**PLANO DE NEGÓCIOS**

# INTRODUÇÃO

Esta é uma ferramenta projetada para organizar conceitos fundamentais e opções visando uma análise precisa da viabilidade do empreendimento almejado. Ela facilita a realização de uma avaliação prévia à implementação da nova ideia, minimizando o risco de alocação ineficaz de recursos e esforços em projetos não viáveis. Ademais, serve como apoio na obtenção de empréstimos e financiamentos de entidades financeiras e é útil para promover a expansão empresarial.

| Pessoa Física: | Ricardo Costa |
| --- | --- |
| C.P.F: | 982.672.332-80 |
| Razão Social: | Psicologia Ricardo |
| C.N.P.J: | 728.429.652.661-80 |
| Data de Fundação: | 05/11/2019 |
| Endereço: | Rua XV |
| Telefone: | (42) 998203327 |

# CARACTERIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

## Caracterização do Empreendimento.

O objetivo da questão é entender o propósito do plano de negócios, que pode ser: estabelecer um novo empreendimento (implantação), ampliar um negócio pré-existente, ou alterar o endereço da empresa atual (relocalização).

( ) Implantação

( X ) Expansão/Modernização

( ) Relocalização

## Faça uma síntese do tipo de empreendimento que você pretende implementar.

Esta indagação busca definir explicitamente o segmento de mercado alvo e as justificativas para a seleção desse ramo. É útil detalhar características do empreendimento em questão. Por exemplo, se o plano é iniciar uma padaria, qual será o diferencial? Produtos artesanais ou industriais?; caso seja uma loja, ela será especializada em produtos específicos ou oferecerá uma gama variada?; e assim sucessivamente, detalhando conforme o contexto do negócio.

| Pretendo implementar um aplicativo móvel que seja uma plataforma de bem-estar e desenvolvimento social. A ideia é oferecer conteúdo e ferramentas para ajudar as pessoas a cuidarem da saúde mental, praticarem o autocuidado e desenvolverem habilidades para uma vida mais equilibrada e gratificante. |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

# 

# ANÁLISE DE MERCADO E COMPETITIVIDADE

## Descreva quais são as oportunidades que você percebe em seu empreendimento.

Numerosas oportunidades surgem através do reconhecimento de tendências atuais. É crucial que as empresas dediquem atenção minuciosa a essas tendências para identificar novas possibilidades de negócio.

| vejo várias oportunidades no empreendimento, como a crescente demanda por ferramentas de bem-estar e saúde mental, especialmente em um mundo cada vez mais acelerado e estressante. |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

## Quais são as principais ameaças ao seu negócio?

Ameaças estão sempre presentes e emergem de diversas fontes, desde a falta de interesse dos consumidores em seu produto até a chegada de novos competidores que possuem vantagens competitivas significativas, incluindo também a escassez de recursos e matérias-primas. Portanto, é essencial manter uma vigilância constante e completa sobre as alterações do mercado, conhecidas como sinais de mercado, para que você possa responder de forma previsível e consistente.

| concorrência com outros etabelicimentos |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

# LOCALIZAÇÃO E INSTALAÇÃO

***Realize uma avaliação dos vários locais potenciais antes de decidir onde estabelecer sua empresa. A seguir, fornecemos um esquema que contempla diversos critérios para facilitar a classificação por nível de importância. Utilize uma escala de um a cinco, em que cinco representa a opção mais vantajosa para o seu negócio.***

Através do preenchimento do quadro, você poderá ter um melhor direcionamento quanto as vantagens e desvantagens do local a ser escolhido.

| **Fatores** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Área comercial movimentada |  |  |  |  |  |
| Área para vitrines |  |  |  |  |  |
| Bom acesso rodoviário |  |  |  |  |  |
| Concorrente mais próximo |  |  |  |  |  |
| Entrada de serviço para entregas |  |  |  |  |  |
| Estado do imóvel |  |  |  |  |  |
| Facilidade de entrada e saída |  |  |  |  |  |
| Facilidade de estacionamento |  |  |  |  |  |
| Fluxo de tráfego |  |  |  |  |  |
| Histórico do local |  |  |  |  |  |
| Localização da rua |  |  |  |  |  |
| Melhorias exigidas na locação |  |  |  |  |  |
| Passagem de pedestres |  |  |  |  |  |
| Preço do aluguel |  |  |  |  |  |
| Serviços urbanos |  |  |  |  |  |
| Taxa de ocupação do local |  |  |  |  |  |
| Tempo de contrato do aluguel |  |  |  |  |  |
| Transporte público |  |  |  |  |  |
| Zoneamento adequado |  |  |  |  |  |

## O quadro acima poderá ser aplicado para diversos locais e após a definição, justifique abaixo os motivos que o levaram a esta decisão.

A escolha do local e o espaço físico onde você pretende instalar seu negócio é uma decisão muito importante para o sucesso do empreendimento. O local deve oferecer uma infra-estrutura necessária a seu negócio, ter acesso facilitado aos clientes e fornecedores, enfim, propiciar o seu crescimento.

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

## Defina um layout para suas instalações.

**A determinação do local e da estrutura física para a instalação do seu empreendimento é crucial para o seu êxito. É essencial que o espaço selecionado disponibilize a infraestrutura requerida pelo seu negócio, assegure fácil acesso para clientes e fornecedores, e, em última análise, fomente a expansão da empresa. Por exemplo, para um restaurante, isso pode significar estar em uma área de alto tráfego com boa visibilidade; para uma empresa de logística, proximidade a rodovias principais e centros de distribuição é fundamental; enquanto um escritório de tecnologia pode valorizar a conectividade de alta velocidade e a proximidade a centros de inovação.**

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

# CONSUMIDOR

## Qual o seu mercado potencial?

Identificar o mercado potencial envolve definir seu público-alvo – isto é, determinar para quem você planeja fabricar, comercializar ou oferecer serviços (considerando aspectos como região, gênero, hábitos, estilo de vida, faixa de renda). Esta investigação também pode abranger a definição do perfil empresarial que seu produto ou serviço visa atender, incluindo o tamanho da empresa, seu setor de atividade, volume de vendas, seja no comércio ou na indústria. É fundamental dar prioridade aos segmentos de mercado assim identificados.

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

## Dimensione seu mercado principal.

As informações quanto ao raio de atuação da empresa, tamanho de mercado, número de clientes/clientes potenciais dentre outras variáveis, podem ser obtidas através da consulta em bancos de dados, de censos econômicos e demográficos, publicações especializadas do setor, associações comerciais e de classes, sindicatos, órgãos do governo federal, estadual e municipal, com os concorrentes ou ainda em pesquisas de mercado junto ao mercado-alvo.

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

## O setor possui sazonalidade no consumo?

Dados sobre o alcance geográfico da empresa, dimensão do mercado, quantidade de clientes atuais e potenciais, entre outros aspectos, podem ser adquiridos por meio de pesquisas em bases de dados, censos econômicos e demográficos, revistas e publicações específicas do setor, associações comerciais e profissionais, sindicatos, instituições governamentais (federais, estaduais e municipais), análise da concorrência ou mediante estudos de mercado realizados diretamente com o público de interesse.

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |