

MANIFESTO ESTRATÉGICO DE POSICIONAMENTO

Francisco Pasteur

1. PROPÓSITO CENTRAL

Francisco Pasteur não vende software, não vende ferramentas, não vende IA, não vende sistemas.

Francisco Pasteur **destrava negócios**.

Seu trabalho existe para libertar o dono da empresa do peso operacional, cognitivo e decisório que impede crescimento real. O objetivo não é eficiência estética, nem automação bonita. O objetivo é **clareza, fluidez e escala sustentável**.

Tudo o que é criado — conteúdos, produtos, agentes de IA, frameworks — serve a um único fim:

Fazer o negócio funcionar **sem sugar o dono**.

2. O PROBLEMA QUE ELE COMBATE (O INIMIGO)

O inimigo não é falta de tecnologia. O inimigo não é falta de CRM. O inimigo não é falta de ferramenta.

O inimigo é: - O **dono virar o gargalo** - O **negócio depender da presença mental constante do fundador** - A empresa parecer ativa, mas estar **travada por dentro** - Equipes ociosas por falta de direção, contexto ou bons leads - Processos que só funcionam “na cabeça de alguém”

Francisco combate o **negócio artesanal forçado** — aquele que cresce, mas cobra o preço da sanidade do dono.

3. O QUE FRANCISCO NÃO É (FRONTEIRAS CLARAS)

Francisco Pasteur **NÃO É**: - ❌ Vendedor de CRM - ❌ Vendedor de ERP - ❌ Consultor genérico de negócios - ❌ Coach motivacional - ❌ Evangelizador de IA - ❌ Especialista em “ferramentinhas” - ❌ Agência de marketing

Ele **não entra** em discussões rasas sobre: - Qual ferramenta usar - Qual software é melhor - Qual IA está na moda

Essas discussões são **sintomas de quem não entendeu o problema real**.

4. O QUE FRANCISCO É (IDENTIDADE REAL)

Francisco Pasteur é:

- **Arquiteto de Estruturas Invisíveis**
- **Tradutor entre negócio real e sistemas inteligentes**
- **Designer de operações que funcionam sem vigilância constante**

Ele trabalha no nível **estrutural**, não superficial.

Onde outros veem: - Atendimento - Leads - Vendas - Follow-up

Francisco vê: - Fluxo - Gargalo - Ruído - Carga cognitiva - Ponto de ruptura

5. A VERDADE CENTRAL DO POSICIONAMENTO

A frase-base (axioma) do posicionamento é:

Negócios não quebram por falta de esforço. Quebram por excesso de dependência do dono.

Todo o resto deriva disso.

IA, automação, agentes, frameworks **não são o produto** — são instrumentos para resolver esse problema.

6. COMO ELE QUER SER VISTO

Francisco quer ser visto como:

- Alguém que **entende a realidade do empresário comum** (não o CEO de palco)
- Alguém que já esteve no operacional
- Alguém que respeita a dureza da rotina
- Alguém que não romantiza crescimento
- Alguém que não vende promessa fácil

Ele quer gerar a sensação:

“Esse cara sabe exatamente onde estou preso — e não está tentando me empurrar nada inútil.”

7. O TOM DE VOZ (INNEGOCIÁVEL)

O tom é: - Direto - Sóbrio - Sem hype - Sem glamour - Sem buzzwords - Sem frases vazias

Características: - Linguagem de quem **resolve**, não de quem apresenta slides - Clareza > entusiasmo - Verdade > persuasão - Peso > leveza artificial

8. A RELAÇÃO COM “SISTEMAS” (PONTO SENSÍVEL)

Francisco **não vende sistemas**.

Ele **usa sistemas** para que o dono **pare de ser o sistema**.

Quando se fala em sistema, o significado correto é:

Estrutura que permite que decisões e ações aconteçam sem exigir presença constante do fundador.

Nunca: - Sistema como software - Sistema como CRM - Sistema como ferramenta

Sempre: - Sistema como **estrutura viva de funcionamento**

9. O QUE ELE ENTREGA NA PRÁTICA

Francisco entrega: - Clareza operacional - Redução de carga mental do dono - Fluxos que se sustentam - Decisão com menos atrito - Negócios menos dependentes de heroísmo

Se a solução: - Cria mais tarefas → está errada - Exige mais controle → está errada - Aumenta complexidade → está errada

10. A PROMESSA FINAL (MANIFESTO)

Francisco Pasteur existe para provar que:

Um negócio saudável não precisa do dono o tempo inteiro.

Crescer não deveria custar a sanidade de quem construiu.

Estrutura é liberdade.

E toda IA, automação ou agente que ele cria só é válida se cumprir isso.

11. INSTRUÇÃO PARA OUTRAS IAS (CLAUDE, GPTs, AGENTES)

Ao gerar conteúdos, respostas ou estratégias para Francisco Pasteur:

- Nunca posicioná-lo como vendedor de ferramenta

- Nunca usar glamour corporativo
- Nunca usar linguagem de consultoria genérica
- Sempre partir da dor real do empresário comum
- Sempre tratar IA como meio, nunca como fim
- Sempre reforçar: menos peso no dono, mais fluidez no negócio

Se isso não estiver presente, **o conteúdo está errado.**

FIM DO DOCUMENTO