

# IMPrensa Web!

**Apresenta:**  
... sempre um plus a mais



**Luiz Guilherme Todeschi**

Consultor em Internet , Luiz Guilherme (lgt@imprensaweb.com.br) vem se dedicando a elaboração de várias idéias para desenvolvimento de Websites de sucesso. Desenvolve Business Plan com intuito de destacar idéias promissoras que alavancam projetos de grande repercussão na WEB. É Diretor Comercial e de Planejamento Estratégico da **IMPrensa Web!** e vem coordenando a criação e desenvolvimento de vários projetos que estão em fase de implantação na internet, inclusive seu Portal Universitário.

**Conheça agora, em caráter inédito no Brasil :**

## **O Primeiro Manual do BPS Business Plan de Sucesso**

por Luiz Guilherme Todeschi

**“Este manual  
vai orientar você  
no desenvolvimento  
e planejamento  
de um inédito  
BPS de Sucesso!”**

Websucesso para você!  
**Luiz Guilherme Todeschi**

[lgt@imprensaweb.com.br](mailto:lgt@imprensaweb.com.br)  
[www.imprensaweb.com.br](http://www.imprensaweb.com.br)

# Índice

Prefácio.....	Pág.03
Apresentação do Case Luiz Guilherme Todeschi por Fernanda Do Coutto, Jornalista responsável pela IMPRENSA Web! Artigo: <b>Polir Diamantes Brutos e Transformá-los em Jóia Rara. Este é o Segredo do Sucesso que procuramos na Web!!!</b>	
Seleção dos Melhores Artigos.....	Pág.05
1- <b>Titulo: BPI , que idéia é esta?</b>	
2 - <b>Titulo: A fórmula do BPS é Você</b>	
3- <b>Não existe mistérios! Faça agora seu SE !</b>	
4- <b>Webempreendedor a ordem é essa!</b>	
5- <b>Entre altos e baixos o BPS é a solução!</b>	
6- <b>A concorrência é saudável no mundo WWW</b>	
7- <b>e-Difíceis Pontocom - creto. Você é e-sperto?</b>	
Introdução.....	Pág.16
Apresentando-se ao Sumário Executivo.....	Pág.17
Estrutura de um Business Plan de Sucesso.....	Pág.19
<b>Sumário Executivo</b>	
- Visão	
- Missão	
- Dados da empresa	
<b>Histórico de sua Empresa</b>	
<b>Produtos e Serviços de sua Empresa ou Website</b>	
- Descrição da linha de produtos	
- Caracterização dos serviços oferecidos pela empresa	
- Ciclo de vida do produto	
- Vantagens e benefícios para os clientes	
- Reprodução, Empacotamento, Logística, Garantia e Suporte de Produtos	
- Consolidação e integração dos produtos existentes	
- Novos produtos em desenvolvimento	
<b>Pontos fortes e fracos da Empresa</b>	
<b>Perfil do Cliente</b>	
<b>Análise de Mercado</b>	
- Segmento de mercado e atuação	
- Identificação de Oportunidades Existentes	
- Riscos existentes	
<b>Planejamento Estratégico</b>	
<b>Estratégias de Marketing</b>	
- Pesquisa de Mercado	
- Atividades de Marketing	
- Objetivos e metas quanto às vendas e aos clientes	
<b>Estratégia de vendas</b>	
- Atividades de vendas	
<b>Análise de Mercado</b>	

- Mercado Nacional
- Mercado Internacional
- Traçar estratégias para o mercado internacional
- Metas de Vendas para os países dos mercados internacionais

**A Concorrência**

**Gestão de Qualidade**

**Planejamento Financeiro**

- Faturamento
- Demonstração de Resultados do exercício
- Balanço Patrimonial
- Estimativa de Investimento
- Fontes e Usos de Recursos
- Retorno sobre Investimento (ROI)

Principais Causas de Fracasso de seu Projeto Digital e BP .....Pág.46

Onde encontrar meus artigos.....Pág.48

Minha Empresa.....Pág.49

Como contactar.....Pág.50

Minhas recomendações.....Pág.51

Voilà.....Pág.52

# Prefácio

## **Polir Diamantes Brutos e Transformá-los em Jóia Rara. Este é o Segredo do Sucesso que procuramos na Web!!!**

Por Fernanda Do Coutto (fernanda@imprensaweb.com.br)

Artigo Publicado no Website Widebiz – [www.widebiz.com.br/gente/fernanda.htm](http://www.widebiz.com.br/gente/fernanda.htm)

O Mundo digital nos prega muitas surpresas diariamente. A cada instante estamos vulneráveis e sempre de frente para um novo relacionamento e uma nova amizade e parcerias de sucesso. Estamos na Era byte to byte onde precisamos transformar nossos pensamentos e idéias e moldá-las ao sucesso interativo.

