

Como começar um negócio do ZERO?





Mensagem ao leitor

Prezado leitor:

Neste e-book, vou lhe ensinar como começar da forma certa. Você sabia que cerca de 65% das micro e pequenas empresas fecham antes de completar cinco anos de atividade no Brasil? Segundo estudo divulgado em 2023 pelo Serviço Brasileiro de Apoio a estes negócios (Sebrae), no caso dos Microempreendedores Individuais (MEIs), o índice chega a quase 70%. É uma informação que apavora muitas pessoas que querem começar seu novo negócio, entretanto, estes dados não trazem o porquê destes negócios se encerrarem tão precocemente. A grande maioria não foi porque não teve "sorte" ou porque não teve demanda, mas porque começou **ERRADO!** Eu costumo dizer o seguinte: "O que começa errado, e segue errado, termina errado". Mas também digo que: "O que começa certo, e segue certo, só pode dar certo".

Fique atento a tudo o que vai ser trazido neste e-book, pois vou lhe dar insights valiosos para você começar certo! Você tem todas as condições de iniciar seu empreendimento, e fazê-lo prosperar! Vamos juntos nessa jornada!

Rogério C. Justo
CEO da iPM Solution

Objetivo deste e-Book:

O objetivo deste e-Book é oferecer todas as informações necessárias para você, que deseja começar um negócio, mas não sabe por onde começar; ou você que quer alavancar o seu negócio e não sabe como nem por onde começar. Com a ajuda deste material, você será capaz de identificar oportunidades de negócios, aprender o que compõe um plano de negócios, financiar seu empreendimento, e implementar estratégias de marketing e vendas eficazes. Você também irá aprender sobre gestão de pessoas, logística, inovação, e muitos outros tópicos fundamentais para o sucesso do seu negócio. Com este e-Book, você estará preparado para enfrentar os desafios do empreendedorismo e transformar sua ideia em um negócio de sucesso e muito lucrativo. Seja você um empreendedor de primeira viagem ou uma pessoa já vivenciada no mundo dos negócios, este material é essencial para quem deseja começar um negócio do absoluto zero e obter êxito.

Este material será um divisor de águas na sua vida empreendedora; e você estará totalmente capacitado após a leitura completa deste e-Book a lidar com o mercado e iniciar sua ideia de novo negócio.

Como utilizar este material

Para tirar o máximo proveito deste material, recomendamos que você siga estes passos:



Leia atentamente cada capítulo e se familiarize com os conceitos e técnicas apresentadas;



Assista as vídeo aulas disponibilizadas na plataforma, para melhor absorver o conteúdo dado;



Faça anotações à medida que você for avançando na leitura. Se concentre em informações importantes e pense em como aplicar os conceitos na realidade do seu negócio;

Após concluir cada capítulo, reserve um tempo para refletir sobre o que aprendeu. Isso irá ajudá-lo a internalizar os conceitos e preparar-se para o próximo capítulo;

Coloque em prática o que você aprendeu em cada capítulo.

O empreendedorismo tem haver com ação. Comece a aplicar essas dicas e técnicas no seu negócio.

O que é ser um empreendedor?

Atualmente no Brasil se fala muito sobre ser empreendedor, sobre empreender, sobre empreendedorismo... entretanto você sabe responder o que **REALMENTE** é empreender? O que é ser um empreendedor? Será que você realmente é um empreendedor?

Para responder a estas perguntas, vamos começar com uma introspecção sobre a sua pessoa. Vou deixar 3 perguntas para sua reflexão, responda com sinceridade:

1 **Eu sou uma pessoa persistente e acredito em mim mesmo?**

2 **Eu sou pontual com meus compromissos pessoais?**

3 **Eu sou uma pessoa com facilidade de lidar com o próximo?**

O que é ser um empreendedor?

As 3 perguntas feitas não são a toa. Elas são como um "Checklist" para verificar se você realmente tem espírito empreendedor ou não. Lógico que você pode empreender mesmo que suas respostas sejam negativas, entretanto você terá que se preparar melhor para seguir em frente, e se preparar melhor me refiro como pessoa.

A primeira pergunta trás consigo quatro características intrínsecas ao empreendedor: TER INICIATIVA, SER PERSISTENTE, CORRER RISCOS CALCULADOS e EXIGIR QUALIDADE. Não vou me adentrar no que significa cada característica, pois não é esse o foco deste conteúdo, entretanto, se você se vê tendo ao menos duas destas quatro características, você pode se considerar uma pessoa persistente e que acredita em si mesmo.

Já a segunda pergunta trás consigo três características intrínsecas ao empreendedor: TER COMPROMETIMENTO, ESTUDAR MUITO e ESTABELEECER METAS. Para que a segunda pergunta possa ser considerada com SIM como resposta, você precisa se enquadrar em duas das três características descritas.

E por fim a terceira pergunta trás consigo duas características: TER UMA AMPLA REDE DE CONTATOS e TER AUTOCONFIANÇA. Mas aí talvez você se pergunte: "Porque a autoconfiança não está dentro da primeira pergunta que fala sobre acreditar em si mesmo?". Eu te digo o porquê. Porque neste caso a autoconfiança está relacionada a sua capacidade em se relacionar com outras pessoas, isto é, na sua habilidade social. Você consegue conversar com alguém que você nem conhece? Você fica inibido na frente de outras pessoas falando em público? É neste sentido que a autoconfiança está descrita na terceira pergunta.

Então querido leitor, pense e reflita sobre estas questões, pois elas são de suma importância para que você possa ter êxito em sua jornada empreendedora. E agora vamos começar a aprender a empreender do ZERO! Vem comigo!

A primeira coisa que uma pessoa que quer começar a empreender deve pensar é: "O que eu quero para a minha vida?". Talvez essa seja apenas uma pergunta retórica, mas ela é de uma profundidade tal que deve ser respondida com toda sinceridade antes de você começar a empreender em um novo negócio. Talvez você não esteja em um momento muito bom de sua vida, o que pode fazer com que você não se dedique da forma correta em sua ideia de empreender. Todo aquele que quer empreender deve ter a ciência de que para se empreender, isto é, para se dedicar a um modelo de negócio, abrir um empreendimento (entenda empreendimento como seu próprio negócio ou empresa) e conduzir o seu negócio a ter sucesso, você precisa ter IPOD.

Quando digo IPOD não estou me referindo ao dispositivo praticamente extinto nos dias atuais, o iPod®, da Apple®, mas me refiro a 4 (quatro) atitudes que um empreendedor DEVE ter. São elas:



Inteligência emocional

Habilidade do ser humano em lidar com suas emoções, problemas pessoais e outros fatores internalizados.

