**Roteiro de plano de negócios**

1 Roteiro de plano de negócios

O roteiro de um plano de negócios pode ter o conteúdo apresentado a seguir. A ordem em que esses tópicos são incluídos no plano é uma decisão do empreendedor, assim como o grau de detalhes e a quantidade de tópicos. Um plano de negócios deve ter a extensão de até 30 páginas, no máximo. No início do documento deve haver um resumo executivo.

O roteiro a seguir procura atender a diferentes tipos de ramos de negócios - indústria e serviços. O leitor pode fazer adaptações, cortando ou acrescentando tópicos, conforme o tipo de empreendimento e suas exigências.

Parte 1 – será o resumo executivo: a ser elaborado no final do trabalho

...

2 Descrição do negócio

2.1 Produto/serviço a ser oferecido e mercado/cliente a ser atendido

2.2 Missão - Utilidade do produto ou serviço e na empresa para seus clientes

2.3 Nome da empresa e do produto

2.4 Porte da empresa

2.5 Localização

  2.5.1 Proximidade com clientes e fornecedores

  2.5.2 Disponibilidade de utilidades (água, energia) e meios de acesso

  2.5.3 Filiais

  2.5.4 Estado das instalações e necessidade de reformas

  2.5.5 Possibilidade de expansão

2.6 Apresentação do empreendedor e/ou dos sócios

3 Análise do ambiente e do mercado

3.1 Tendências econômicas e sociais que criam a oportunidade e influenciam o negócio

3.2 Análise do ramo de negócios

3.2.1 Empresas que atuam no mesmo mercado ou com o mesmo produto ou serviço

3.2.2 Participação dos principais concorrentes no mercado

3.2.3 Vantagens competitivas dos principais concorrentes

3.2.4 Capacidade de produção dos principais concorrentes

3.2.5 Esforço promocional dos concorrentes

3.2.6 Idade do equipamento

3.2.7 Tipo de mão de obra empregada pelos concorrentes

3.2.8 Pontos fortes e fracos da concorrência

3.3 Mercado

3.3.1 Compradores potenciais

3.3.2 Motivação para a compra

4 Estratégia

4.1 Objetivos de desempenho do novo negócio: volume de vendas, participação no mercado, posicionamento em relação aos concorrentes

4.2 Vantagens competitivas - como o novo negócio pretende se distinguir da concorrencia e conquistar os consumidores

4.3 Projeção do desempenho e perspectivas de crescimento dentro do ramo escolhido

4.4 Perspectivas da diversificação

4.5 Indicadores e mecanismos de controle do desempenho estratégico que a nova empresa utilizará- volume de vendas, crescimento, participação no mercado etc.,  em comparação com as projeções

4.6 Iniciativas de responsabilidade social que a nova empresa pretende implementar

5 Marketing e vendas

5.1 Descrição do mercado-alvo

5.2 Estratégia de marketing

5.2.1 Descrição do produto ou serviço

5.2.1.1 Produto: tamanho, forma, ingredientes, cores, peso, apresentações, embalagem.

5.2.1.2 Serviço: serviço prestado para o cliente, tempo de resposta após o pedido, grau de personalização.

5.2.2 Preços

5.2.2.1 Forma de definição

5.2.2.2 Política de crédito

5.2.2.3 Comparação com os preços dos concorrentes

5.2.3 Distribuição e vendas

5.2.3.1 Estratégia de vendas: direta, indireta, Internet

5.2.3.2 Organização da força de vendas

5.2.3.3 Informação para os vendedores: catálogos de produtos e suas aplicações, lista de preços, disponibilidade de produtos nos estoques

5.2.3.4 Forma de remuneração dos vendedores

5.2.4 Esforço promocional

5.2.4.1 Propaganda: jornais, revistas, rádio e televisão, mala-direta, planfletos, outdoors, anúncios em táxis, ônibus, metrôs, trens, estações e aeroportos

5.2.4.2 Participação em feiras de negócios

5.2.4.3 Patrocínio de eventos

5.2.4.4 Promoção nos pontos de venda

5.2.4.5 Informação para os clientes: catálogos, lista de preços, especificações, instruções de montagem, cardápios

5.2.4.6 Programas de visitas às instalações - excursões escolares, visite nossa cozinha

5.2.4.7 Telemarketing

5.2.4.8 Distribuição de brindes

5.2.4.9 Atendimento de clientes via telefone

**Fonte**: Administração – Antônio C. A. Maximiano.