Como Jornalista e Assessora de Imprensa dentro do mundo Web, necessito ficar conectada mais de 24 horas por dia, costumo brincar com amigos que trabalham no mundo off line que compraria as horas de folga deles para poder juntar ao meu dia pois se o dia tivesse mais de 24 horas com certeza você me encontraria plugada na net. Troco noite por dia e me dedico na busca pelo melhor potencial do trabalho desenvolvido, diariamente vamos descobrindo riquezas escondidas pela internet assim como pessoas e idéias mirabolantes.

Em minhas navegadas para pesquisa de trabalho já me deparei com vários casos mas um deles me chamou uma atenção especial, e gostaria de estar dividindo esta alegria e reconhecimento com vocês, uma vez que foi aqui que tudo começou: minha carreira, meu trabalho e minha troca de veias por cabos plugados no mundo virtual.

Certo dia, fui contatada por um usuário da lista de discussões WideBiz ([www.widebiz.com.br/list](http://www.widebiz.com.br/list)) pois ele sabia que eu era Assessoria de Imprensa e que focava meu trabalho na Web e ele tinha um projeto debaixo do braço e precisava de uma ajuda. Antes que eu perguntasse qualquer coisa, ele já sabia tudo a meu respeito e o que eu fazia na mundo virtual. Meus trabalhos, meus releases e todo o meu contexto profissional. Um detetive digital, hehehe.

Recebi o tal projeto e incluí na minha lista de espera em respostas, deixei esquecido dentro da gaveta mental por uns dois meses e um certo dia soa o cuco do ICQ com a tal pessoa me perguntando e aí... já leu meu projeto. Indaguei que estava com alguns compromissos e que estava promovendo um evento mas que daria uma verificada, afinal, descobri que ele participava de uma lista de discussão de um cliente meu e de repente ele poderia ficar chateado com tanta demora da minha parte e acabar me criticando no meio da lista.

Numa dessas madrugadas onde a conexão mais parece uma tartaruga do que uma lebre, resolvi ler o projeto do rapaz... a cada linha lida ia me fascinando e já vendo e projetando o que poderia acontecer se aquele projeto vingasse e fosse levado à frente. Comecei a me dedicar numa pesquisa profunda para saber mais sobre o foco do projeto, indaguei com alguns amigos na área e a resposta foi a mesma. Trata-se de um diamante bruto que se bem lapidado vira jóia rara... ou melhor, agulha no palheiro não encontramos todos os dias... estas foram as respostas que obtive e resolvi abraçar a idéia e cair fundo no projeto.

Procurei alguns amigos que investem em idéias inovadoras e me deram um grande apoio além de projetar os próximos 6 meses do projeto. Estava com um projeto totalmente inédito e com a certeza de que tudo aconteceria mas precisaria conquistar e criar a imagem do rapaz pois hoje o mercado exige que tenhamos uma base sólida e um perfil seguro para se ter uma pontocom de sucesso.

Alavancar negócios é fácil mas manter o que se alavanca é uma missão e tanto. Partindo desta premissa iniciei a Assessoria de Imprensa Web traçando a imagem de uma rapaz que encontrava-se no anonimato mas que tem uma mente e uma capacidade além do limite, com pouca idade mas com uma grande percepção www.

Depois de longos brainstorms sobre o projeto e várias pesquisas dentro do mundo web chegamos a conclusão, já em conjunto, que muita coisa poderia acontecer dentro do panorama web. Fomos obrigados a mudar de cidade, criar uma nova opção de vida, criar uma base de trabalho e começar a gerar conteúdo diário, mas precisávamos de algo que nos firmasse no mercado digital foi então que resolvi seguir conselhos de grandes amigos e gurus virtuais e reais que me deram uma super força e hoje tenho minha empresa de Assessoria de Imprensa Web em parceria com aquele que um dia mandou para mim um projeto e eu deixei na geladeira ... e de repente nossas vidas mudaram de tal forma que atendemos a uma demanda de serviço digital e contamos com grandes e fenomenais clientes na internet.