P

Planejamento

Habilidade em direcionar os objetivos e metas para se alcançar um resultado.

O

Organização

Habilidade em alocar recursos, sejam estes financeiros, humanos ou material, no intuito de alcançar os resultados esperados.

D

Disciplina

Habilidade em focar energia e empenho no que realmente irá contribuir para alcançar um resultado.

Análise de Mercado:

Ciente de que você precisa, antes de mais nada, adotar o princípio do IPOD para iniciar seu empreendimento, vamos entender agora o modelo 3M. Este modelo nada mais é do que um checklist, isto é, uma análise crítica que toda pessoa que pensa em empreender deve aplicar.

Vale ressaltar que toda e qualquer oportunidade pode e deve ser analisada. Vamos então aos aspectos que devemos analisar antes de sair por aí abrindo empresa! Começemos com o significado dos "M's":



Desses 3 "M's" se oriunda um checklist com algumas perguntas que irão balizar a análise de mercado. Vejamos então quais são as perguntas para cada "M".

Market Demand (demanda de mercado)

- Qual é o meu público-alvo?
- Qual é a durabilidade do meu produto/serviço no mercado?
 - Tenho fácil acesso aos meus clientes?
- O potencial de crescimento deste mercado é alto?
- O custo de captação do cliente é recuperável no curto prazo?

Market Structure (estrutura de mercado)

- O mercado está crescendo, é emergente, é fragmentado?
- Quem são meus concorrentes? O que eles estão fazendo?
 - Qual é o tamanho do mercado (em reais) e o potencial para se obter uma fatia deste mercado?
- Quais são as tendências do setor e que eventos podem influenciar o futuro deste setor? Meu negócio pode ser afetado por estes fatores?

Market Margin (Análise de Margem)

- Quais são as forças e fraquezas do meu negócio?
- Qual é a margem de lucro média de uma empresa deste setor?
 - Quais os custos de uma empresa deste setor?
- Qual o investimento inicial mínimo?
- Qual a previsão de prazo para retorno do investimento inicial neste setor?

Se você responder sinceramente às perguntas da metodologia 3M, a probabilidade de você ter êxito em seu empreendimento são muito altas, pois você terá feito uma análise da oportunidade identificada por você com bastante critério. Não seja subjetivo e nem detalhista nas respostas às questões apresentadas. Seja equilibrado e objetivo!

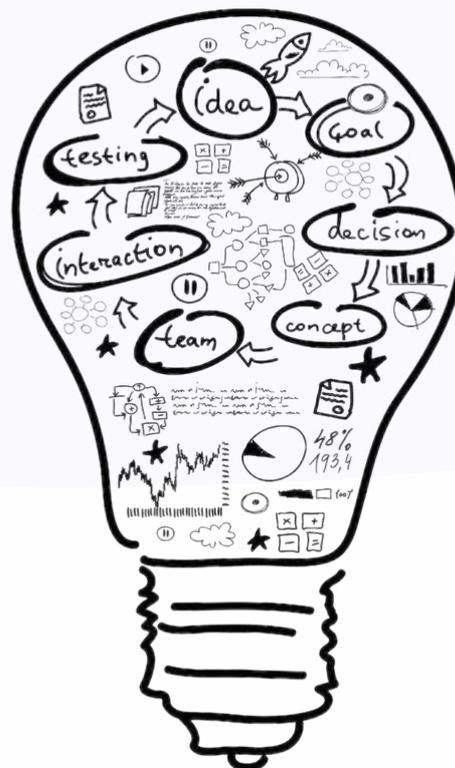
Uma das maiores reclamações de todo novo empreendedor é a dificuldade encontrada no início do negócio aberto. De acordo com um levantamento feito pelo IBGE em 2022, cerca de 56% das empresas com até 5 anos após serem abertas encerraram suas atividades. Esta estatística demonstra que as pessoas possuem espírito empreendedor, entretanto, começam seus negócios de forma errônea. Não basta apenas ter coragem, é preciso racionalidade e aplicar o IPOD!

Análise de Mercado:

Quando se fala em análise de mercado, diretamente estamos falando em identificar demandas e necessidades, isto é, me refiro a você analisar se a sua ideia de novo negócio terá potencial procura pelo mercado; e quando digo mercado me refiro àqueles que podem ser seus potenciais clientes. Identificar uma demanda de mercado não é uma tarefa tão complicada que exija cálculos matemáticos complexos. Entretanto exige bastante esforço por parte do idealizador do conceito do negócio.

Quando você utiliza a técnica dos 3M's, automaticamente você está realizando uma identificação de demanda e necessidade de forma forçada, pois o questionário lhe permite responder perguntas que lhe emergem a uma reflexão intrínseca em identificar se o nicho de mercado que você está pretendendo fazer parte com sua ideia de novo negócio tem potencial para alocar seu negócio no mercado e dar lucro, que é o principal motivo de existir de toda e qualquer empresa.

Responda às 14 (catorze) questões do 3M e você conseguirá chegar a conclusão se a sua ideia é viável ou não.



Identificação de nichos de mercado:

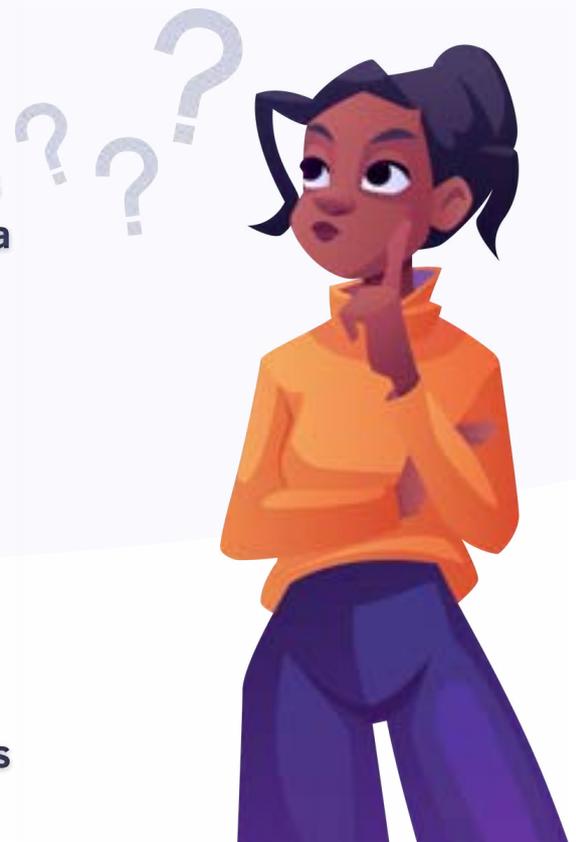
A etapa de identificar em qual nicho de mercado você irá atuar em seu negócio é tão importante que pode potencialmente transformar a sua ideia em uma oportunidade e criar um diferencial competitivo, ao mesmo tempo que força você a ter foco na sua área de atuação.

