

[Como não Tropeçar]

Confira os 20 itens que não podem faltar no seu business plan

[Crie seu Business P](#)

A Empresa	Nome, tipo do negócio, localização, organização societária, estágio de desenvolvimento (se a empresa esta iniciando, se já existe, e neste caso por quanto tempo, se já obteve receitas, etc), estágio da criação do produto, declaração da missão.			
Conceito	Oportunidade de mercado	Mercado-alvo	Marketing e estratégia de vendas	Concorrência e distribuição do mercado
Explique como a ideia da empresa foi formada, como o produto foi concebido, como foi reconhecido a oportunidade de mercado, os produtos e serviços oferecidos.	Descreva o mercado-alvo, tendência, de onde surge a necessidade que justifica a existência da empresa, os resultados das pesquisas de mercado, competição e oportunidades.	Indicar também resultado de pesquisa para cada mercado.	Indique como pretende atingir cada mercado-alvo.	Indique os concorrentes esperados e como o mercado está dividido atualmente.
Vantagem competitiva e diferenciadores	Gestão	Operação	Finanças	Objetivos de longo prazo
Mostre como a empresa será capaz de competir com sucesso, liste os fatores de diferenciação importantes que são mais dificilmente copiados pela concorrência.	Descreva o histórico e competências do time de gestão, especialmente dos fundadores.	Aborde aspectos operacionais, como a localização, parceiros, distribuidores, fornecedores de tecnologias e técnicas especiais, desenvolvimento de recursos humanos, etc.	Indique a previsão de receitas e lucratividade para os próximos anos.	Descreva a situação (número de empregados, locais, participação de mercado da empresa, etc.) daqui a cinco anos.
Recursos necessários e estratégia de saída	Setor econômico	Tamanho e taxas de crescimento do setor	Sensibilidade	Sazonalidade
Indique o montante de recursos desejados e como os financiadores poderão receber seu dinheiro de volta.	Descrição do setor econômico no país. Saúde, educação, etc, crescimento nos últimos anos e transformações significativas.	Tamanho do setor em termos de receita gerada (eventualmente por região), volume de serviços prestados, empregos, gerados, taxas de crescimento, comparações com o PIB.	Sensibilidade à inflação, taxa de dólar, desemprego, governo, crescimento ou declínio econômico, etc.	Impacto no negócio sofrido por sazonalidades: feriados, estações do ano, férias, etc.
Evolução tecnológica	Definição do mercado-alvo	Posição estratégica	Risco	
Dependência de fatores tecnológicos e evoluções esperadas deste fatores, e como isso pode afetar o negócio.	Mercado-alvo deve ser definível (identificação de características comuns dos consumidores); significativo (as características acima devem se relacionar a decisões de compra); mensurável (deve ser grande o suficiente para sustentar o negócio) e atingível (deve haver meios efetivos de atingir o mercado).	Posicionamento estratégico é um conceito importante para tomada de decisões futuras sobre o negócio, pois define claramente o negócio em si, e, principalmente, o que não é o negócio.	Todo negócio corre o risco de falha. Esta seção descreve os riscos percebidos e, para cada risco, identifica as ações para evitar a ocorrência dos mesmos.	