Consegui espelhar com sucesso 3 dos 5 top colunistas da lista widebiz, montamos eventos com grande destaque no panorama web, criamos relacionamentos e negócios, projetamos pessoas e ao mesmo tempo somos projetados no mundo virtual de tal forma a nos orgulharmos pelo trabalho desenvolvido a cada dia e a cada caixa de entrada de mail.

Recebo cerca de 500 mails por dia, respondo a todos e sempre me dedico a ler todos os projetos que em minha caixa batem... analisamos e criamos o mito web, transformando notícia real em destaque virtual.

Minha grande conquista na web entretanto foi encontrar o parceiro de trabalho virtual e transformá-lo na minha realidade digital mostrando à internet que para polir diamantes escondidos em gavetinhas reais não é tão fácil como se pensa. Temos que ter a flanela certa e o momento certo, temos que deixar o diamante bem lustroso e com um brilho ofuscante para que outros também o queiram, aí será necessária uma grande cúpula para guardar com carinho e deixar que o mito brilhe sem ter que fazer muito esforço... apenas manter a qualidade e lustrar diariamente.

Este case é real e está sendo apresentado ao mundo virtual há 2 meses praticamente e, com certeza, a dedicação e o incansável trabalho em lustrar e polir o diamante está sendo recompensador e de grande importância para o mundo web. Estamos conquistando espaços Web e mostrando um conteúdo inédito e de grande valia para que novos diamantes que venham ser descobertos e sejam lustrados por pessoas certas e na hora certa. Formatar a imagem de uma pessoa não é fácil, requer muito trabalho e muita dedicação pois estamos criando um mito originado da própria semente virtual.

Sendo assim podemos mostrar com esta breve historinha que o mundo web é repleto de encontros e surpresas... podemos criar e montar mitos sentados na frente de um computador e tendo uma linha de telefone... taí o motivo que muitos me perguntam porque minha linha de telefone só dá ocupado, hehehe, ainda não instalaram meu acesso rápido...

Uma idéia transforma imagens e gera amizade e o mais importante, faz com que tenhamos um alicerce duradouro para estar em destaque por muito tempo. A base é o fator fundamental para que possamos construir uma pontocom de sucesso, com diamantes lustrados e focados no mundo web.

Taí meu recado de hoje.

Plantei a semente e estamos colhendo os resultados dela. Este é o trabalho de uma Assessoria de Imprensa focada na web. Este é o trabalho da IMPRENSA Web!

# Seleção dos melhores artigos

## 1- Título: BPI , que idéia é esta?

Muito tem se falado em empresas pontocom, não é a toa que estamos neste site escrevendo colunas, fazemos parte de uma empresa pontocom.

Com o advento da Nova Economia, realmente o pontocom não é apenas um sonho ou tentativa de fazer algo novo, o pontocom é realidade e deve ser encarado como tal.

Na era Web muitos projetos e idéias ficam de fora por diversos motivos, o maior fator de exclusão pode ser definido por BPI (BUSINESS PLAN INCOMPLETE), mais uma sigla para nosso vocabulário WEB.

Afinal o que é BP?

O Business Plan é o instrumento utilizado pelo investidor para análise de propostas de negócios e projetos para investimento.

O BP é o raio x da idéia para que se possa imaginar um negócio em pleno funcionamento, ele traça o perfil e todas as condições para a criação e desenvolvimento de uma empresa pontocom, desde seu nascimento até a fase madura onde irá gerar lucros para obtenção de um posicionamento específico na WWW e no mercado offline.

No final das contas a necessidade de um BP completo escrito dentro dos padrões são normas exigidas e de suma importância para que uma idéia pontocom saia do papel e se materialize tornando algo palpável na Nova Economia.

No universo Web pode-se encontrar mais de dois milhões de sites, o que faz a diferença entre o sucesso e o anonimato na WEB pode vir a mudar a partir do desenvolvimento de um BP completo, gerado a partir de uma idéia de sucesso.

Todos investimentos em tecnologia e esforços mercadológicos para tornarem seu site conhecido pelo público devem ser traduzidos e demonstrados através do Business Plan, desta forma será mais fácil captar recursos de risco para alavancagem de seu projeto. O Start Up está iniciado !!