Agora talvez você possa estar se perguntando: "O que é nicho de mercado?"

Nicho de mercado é um termo usado para descrever um segmento específico e especializado dentro de um mercado maior. Em outras palavras, um nicho de mercado é um grupo de consumidores com necessidades, desejos ou interesses particulares que não são atendidos por produtos ou serviços gerais ou de massa.

Por exemplo, em vez de vender roupas para todas as idades e estilos, uma loja pode se especializar em roupas de tamanhos maiores para mulheres, criando um nicho de mercado para atender a uma necessidade específica desse público.

Identificar seu nicho de mercado vai lhe ajudar a se destacar no mercado e construir uma base fiel de clientes, criando um ambiente de negócios mais estável e previsível.



Identificação de nichos de mercado:

E existem diversos e variados nichos de mercado dentro do setor econômico produtivo. Vou citar aqui alguns exemplos que poderão abrir sua mente para enquadrar a sua ideia em um nicho de mercado existente, ou até mesmo um nicho no qual a demanda seja inexistente, e com o estímulo certo, pode ser um potencial de lucro enorme para sua ideia de novo negócio. Vamos aos exemplos de nichos de mercado:

- **Produtos veganos:** Empresas que se concentram na produção e venda de produtos veganos, como alimentos, cosméticos e roupas, atendendo a um nicho de mercado que busca produtos livres de ingredientes de origem animal.
- **Alimentos sem glúten:** Empresas que se concentram na produção de alimentos sem glúten para atender a pessoas com intolerância ou sensibilidade ao glúten.
- **Produtos orgânicos:** Empresas que se concentram na produção e venda de produtos orgânicos, atendendo a um nicho de mercado que busca alimentos e produtos livres de produtos químicos sintéticos.
- **Turismo de aventura:** Empresas que se concentram em fornecer experiências de viagem de aventura, como rafting, escalada, trilhas e outras atividades radicais.
- **Produtos para cuidados com a pele sensível:** Empresas que se concentram na produção e venda de produtos de cuidados com a pele para atender a pessoas com pele sensível, que muitas vezes têm dificuldade em encontrar produtos adequados para suas necessidades.
- **Educação online:** Empresas que se concentram na criação e venda de cursos online, atendendo a um nicho de mercado que busca aprender novas habilidades e aprimorar suas qualificações de forma flexível e conveniente.

Identificação de nichos de mercado:

As vantagens de você escolher o nicho do seu negócio na etapa de concepção da ideia do seu novo negócio são diversas, tais como:

- 1. FOCO:** Você pode se concentrar em atender às necessidades específicas de um grupo de consumidores, ao invés de tentar atender a um mercado mais amplo. Isso permite que você se concentre em desenvolver produtos e serviços que atendam a uma demanda específica e desta forma se destacar no mercado.
- 2. MENOS CONCORRÊNCIA:** Escolher um nicho de mercado pode significar menos concorrência direta, pois é menos provável que grandes empresas se concentrem em atender a uma demanda específica, o que pode fazer com que você se torne um especialista em seu nicho de mercado e crie uma base fiel de clientes.
- 3. MELHOR COMPREENSÃO DO CLIENTE:** Ao se concentrar em um nicho de mercado você poderá desenvolver uma compreensão mais profunda das necessidades e desejos de seus clientes. Isso pode ajudar a criar produtos e serviços mais direcionados e personalizados, o que pode aumentar a satisfação do cliente e fidelidade à marca.
- 4. ALCANCE DO PÚBLICO-ALVO:** Ao se concentrar em um nicho de mercado específico, será mais fácil alcançar o público-alvo através de marketing direcionado e comunicação mais efetiva.
- 5. MENOR INVESTIMENTO INICIAL:** Focar em um nicho de mercado pode reduzir o investimento inicial necessário para iniciar o seu negócio, pois não será necessário investir em uma ampla gama de produtos ou serviços para atender a um mercado mais amplo.

Estas são algumas vantagens em se escolher um nicho de mercado logo no início, ou seja, na concepção da ideia. Claro que também existem desafios a serem enfrentados ao se focar num nicho de mercado, como por exemplo o risco de saturação de mercado; mas esses riscos podem e serão mitigados com a elaboração de um plano de negócios sólido e coeso, o que veremos mais adiante.

Como encontrar oportunidades de negócio:

Esta com certeza é a sua maior dúvida em relação a iniciar o seu negócio. Você tem espírito empreendedor e quer empreender, mas ainda não sabe no que empreender. Perguntas do tipo provavelmente surgem na sua mente, como: "abrir um negócio em qual área?" ou "como saber se essa minha ideia irá se converter numa oportunidade boa?". Perguntas do tipo na etapa de concepção de uma ideia para um novo negócio são absolutamente **NORMAIS!** Não se frustrar por isso. Agora eu vou lhe ensinar a como encontrar oportunidades de negócios dentro do nicho que você tem "PHD". E o que seria esse PHD?

P AIXÃO

Tudo aquilo que você gosta de fazer, como hobbies por exemplo. Um negócio será muito mais prazeroso de se gerir se você gostar do que estiver fazendo.

H ABILIDADE

É aquilo que você se sente capaz de fazer, o que você tem expertise e se sente apto. Se o que você sabe fazer é algo que você tenha paixão, é o caminho perfeito para sua ideia dar certo!

D EMANDA

É quando o mercado tem a necessidade daquilo que você tem paixão e habilidade para oferecer. É o indicador de que tem quem vá comprar a sua ideia.

Como encontrar oportunidades de negócio:

Para exemplificar o conceito de "PHD", vou usar o meu próprio exemplo de vida acadêmica, lógico que de forma resumida.

Eu iniciei minha carreira na área técnica, atuando como técnico em eletromecânica. E em 2009 decidi começar a cursar engenharia de produção, entretanto eu tinha que viajar 110 km todas as noites para cursar. Fiquei nesse ritmo por apenas um período e tranquei a faculdade. Em 2011 retornei cursando engenharia de petróleo, dessa vez mais perto de casa. Fiquei um período apenas novamente e desisti do curso. Em 2013 eu voltei a cursar engenharia de produção, e desta vez cursei cinco períodos, mas quando percebi que não tinha habilidade para cálculos muito complexos, eu estava cursando Cálculo II e fui reprovado duas vezes. Desisti de mais um curso e fiquei de 2015 até 2018 sem perspectivas, três anos perdidos! Quando de repente eu fui incentivado por um colega de trabalho a voltar a estudar engenharia por conta do meu trabalho.

