donos do negócio. A ideia é apresentar um mini currículo que demonstre a capacidade das pessoas no desenvolvimento do negócio.
- 4. Estudo dos Clientes** – algumas perguntas básicas que devem ser respondidas sobre os clientes: o que pensam, o que querem, o que compram, por qual razão compram e com que frequência compram. Muitas vezes, são identificadas particularidades do tipo de produto e/ou serviço que precisam ser consideradas na montagem do negócio. Diversos autores comentam que a primeira pergunta antes de iniciar um negócio deve ser: quem é o cliente? Até mesmo antes de pensar o que vender.
- 5. Características do(s) Produto(s) e ou Serviço(s)** – saber o que a empresa venderá é fundamental, ou seja, o mix de produtos e/ou serviços deve estar claro. Esse mix pode ser definido considerando a análise do comportamento do consumidor, e o ideal é conhecer tão bem o cliente a ponto de saber o que vai surpreendê-lo.
- 6. Capacidade de Produção e dos Procedimentos** – nesta etapa o ideal é descrever detalhadamente cada processo, desde a produção até a pós venda. Essa descrição de processos permitirá refletir que tipo de matéria prima, quantas pessoas, qual o custo e qual o tempo necessário, ou seja, todos os aspectos para operacionalização do negócio.
- 7. Os fornecedores** – lembre-se que alguns autores sugerem que “comprar bem é fundamental para vender bem”, mas nem sempre isso é possível. Algumas vezes o negócio está em um segmento onde os fornecedores são monopólios ou oligopólios, o que faz o poder de barganha limitado. Deve-se considerar que, dependendo do fornecedor, é possível ter dificuldades na gestão do negócio. Na atualidade, buscam-se fornecedores parceiros, que também ajudem a desenvolver o negócio.
- 8. Projeção das Vendas** – nesta etapa é fundamental realizar análises quantitativas e qualitativas que permitam certa assertividade nos números. As estimativas de vendas devem ser realistas, pois funcionarão como fonte de recursos para empresa. Lembre-se de definir com precisão o potencial e a demanda para os produtos e/ou serviços.
- 9 Ações de Comunicação** - principalmente para negócios em fase de nascimento, é fundamental definir quais ações de comunicação (meio, mensagem, frequência) ajudarão no sucesso do negócio. As ações devem ser focadas para manter contato com público-alvo definido na etapa anterior. Lembre-se que, nesta fase, o desafio é falar a língua do público-alvo.
- 10. Análises Estratégicas** – as análises estratégicas ajudam a compreender os desafios do negócio, como quem somos, onde estamos, quem são os melhores e o que fazem. Normalmente, o trabalho será realizado em ambiente muito competitivo, então é importante pensar os diferenciais. Na prática,

sempre podemos fazer mais e melhor, desde que tenhamos isso claro no posicionamento estratégico.

11. **Análises Financeiras** - esta etapa precisa ser elaborada com cuidado, considerando que o negócio tem um tempo para o desenvolvimento estimado em, no mínimo, 2 anos. Nessa fase o ideal é que o empreendedor tenha outras fontes de recursos ou que estime o seu custo de vida no investimento inicial. A parte financeira, se não for bem planejada, pode gerar dificuldades na gestão.