Atualmente várias empresas , fundos de investimentos e incubadoras analisam BP para encontrar a "agulha no palheiro" que pode ser o seu BP dependendo de seu esforço e dedicação para sair do anonimato.

Muitas pessoas, em geral jovens, estão buscando e criando idéias de sucesso na WEB , tornando-se destaques neste veículo virtual e abrindo espaço para novos conceitos dentro deste mercado digital. Estamos trocando os joguinhos de computador por idéias de sucesso!!!

Os Investidores ainda estão em busca de boas idéias e projetos diferenciados no universo digital, se você tem uma grande idéia faça com que ela torne-se um BP e parta para o ataque aos investidores que suas chances aumentarão, caso contrário você será mais um que morrerá na praia sem mergulhar a fundo no oceano virtual.

Atualmente iniciei um projeto no mercado WEB e venho me dedicando ao estudo e a conquista de um mercado segmentado e, para que possamos ajudar aos que, como eu, estão em busca da satisfação, passei a degustar cada centímetro de um BP e torna-lo o mais sucinto e objetivo, desta forma, entrei no mercado WEB e abrindo um leque de opções inovadoras e com idéias e projetos que culminam no engrandecimento profissional do segmento Webempresários.

A partir de agora, estarei apresentando aos leitores como devemos transformar nossas idéias em modelos corretos de Business Plan e esquecermos por completo os BPI – Business Plan Incomplete, tentarei segmentar caminhos e trilhas para que você tenha o mesmo sucesso que eu venho tendo na projeção de minhas idéias que começam em breve a tornar realidade ao mundo virtual.

Depois de muitos estudos e brainstorms pude perceber o fantástico mundo on line e a partir de agora, estarei te dando as minhas deixas e situações de como se posicionar melhor neste mercado que está em fase de expansão e crescimento acelerado como a internet.

## **2- Título: A fórmula do BPS é Você**

Já sabemos que as empresas WWW estão com força total no mercado e na cabeça das pessoas, a mídia digital tornou-se foco de atenção das mídias convencionais e todos nós queremos de algum modo fazer parte de uma empresa pontocom ou sermos donos de nosso próprio negócio na Web.

Sabemos também que o BP é um instrumento de planejamento que já se tornou pré-requisito para captação de recursos junto a investidores, instituições financeiras, participação em projetos, rodas de negócios; mas principalmente, é um instrumento que permite a todos que lêem um aprofundamento no conhecimento da empresa.

Começarei a partir de agora a definir como planejar e desenvolver um BPS ( Business Plan de Sucesso) . Tenho certeza que tanto eu como vocês intencionam ser possuidores de um BP que arrancará aplausos de quem for ler, seja um investidor ou um leigo no assunto.

Para tanto será necessário pensar no planejamento e estruturação de nossas idéias que deverá ser confeccionado nos moldes do BPC( Business Plan Complete) que irá contemplar todas as variáveis de nosso negócio.

O BPC não deve deixar a desejar em nenhum aspecto e o quanto mais completo ele estiver maior será sua probabilidade de emplacar no mercado Web.

Uma pessoa de idéia diferencia-se das demais pelo modo de pensar e vislumbrar coisas inéditas que vão além do limite da imaginação.

Devemos considerar que as grandes transformações no mundo real e no mundo virtual surgiram de pessoas com idéias que fizeram o máximo para coloca-las em prática, ou seja, primeiro colocaram no papel.



O critério principal para alavancarmos nossas idéias confeccionando um BPC deverá ser avaliado em todos os aspectos, um dos mais importantes é a inovação que seu BP irá apresentar.

O mercado Web está saturado para idéias e empresas que não inovam e simplesmente repetem o lógico. Neste caso é necessário reinventar a roda! Sair do habitual e traduzir a criatividade. Esse é FOCO !!!

Lição número 1 – Você deve sempre analisar os concorrentes antes de pensar na confecção do BP e procurar colocar diferenciais em seu produto ou serviço de forma a oferecer atrativos que façam com que as pessoas optem por ele, buscando sempre o seu produto ou serviço como referencial.

Agora que você já sabe que é primordial que seu BP possua diferenciais competitivos será mais fácil partirmos para a conceituação de novos aspectos que contemplam a elaboração de seu BP e terá maior facilidade de distinguir se sua idéia irá ou não vingar na internet.