Eu voltei a estudar em 2019, mas não engenharia. Eu já havia ministrado cursos na área de gerenciamento de projetos, quando de 2011 a 2015 trabalhei em parceria com o escritório do PMI (Instituto de Gerenciamento de Projetos) no Rio, sendo na época certificado pelo instituto a ministrar cursos nessa área. Não queria voltar a fazer engenharia, mas me lembrara de 2011, e foi aí que decidi cursar administração de empresas. Eu literalmente descobri minha paixão, e também que tinha habilidade para tal.

Contei isto tudo para exemplificar que precisei de praticamente 10 anos para descobrir qual era a minha paixão e habilidade. Entretanto, você não precisa levar esse tempo todo para descobrir qual é a sua paixão.

Faça-se as perguntas que vou lhe sugerir para lhe facilitar no processo de descobrimento de sua paixão, e também sua habilidade.

Como encontrar oportunidades de negócio:

1 O que me inspira? O que me move a acordar todas as manhãs?

Essa pergunta lhe dirá muito sobre suas aspirações e paixões, isto é, o que lhe motiva.

2 O que eu sei fazer? Quais minhas aptidões? O que eu faço que ajuda ao próximo?

Essa pergunta lhe auxiliará a mapear suas habilidades e aptidões; seu expertise. O que você domina, seu talento.

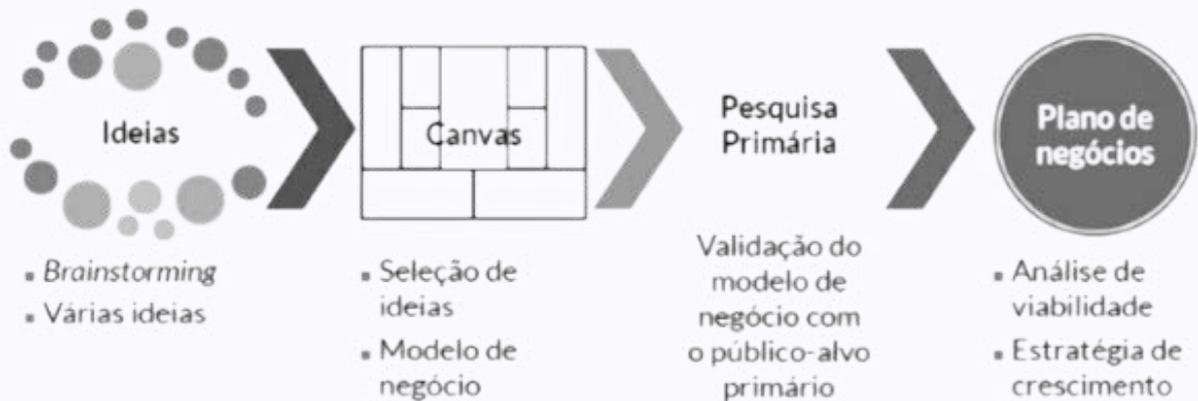
3 O mercado tem demanda para o que posso oferecer?

Essa pergunta é crucial, pois se a resposta for SIM, a sua paixão e habilidades podem ser oferecidas ao mercado em resposta à esta demanda, e sua ideia de novo negócio com certeza terá êxito.

Estas três perguntas são relevantes para você ter a certeza de que você terá êxito em sua ideia de novo negócio, e também para você que já tem um negócio mensurar o quanto você está disposto a continuar conduzindo sua empresa na direção atual.

No próximo capítulo você irá aprender a como começar a planejar o seu novo negócio do zero!

Após a etapa das ideias, é hora de começar a estruturar o seu negócio. Vide o fluxo abaixo:



O modelo que irei sugerir para escolha da ideia mais viável é o modelo CANVAS. O modelo Canvas foi criado em 2008 pelo empreendedor suíço Alexander Osterwalder. Ele desenvolveu o modelo como uma ferramenta para ajudar empreendedores e startups a criar, visualizar e comunicar suas estratégias de negócios de maneira clara e simples.

O objetivo do Canvas é permitir que os empreendedores se concentrem nos principais elementos de um modelo de negócios e entendam como eles se relacionam entre si. O modelo é baseado em nove blocos de construção que representam os principais componentes de um negócio, incluindo proposta de valor, segmento de clientes, canais, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos principais, atividades principais, parcerias principais e estrutura de custos.

Desde sua criação, o modelo Canvas se tornou uma das ferramentas mais populares para a criação de modelos de negócios. Ele é usado por empresas de todos os tamanhos e setores, desde startups até grandes corporações, e é considerado uma ferramenta essencial para a inovação e a estratégia de negócios.

Definição do modelo de negócio:

Dentro do modelo CANVAS, existem 9 temáticas a serem trabalhadas, onde a ideia é que o empreendedor responda às questões sugeridas de forma objetiva. E como as respostas devem ser objetivas e sucintas, sugere-se a utilização de post-it para "colar" as respostas nos quadros correspondentes, de acordo com as perguntas de cada bloco temático.

Abaixo segue o exemplo do quadro com os respectivos blocos temáticos:

Parcerias chave 	Atividades chave 	Proposta de valor 	Relacionamento 	Segmento de clientes 
	Recursos chave 		Canais 	
Estrutura de custos 			Fontes de receita 	

Ao concluir o preenchimento das questões dos 9 blocos temáticos do CANVAS, você, empreendedor, terá em mãos uma análise de oportunidade poderosa, e poderá então fazer a sua primeira pesquisa de mercado junto ao público-alvo do negócio. E depois disto, aí sim você estará pronto para iniciar o desenvolvimento do seu Plano de Negócios. Aconselha-se começar a responder-se pelos blocos de "Proposta de valor" e "Segmento de clientes", e então responde-se aos demais blocos.

Vamos agora elencar quais são as questões por bloco temático:



Propostas de valor

1. Que valores entrego aos meus clientes?
2. Quais problemas dos meus clientes ajudo a resolver?
3. Que categorias de produtos e serviços ofereço a cada segmento de clientes?
4. Quais necessidades dos meus clientes eu consigo satisfazer?
5. O que/qual é o meu produto viável mínimo (MVP)?



Segmentos de clientes

1. Para quem eu tenho criado valor?
2. Quem são meus clientes mais importantes?
3. Quem são meus clientes típicos/padrão?



Parcerias Chave

1. Quem são os meus parceiros-chave?
2. Quem são os meus fornecedores-chave?
3. Quais recursos-chave adquiero de meus parceiros?
4. Quais atividades meus parceiros realizam?



