

Quer começar um negócio?

Quer começar um negócio? Que ótimo. Tem um bom plano comercial? Se não tiver, seu empreendimento é apenas um sonho.

Bancos e entidades financeiras observam de perto seu plano de negócio quando decidem se devem ou não lhe emprestar dinheiro. Um plano comercial contém os principais critérios usados por você e seus funcionários para determinar o êxito. Além disso, é nele que você se baseia para tomar decisões sobre o que fazer em primeiro lugar, em segundo lugar, ou nunca fazer.

Se seu negócio for bem pequeno e baseado no próprio domicílio, algumas destas sugestões podem não ser necessárias. Porém, desenvolva um plano que ao menos esboce metas, custos esperados, um plano de marketing e uma estratégia de saída. Um plano comercial mostra como você espera ter êxito e detalha os padrões usados para avaliar esse sucesso.

Veja a seguir um guia simples com os aspectos fundamentais de um bom plano comercial:

- Um esboço das metas e objetivos em um resumo executivo

O resumo executivo introduz sua estratégia de negócio. Esta é a seção mais importante para banqueiros e entidades financeiras. Você precisa convencer o agente financeiro logo nas primeiras páginas de que tem uma proposta de negócio viável.

Esse resumo também é uma importante ferramenta de comunicação para funcionários e clientes em potencial. Eles precisam entender suas idéias e seu negócio antes de apoiá-lo.

- Um breve relato de como você iniciou a empresa

Exponha com clareza as origens da empresa. Não deixe de incluir como você ou seu sócio tiveram a idéia.

- Suas metas para a empresa

Explique em poucos parágrafos quais são suas metas de curto e de longo prazo para a empresa. Qual o ritmo de crescimento? Quem são seus principais clientes?

- Biografias da equipe gerencial

Inclua na seção de gerenciamento os nomes e o histórico dos integrantes da equipe gerencial. Não deixe de incluir as respectivas atribuições.

- O serviço ou produto que pretende oferecer

Um aspecto fundamental do resumo é uma discussão sobre como seu produto ou serviço se diferencia de outros atualmente disponíveis.

- O mercado potencial para seu serviço ou produto

Lembre-se: é preciso convencer financiadores, funcionários e outras pessoas de que seu mercado-alvo é relativamente amplo e está em expansão. Esta seção do plano de negócio vai exigir alguma pesquisa. No caso de um negócio com base local, determine a demanda para seu produto ou serviço dentro de um raio geográfico específico. Tome por base o que considerar uma distância razoável a partir da sua empresa. Caso seja um negócio virtual ou uma empresa que conte com a Internet e movimento local para obter clientes, avalie a demanda no âmbito local e/ou nacional. Um relatório de uma empresa de pesquisa profissional pode ser bem oneroso. Talvez você consiga informações básicas na Web e nos vários mecanismos de busca e diretórios.

- Uma estratégia de marketing para seu produto ou serviço

Como você pretende mostrar ao mundo que está aberto para negócios? Vai contar exclusivamente com a divulgação oral? Em geral, esse não é um bom plano, a menos que você já tenha uma reputação estabelecida no setor. Vai anunciar em mídia impressa, na televisão, na Web ou em todos os três? Vai usar ferramentas de marketing on-line para listar sua empresa nos mecanismos de busca e anunciá-la em outros sites da Web? Não deixe de incluir a quantia que pretende gastar com marketing.

- Uma projeção financeira pelo período de três a cinco anos

Inclua nesta seção um resumo de suas previsões financeiras, com as planilhas usadas por você para chegar às projeções. Mostre o balanço patrimonial, a declaração de rendimentos e as projeções de fluxo de caixa para todo o período da previsão. É nesta seção que você informa aos potenciais financiadores a quantia que deseja tomar emprestado para cobrir os custos iniciais. Os pressupostos apresentados nesta seção podem fazer ou impedir o sucesso da sua empresa. Se não estiver familiarizado com este tipo de modelo financeiro, consulte um profissional para obter

ajuda. O investimento certamente vale a pena. • Uma estratégia de saída

Este é um dos principais aspectos de um bom plano de negócio. Vários proprietários de pequenos negócios procuram vender sua empresa como parte de uma estratégia de saída. Você pode passar as rédeas para outra pessoa ou tornar a empresa pública. Pode basear a estratégia de saída em um valor monetário, no crescimento de receita, na receptividade do mercado à sua idéia ou num acordo entre os principais executivos. Seja qual for a decisão, será preciso desenvolver um plano para que você e seus investidores recuperem os investimentos.