Você deve ser a “agulha no palheiro”, sendo o universo Web de mais de dois milhões de sites, o palheiro, e sua idéia inovadora a agulha!

Agora você já sabe que sua idéia possui um diferencial então partirá para a ação, certo? Errado! Você tem que ter consciência também que no universo WWW só existe espaço para Empreendedores, você é um Empreendedor?

Para ser Empreendedor não é necessário estudar, ter um emprego fixo, morar em casa própria ou fazer de conta que está tudo bem....Para ser Empreendedor você tem que ter em mente que realmente irá realizar seus projetos, que tem força para lutar pelos seus objetivos. Você deve perguntar a si mesmo quem você é, o que gosta, onde quer chegar e se tem condições para tanto.

Caso suas respostas sejam positivas você terá grandes chances de montar um BPC e ser aceito na Internet, caso contrário, terá que reavaliar sua postura e lutar para mudar dentro de você as características que irão impedir seu crescimento.

Lembre-se, caro leitor, de repetir dentro de si a frase: Eu sou Empreendedor e realizarei meu BPS (Business Plan de Sucesso)

Por hoje ficamos por aqui e na próxima semana terá novas dicas que farão a diferença para você.

Fique ligado!

Websucesso para você !!!

### **3- Não existe mistérios! Faça agora seu SE !**

Hoje irei tratar sobre a maneira de se proceder na confecção do SE (Executive Sumary) documento que irá despertar o interesse inicial do investidor, demonstrando um panorama geral dos aspectos mais importantes que irão compor seu Business Plan. Lembro que, o Sumário Executivo, será o primeiro material a ser lido pelo potencial investidor e que poderá ser o fator de exclusão de seu negócio. Caso seu SE não esteja completo e interessante para o tomador de decisão nem o seu Business Plan será lido. Não existe mistérios, por isso recomendo atenção e cuidado na execução de seu SE, sugiro que seja claro, objetivo e coerente.

O sumário executivo é fator importante para que o investidor tenha uma breve idéia de seu negócio e irá destacar seu produto e serviço, o valor para o cliente, o mercado de atuação da empresa, os fatores de financiamento, o retorno sobre o investimento. Tudo isso de maneira resumida e menos detalhada em relação ao Business Plan. Abaixo destaco os principais tópicos para que você tenha sucesso na elaboração de seu negócio on line apontando o sumário executivo.

**A Visão** – Através da visão você irá descrever o negócio da Empresa e o desafio estratégico. Pode ser entendido como o macro objetivo ou meta da empresa e onde ela pretende chegar. Como exemplo da visão: a liderança no mercado latino americano no segmento onde atua, presença marcante no mercado global, ou seja a visão de onde e como sua empresa estará posicionada no mercado nos próximos anos. Deve-se planejar para obter a visão e otimizar recursos e esforços para alcançá-la dentro do prazo estipulado.

Lembre sempre da pergunta: para onde você e sua empresa estarão caminhando?

**A Missão** – Descrever a missão da empresa é tarefa importante para determinar o que é o seu negócio e o que ele pretende oferecer em produtos e serviços, para quem oferece, para que, onde está presente, a responsabilidade social da empresa para se alcançar a visão.

É importante que todos os envolvidos no processo de sua organização conheçam e entendam a missão da organização e saibam explicar para qualquer questionador o que sabem a respeito desta missão.

**Os Dados da Empresa** – É importante a citação e descrição dos dados da empresa para quem esteja apreciando seu Business Plan como: razão social, nome fantasia, cadastro geral do comércio, área de atuação, endereço comercial, telefone para contato e e-mail. Desta forma você estará passando maior credibilidade e mostrando que sua empresa pode ser encontrada realmente e não é apenas um projeto de empresa. Vale lembrar para qualquer intenção de desenvolvimento de projetos Web você deverá possuir uma empresa formalizada dentro dos critérios exigidos pela legislação vigente.

**Produtos e Serviços** – Agora que você já sabe sobre a visão e missão de sua empresa e já tem em mente quais os produtos e serviços que irá disponibilizar para o seu público alvo, seja ele empresa ou consumidor final (B2B ou B2C), deverá citar sucintamente a finalidade e características. Não esqueça de relatar a experiência de sua empresa no desenvolvimento e comercialização desses produtos e serviços. Em sua maioria, os produtos são físicos, e podem ser oferecidos a um mercado para aquisição, atenção, utilização ou consumo e que possa satisfazer um desejo ou necessidade. Serviços de negócios são suprimentos que não compõem o produto acabado de nenhuma forma e em geral incluem atividades, benefícios ou satisfações que são oferecidos para venda.