Atividades Chave

1. Quais atividades chave minha proposta de valor requer?
2. Quais são os meus canais de distribuição?
3. Como é o relacionamento com o cliente?
4. Quais são as fontes de receita?



Relacionamento com clientes

1. Como eu conquisto, mantenho e aumento meus clientes?
2. Quais relacionamentos com o cliente eu defini/tenho?
3. Como esses relacionamentos estão integrados ao meu modelo de negócio?
4. Qual o custo envolvido?



Recursos chave

1. Quais recursos chave minha proposta de valor requer?
2. Canais, relacionamentos, modelo de receita?



Canais

1. Através de quais canais meus segmentos de clientes querem ser alcançados?
2. Como outras empresas chegam até estes clientes atualmente?
3. Quais canais funcionam melhor?
4. Quais canais são mais eficientes em termo de custos?
5. Como promovemos a integração dos canais com a rotina dos clientes?



Estrutura de custos

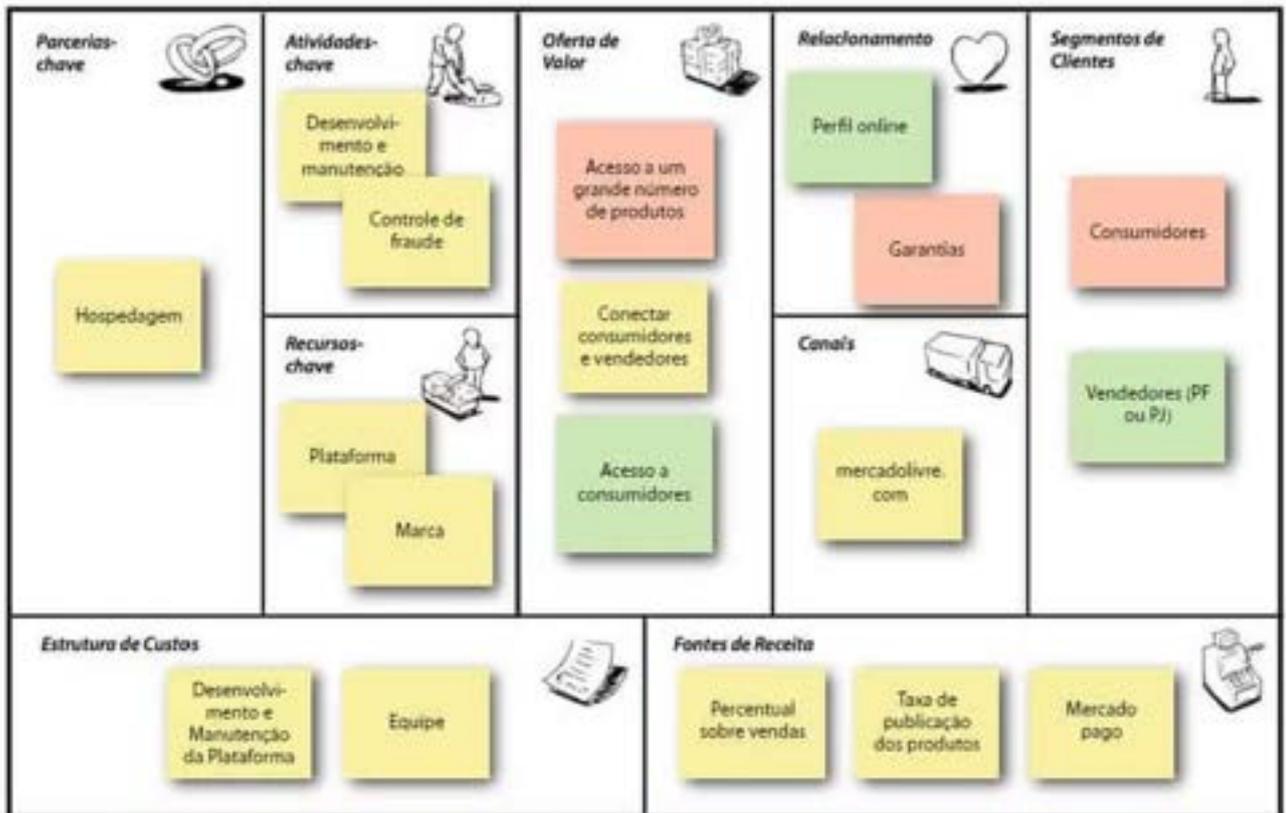
1. Quais são os custos mais importantes de meu modelo de negócio?
2. Quais recursos chave são os mais caros?
3. Quais as atividades chave são as mais caras?



Fontes de receita

1. Para qual proposta de valor meus clientes estão dispostos a pagar?
2. O que os clientes estão comprando/pagando hoje?
3. Qual o meu modelo de receita?
4. Quais são as minhas políticas de preços?

Após se responder a todos os blocos temáticos, você terá o seu modelo de negócio pronto, de forma lúdica e visualmente prático para se entender.



Aplicar o modelo CANVAS requer algumas coisas, como compreender a metodologia, identificar os objetivos da sua ideia de negócio ou de sua empresa, preencher o modelo CANVAS da forma correta e de forma objetiva, analisar os resultados obtidos pela formulação do modelo, e após isto começar a trabalhar no processo de pesquisa de mercado e posterior elaboração do plano de negócio.

A pesquisa de mercado tem como objetivo validar hipóteses junto ao público-alvo, ou seja, a sua potencial base de clientes. Após obter o seu modelo de negócio, não é possível validar todas as hipóteses do modelo sem a realização de uma pesquisa formatada.

Por isso, você que vai iniciar seu novo negócio deve estruturar um instrumento de coleta de dados (como um questionário por exemplo) de forma objetiva e com poucas perguntas (sugestão de no máximo 15 questões) e sempre evitando a possibilidade de deixar a resposta em aberto para o público. Por isso a sugestão é que a pesquisa de mercado seja feita sempre com questões de múltipla escolha que permitam obter-se uma análise precisa do seu público alvo.

Evite entrar em perguntas do tipo "Qual a sua renda mensal?". Existem maneiras indiretas de se obter este dado, como "Em qual faixa de renda você se enquadra?".

Além da preocupação com o desenvolvimento do questionário, você deverá seguir esse processo da seguinte forma:





Defina o objetivo da pesquisa:

Antes de qualquer coisa, você deve ter clareza sobre o objetivo da sua pesquisa, isto é, qual a finalidade da sua pesquisa? Isto vai lhe dar o foco necessário para que possa direcionar o processo de pesquisa e garantir o resultado desejado, que é a coleta dos dados corretos.