**Análise de Mercado** – É de fundamental importância que você e sua empresa conheçam o panorama do mercado onde irão atuar, informações sobre clientes, dados demográficos, preferências por marca, concorrentes, os distribuidores, tamanho da empresa, tecnologia empregada, política de preços da concorrência e outras forças que atuam no mercado. Vale lembrar que na internet a atuação de sua empresa poderá contemplar o mercado global isso dependerá dos esforços de sua equipe em aumentar o potencial de mercado e penetração de sua empresa, dependerá também do volume de mercado e taxas de crescimento que sua organização prevê e intenciona.

**Plano de Marketing** – Todas as forças que estão fora do controle de marketing de uma empresa e que de alguma forma irão afetar positivamente ou negativamente o desempenho de sua empresa deverão ser conhecidas. Você ou sua equipe de marketing deverão estar adaptando um mix de marketing para otimizar recursos e prever tendências levando sua empresa ao conhecimento das necessidades de seu mercado. Deverá objetivar transações bem sucedidas e satisfação das necessidades de seu público alvo. Atue de maneira correta para estar sempre em busca das metas e objetivos traçados. Você deverá traçar a estratégia de lançamento de seu website e as promoções de venda. Lembro que, 60% de seu investimento estarão voltados para os compostos de marketing devendo ser utilizado imediatamente na empresa visando, posicionamento no mercado. Você poderá utilizar as formas de mídia on e off line bem como, propaganda, marketing direto, relações públicas, feiras e exposições, assessoria de imprensa, anúncio em jornais, outdoors, banners em outros sites, entre outras.

Lembro que todas as formas de comunicação possuem elevado custo e devem ser estudadas para se tirar o máximo de proveito delas, enfocando aquela que darão melhor resultado e atingirão eficazmente seu público alvo.

**Plano Financeiro** – O plano financeiro são as expectativas financeiras da empresa que deverão ser demonstradas para os próximos cinco anos de atuação. Vale lembrar que os investidores estarão avaliando seu plano financeiro minuciosamente. Deverá ser demonstrado através do plano financeiro as fontes e usos dos recursos a serem investidos, balanço patrimonial, demonstrativo dos resultados do exercício, taxas de retorno sobre o investimento (ROI), a dimensão de sua necessidade de investimento, para viabilizarem as ações propostas pela empresa. O investidor estará injetando capital de risco em seu empreendimento somente se o retorno prometido através de seu plano financeiro seja suficientemente alto para atrair este capital.

Por fim, você deverá utilizar no seu SE uma linguagem clara e dados verdadeiros, citando a fonte de onde os obteve. Idéias bem colocadas e explicadas de maneira sintética, demonstrando que você e sua organização possuem conhecimento profundo pelo negócio.

Agora que você já sabe quais os principais elementos para a confecção do SE deverá estudar os conceitos com atenção e começar a programá-los nos moldes citados, sempre em busca da melhor apresentação de seu negócio on line.

O sumário executivo é o primeiro passo rumo a longa escalada que irá percorrer em busca do lugar ao sol no universo digital, onde só existe lugar para Webempreendedores. Não deixe de levar em consideração a inovação e o empreendedorismo mencionados em artigos anteriores que deverão acompanhá-lo nesta jornada!

Até a próxima! Websucesso para você!

#### 4- Webempreendedor a ordem é essa!

Artigo publicado no Website [www.widebiz.com.br](http://www.widebiz.com.br) , sendo considerado, pelo público, como o artigo mais procurado e lido no mês de Outubro.  
Confira em [www.widebiz.com.br/gente/todeschi.htm](http://www.widebiz.com.br/gente/todeschi.htm)

O povo brasileiro tem se mostrado muito empreendedor visto o panorama econômico e social que vivem, tanto no comércio formal quanto no informal. É claro que o informal não nos interessa, neste momento, mas vimos claramente que até os menos favorecidos tem mostrado que são capazes de ganhar a vida por conta própria. Nosso foco, agora, é o mercado digital. Antes de abordar mais profundamente os aspectos de confecção de um BPC (Business Plan Complete), vamos falar mais uma vez sobre o perfil exigido para alcançar uma posição no mercado da Internet.