Defina o método de pesquisa:

Existem várias formas de se realizar uma pesquisa de mercado (entrevistas, questionários, grupos focais, etc.), entretanto a escolha da metodologia é importante, pois existem métodos que alcançam um certo objetivo melhor do que outros. Por exemplo, a metodologia de questionário alcança um número bem maior de pessoas do que a metodologia de entrevistas. Portanto, escolha a que melhor irá se adequar a sua realidade dentro da sua ideia de novo negócio.



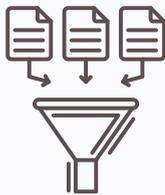
Defina o público-alvo:

Definindo o público-alvo você garante que os resultados da sua pesquisa serão precisos e relevantes. É aqui que você deve aplicar a segmentação de mercado, isto é, qual será o perfil de cliente que você vai querer alcançar?



Elabore o questionário:

Sempre elabore o questionário com muito cuidado, atentando para incluir as perguntas que você irá direcionar ao público de interesse. Inclua perguntas objetivas e claras que permitam obter as informações indispensáveis para se atender ao objetivo da pesquisa.



Realize a coleta dos dados:

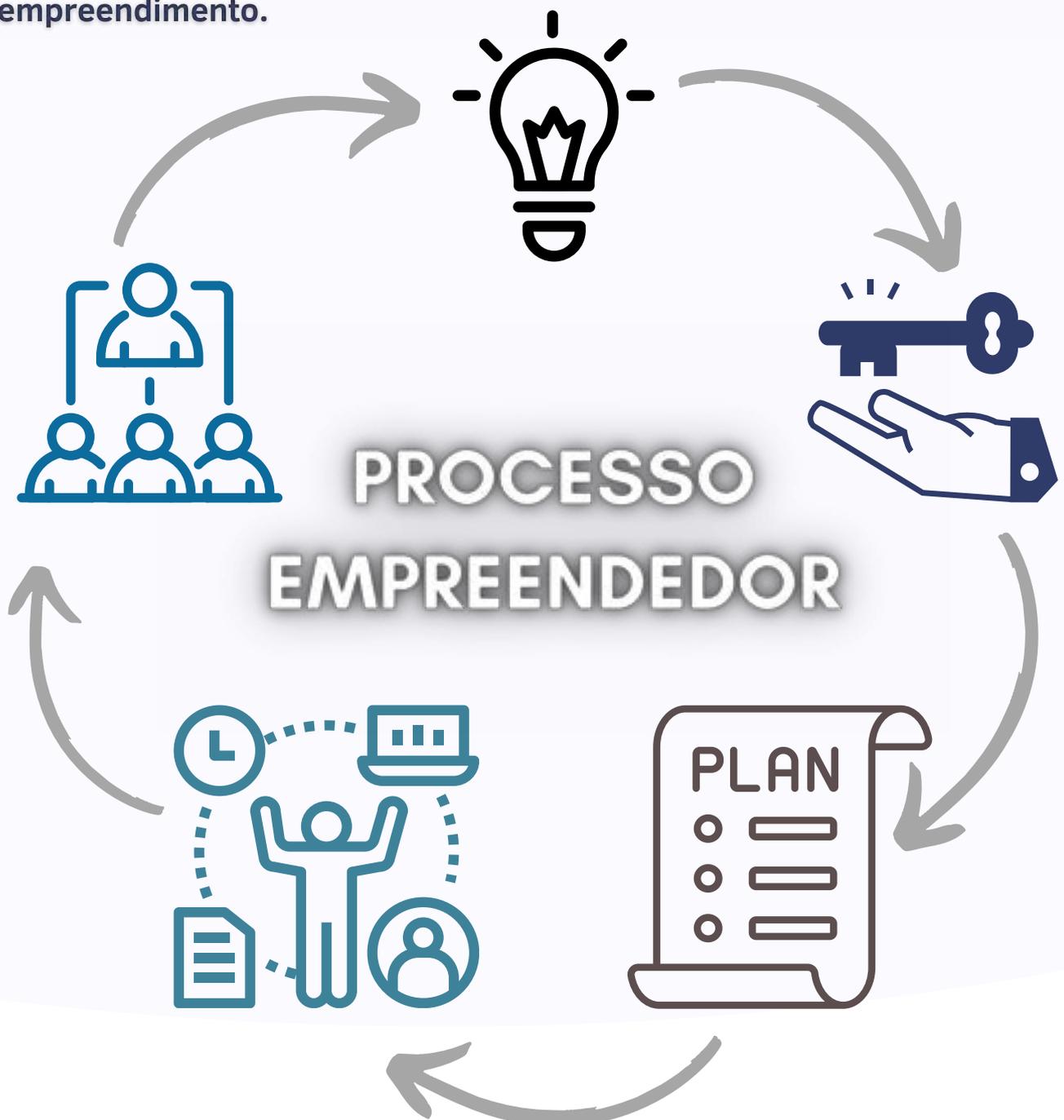
Agora chegou o momento da coleta dos dados. A coleta pode ser feita de diversas formas: entrevistas presenciais, telefone, e-mail, dentre outras formas. Existem algumas ferramentas que facilitam na coleta destes dados, como o Google Forms, o SurveyMonkey, o Qualtrics, e até mesmo as redes sociais como o Instagram por exemplo.



Analise os resultados:

Este momento talvez seja o que trás mais expectativa para o novo empreendedor. Não deixe este entusiasmo lhe tirar o foco! Com os dados coletados, é hora de analisar os dados e buscar os insights úteis para o seu novo negócio. Busque fazer uma análise estatística dos dados, para que seus resultados se tornem mais precisos e confiáveis.

Para se desenvolver um plano de negócios, primeiro se faz necessário entender o que está por trás do conceito desta ferramenta de gestão. O plano de negócios (conhecido também pela sigla PN) é um documento utilizado para planejar um empreendimento ou um negócio, em estágio inicial ou não, cujo objetivo é definir e traçar a estratégia de atuação no longo prazo. É um guia para a gestão estratégica do negócio. Abaixo está ilustrado o processo empreendedor, que é o ciclo de todo plano de negócios de qualquer empreendimento.



O processo empreendedor nada mais é do que um conjunto de etapas cíclicas que uma pessoa ou grupo de pessoas segue para identificar, avaliar e aproveitar uma oportunidade de negócio. E este processo é feito em 5 etapas:



Identificação da oportunidade:

Este é o processo onde você identifica uma oportunidade de negócio, é aonde você tem a ideia! Nesta etapa você apenas está no "campo das ideias", não há informação concreta e precisa a respeito da viabilidade da oportunidade.



Análise de viabilidade:

Neste processo você faz uma análise crítica da sua ideia de novo negócio ou da oportunidade, e verifica se é viável ou não. O modelo de negócio que sugeri anteriormente, em conjunto com a pesquisa de mercado, é uma das diversas metodologias para se analisar a viabilidade de uma oportunidade.



Desenvolvimento do plano de negócio:

Agora que a ideia e viabilidade da oportunidade foram verificados, é hora de desenvolver o plano de negócios. E isso envolve a criação de uma estratégia de marketing, de uma definição de metas financeiras, da identificação de recursos necessários e outras informações importantes para que o negócio possa ser bem sucedido.



Quantificar e captar recursos

Nesta etapa do processo empreendedor, é desenvolvido o plano de captação de recursos, ou seja, se estabelece o capital a ser investido, de onde você irá tirar os recursos, sejam estes financeiros, humanos, de material, etc. Outras questões como o capital de giro necessário e o tempo de retorno do investimento também são respondidas nesta etapa.



Gerenciar o negócio

Esta pode parecer a etapa mais fácil, pois as outras já foram superadas; entretanto não é bem assim. Gerenciar o seu negócio já implantado requer um estilo de gestão arrojado e flexível, adaptável às mudanças que com certeza surgirão. E uma coisa é fato, você não faz nada sozinho, o seu negócio é como uma engrenagem, e cada membro da sua equipe, independente do tamanho desta, é essencial para a existência e sucesso do seu negócio.

Estas cinco etapas resumem o que é um Plano de Negócio, o qual não é feito apenas uma vez, no início da criação da empresa e pronto! Não é assim que funciona; o Plano de Negócios é CÍCLICO. Deve ser revisitado de tempos em tempos. Por exemplo, a Petrobras revisita e revisa seu Plano de Negócios anualmente, com visão de longo prazo, isto é, 5 anos. O seu plano pode ter a necessidade de ser revisitado anualmente, de seis em seis meses, trimestralmente... aí vai depender da dinâmica do seu negócio.

Bem, visto como um Plano de Negócios é constituído, agora vamos ver o que compõe um Plano de Negócios. Um bom plano de negócios deve ser um documento objetivo mas ao mesmo tempo preciso nas informações, isto é, deve ter robustez e consistência. E devem estar presentes as seguintes informações:

- 1. SUMÁRIO EXECUTIVO:** Neste item deve ter a descrição do negócio, o mercado alvo, as vantagens competitivas, e as principais projeções de vendas e de lucratividade;
- 2. EQUIPE DE GESTÃO DO NEGÓCIO:** Neste item deve ter o organograma da empresa e um currículo resumido das pessoas chave para o seu negócio;
- 3. PESQUISA DE MERCADO:** O Plano de Negócios deve conter a pesquisa de mercado que citei anteriormente. Ele é um componente fundamental do Plano de Negócios;
- 4. ANÁLISE ECONÔMICO-FINANCEIRA:** Basicamente é um plano financeiro, com todo o embasamento contábil e financeiro para sustentar a análise de viabilidade econômica e financeira do seu negócio. Informações como projeções de vendas, margens, custos, ponto de equilíbrio, tempo para alcançar um fluxo de caixa positivo e cálculos de retorno (VPL) devem estar contidos neste item;
- 5. PLANO DE MARKETING:** Eu diria que este item é o coração do Plano de Negócios; alguns administradores dizem que o item principal do PN é o plano financeiro, eu entretanto digo que é o plano de marketing, pois sem a estratégia certa de marketing, ou seja, se as pessoas não souberem que você existe, como você conseguirá atingir os índices financeiros estabelecidos no plano financeiro? E o plano de marketing deve conter informações como estratégias de precificação, segmentação do mercado alvo, qualidades do produto ou serviço e canais de venda e propaganda;
- 6. PLANO OPERACIONAL:** Neste item são estabelecidos os processos operacionais essenciais para o correto funcionamento da empresa, como a localização geográfica, a capacidade produtiva, a logística necessária, etc;
- 7. PLANO DE IMPLANTAÇÃO:** Neste item constam a análise SWOT, análise de cenários, necessidade de capital (próprio e externo), necessidade de capital de giro, isto é, tudo que é necessário para implantar o negócio.

Como vimos anteriormente, o Plano de Negócios é um documento composto por outros planos, como o plano de marketing e a análise SWOT, e a elaboração do PN requer tempo, planejamento e muita dedicação, pois não é algo simples de se elaborar.

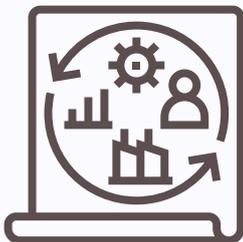
Desde já reafirmo que a elaboração do Plano de Negócios é vital para que seu novo negócio ou seu atual negócio, possam existir e sejam lucrativos.

E algo que é muito importante diferenciar, é que **NEGÓCIO**, **MODELO DE NEGÓCIO** e **PLANO DE NEGÓCIOS** são coisas distintas. Portanto, quando você for elaborar seu plano de negócios, tenha isso em mente:



NEGÓCIO:

É a essência do que o empreendimento faz ou vai fazer, ou seja, é o que será entregue e agregará valor ao cliente. Deve-se atentar para não confundir a definição de negócio apenas com a área de atuação, produto, serviço, comércio ou empresa. Um negócio visa solucionar uma "dor" ou necessidade do mercado.



MODELO DE NEGÓCIO:

É a lógica de criação, o raciocínio do funcionamento entre todas as partes do negócio e suas interconexões – é como o negócio posteriormente fará sentido



PLANO DE NEGÓCIO:

É a forma de construção do negócio, é o mais elaborado e detalhado dos três itens – contém etapas, prazos, planilhas de custos, receitas etc.

Tudo o que fazemos na vida tem que ser LEGAL! Legal no sentido de estar legalizado perante a sociedade. E a existência de uma empresa passa por esse processo também, o que chamamos de PROCESSO DE LEGALIZAÇÃO de uma empresa.

A legalização de empresas consiste em um processo que confere existência jurídica a um negócio. Explicando de outra forma, trata-se de obter um CNPJ, Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, para o empreendimento, tirando-o da informalidade.

E infelizmente entre micro e pequenos empreendedores, não existe uma cultura fomentada para a legalização empresarial, preferindo-se (falando de forma genérica) ficar na informalidade, especialmente por acreditarem que a legalização gerará uma carga tributária muito alta a ser paga.

No entanto, é essencial ter em mente que, ainda que se tenha que pagar impostos, realizar esse processo traz uma série de vantagens tanto para a empresa quanto para o criador do negócio. Mas por quais motivos é tão importante se preocupar e providenciar a abertura e legalização de uma empresa? Um dos principais motivos é que essa atitude gera diversas garantias e direitos, tanto para o negócio em si quanto para quem o idealizou e seus funcionários.



Uma empresa legalizada possui uma série de vantagens, tais como:

1. Direito à Previdência Social e todos os seus benefícios, tais como auxílio-maternidade, auxílio-doença, aposentadoria, pensão por invalidez, entre outros;
2. Possibilidade de contratar funcionários devidamente registrados sob o regime CLT, garantindo aos colaboradores também uma série de benefícios previdenciários;
3. Emitir nota fiscal, o que tende a ser bem-visto pelos consumidores e, principalmente, quando a negociação comercial é com outra empresa (Business-to-Business ou B2B);
4. Prestar serviços e/ou vender produtos para entidades públicas por meio da participação em licitações;
5. Facilidade para obter empréstimos e financiamentos junto a bancos e instituições financeiras.



O processo de legalização de empresas se diferencia conforme a região. No entanto, em linhas gerais, o passo a passo é:

1. Criar um plano de negócio
2. Buscar suporte especializado
3. Escolher o tipo de empresa
4. Definir o porte empresarial
5. Definir a CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas)
6. Escolher o regime tributário
7. Realizar os registros junto aos órgãos competentes

Vamos ver cada etapa descrita acima a seguir.



CRIAR UM PLANO DE NEGÓCIO

O plano de negócio consiste em colocar no papel tudo o que é necessário para viabilizar a criação de uma nova empresa. E a criação do plano exigem ações a serem feitas antes, como por exemplo a pesquisa de mercado, cuja ação faz parte do plano de negócios. Falando da parte legal, a criação do plano de negócio inclui definir o tipo jurídico e societário, identificar o regime tributário mais adequado e definir-se o capital social.



BUSCAR SUPORTE ESPECIALIZADO

Considerando que muitos dos pontos que acabamos de citar não costumam ser de conhecimento de quem está abrindo empresa pela primeira vez, contar com o suporte de um especialista se torna bastante indicado.. Para o caso do MEI (microempreendedor individual), não é obrigatório se ter um contador, e a figura de um administrador de empresas no início do negócio se torna interessante, pois este terá totais condições de lhe auxiliar na condução inicial de seu empreendimento.



ESCOLHER O TIPO DE EMPRESA

Independente se você escolheu seguir a legalização do seu negócio sozinho ou com um contador, você precisa escolher o tipo de empresa, que se difere de acordo com critérios como quadro societário e quantidade de funcionários que serão contratados. Os formatos empresariais podem ser:

- **EMPRESÁRIOS INDIVIDUAIS:** Microempreendedor Individual (MEI), Empresário Individual (EI), Sociedade Limitada Unipessoal (SLU), que é a extinta EIRELI;
- **EMPRESAS COM SÓCIOS:** Sociedade Simples (SS) e Sociedade Empresária Limitada (LTDA).



DEFINIR O PORTE EMPRESARIAL

O porte de uma empresa tem como parâmetro o seu faturamento bruto anual, levando-a a um desses enquadramentos:

- **MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI):** faturamento máximo anual de R\$ 81 mil;
- **MICROEMPRESA (ME):** faturamento máximo ao ano de R\$ 360 mil;
- **EMPRESA DE PEQUENO PORTE (EPP):** faturamento máximo anual de R\$ 4,8 milhões.



DEFINIR A CNAE

Esta sigla significa Classificação Nacional de Atividades Econômicas, cujo objetivo é identificar a atividade que será exercida economicamente pela empresa. É esse código que garante o enquadramento certo do negócio e evita o pagamento indevido de impostos, tanto para mais quanto para menos.



ESCOLHER O REGIME TRIBUTÁRIO

O regime tributário define quais impostos precisam ser pagos, em quais percentuais e de que maneira. Entre as opções para as empresas brasileiras estão o **SIMPLES NACIONAL**, o **LUCRO PRESUMIDO** e o **LUCRO REAL**. Cada um deles está atrelado a um limite de faturamento específico, por isso devem ser alinhados também ao porte empresarial.



REALIZAR O REGISTRO JUNTO AOS ÓRGÃOS

O último passo consiste no registro da empresa junto aos órgãos competentes, o que pode variar de acordo com a atividade econômica exercida. Mas, comumente, inclui:

- Junta Comercial;
- Receita Federal;
- Prefeitura municipal;
- Previdência Social;
- Corpo de Bombeiros e Vigilância Sanitária (dependendo do modelo de negócio).

O local onde legalizar uma empresa tende a variar de região para região, mas inclui o comparecimento ou o envio online de documentos para a Receita Federal, Junta Comercial, prefeitura, entre outros conforme atividade econômica que será exercida.

Ao legalizar o seu negócio, você está praticamente fazendo um "seguro", protegendo-o de imprevistos; pois você estará atuando em conformidade com a lei, além de poder fechar parcerias e acessar linhas de crédito. A formalização de uma empresa é o processo de obtenção de autorização legal para realizar negócios dentro da jurisdição escolhida.

No Brasil, muitas empresas não são legalizadas, pois, grande partes delas acreditam não estar dentro dos padrões da Receita Federal. Apesar de ser um processo que exige o pagamento de impostos, também oferece inúmeras vantagens e garante direitos ao empresário.

E manter uma empresa ilegalmente apresenta diversos riscos, como dificuldade em conseguir fornecedores, de participar de licitações públicas e até problemas com a Receita Federal.

Portanto, eu, Rogério Justo, indico você a legalizar o seu negócio assim que o mesmo for implantado. E se você já tem um negócio, e não está devidamente legalizado, corra para fazê-lo!

Quer tirar sua ideia do papel com segurança e estratégia? Conte com a iPM Solution.

Empreender é uma jornada cheia de desafios, mas você não precisa enfrentá-la sozinho. A informação é o primeiro passo — e se você chegou até aqui, já está à frente de muitos. Agora é hora de transformar conhecimento em ação.

Na iPM Solution, oferecemos consultorias por projeto, especialmente desenvolvidas para quem quer abrir o próprio negócio com estrutura, planejamento e orientação profissional. Atuamos lado a lado com você desde a validação da ideia até a execução prática, respeitando a realidade do seu orçamento e o potencial do seu negócio.

Além disso, temos treinamentos práticos e dinâmicos sobre empreendedorismo, ideais para quem quer desenvolver visão estratégica, ampliar habilidades de gestão e tomar decisões mais assertivas.

Você tem a vontade. Nós temos a experiência. Vamos empreender juntos?

Entre em contato com a nossa equipe e agende uma conversa sem compromisso.