A questão é: O papel do empreendedorismo WWW. A ordem é essa! Você pode estar pensando que um Website de sucesso é fruto do trabalho de um bom webdesigner e alguns programadores que possuem vasto conhecimento em informática e internet, mas não paramos por aqui. Vamos muito mais além pois todos fazem parte de uma equipe que estará alavancando o sucesso de um website, todos passam a ser empreendedores, cada qual em sua função e tarefa distinta.

Transformar desafios em oportunidades não é uma missão simples no universo digital. Um website com projeção depende de um empreendedor de sucesso, a pessoa que, como nós, transforma idéias e empresas em grandes realizações pontocom com projeção no mercado Web.

O Webempreendedor, primeiramente, deve ser empreendedor no mundo real, aquela pessoa que busca a solução para os problemas, que transforma sonhos em realidade, decide por si e pela empresa a melhor estratégia de penetração e posicionamento no mercado, determina o produto e o público alvo e arregaça as mangas para alcançar os objetivos e metas traçadas. Este seria o perfil ideal.

Para ser Empreendedor não é necessário estudar, ter um emprego fixo, morar em casa própria ou fazer de conta que está tudo bem...

O empreendedor não nasce somente dentro de grandes empresas. Uma dona de casa que transforma seu lar num ambiente agradável para se viver, um acadêmico que recebe seu diploma ao final do curso, um gerente de banco que sabe motivar sua equipe, um camelô que sabe conquistar sua clientela, enfim qualquer um pode ser empreendedor, basta querer. E querer é poder!

Para esta tarefa, você tem que ter em mente que realmente irá realizar seus projetos, seja de um website ou uma casa própria, tem que ter em mente que você possui força e capacidade para lutar pelos seus objetivos. Sempre!

Você deve fazer algumas perguntas e respondê-las tendo em mente sua capacidade de realização, é necessário perguntar a si mesmo quem você é, do que você gosta, onde quer chegar e se tem condições para almejar uma posição de destaque. Este é o foco inicial!

Disciplina, busca do aperfeiçoamento contínuo, muita leitura e atualização sobre o mercado e tendências, vontade de trabalhar além do habitual, dedicação, paixão, comunicação com as pessoas e empresas, visão holística, criatividade, vontade de vencer, persistência para aprender cada vez mais e não hesitar nos erros, serão fatores que tornarão seu empreendimento mais sólido e facilitará a prosperidade de seu trabalho.

Caso suas respostas sejam positivas você terá grandes chances de tornar-se um webempreendedor e ser aceito na Internet, caso contrário, terá que reavaliar sua postura e lutar para mudar dentro de você as características que irão impedir seu crescimento. Mas não desanime você pode construir seu próprio perfil de webempreendedor.

Um website de sucesso depende de uma pessoa com garra à frente de uma equipe qualificada. Com certeza o mundo digital difere-se um pouco da velha economia, no tocante, a velocidade dos acontecimentos em tempo real e ao meio de comunicação que deve ser trabalhado verdadeiramente por um empreendedor como você!

Não há limites para o crescimento pessoal e profissional daqueles que querem ser ou já são empreendedores! Lembre-se que na Nova Economia você é o DIFERENCIAL de sua empresa, onde o maior patrimônio são pessoas e conteúdo além da capacidade de realização. Este patrimônio é formado por pessoas que serão gerenciadas por você webempreendedor

Até a próxima!

Websucesso para você!

## **5- Entre altos e baixos o BPS é a solução!**

Oscilações que parecem ser fruto de maremotos no oceano virtual tem marcado com muita dureza as especulações a respeito do futuro das pontocom e da Nasdaq. Quem irá sobreviver? A World Wide Web esta passando por uma fase de provações e experiências que irão conduzir a um futuro talvez inóspito porém muito promissor. Muitos bytes e bytes estão para rolar e nós somos os responsáveis pela propagação e base da difusão e consolidação da nova era - Era da Informação.

Até que ponto, nós profissionais digitais, podemos acreditar que a Nova Economia está meio mal das pernas e que está na hora do "ou vai ou racha ". Uma euforia propagada através da mídia expôs a internet como centro das atenções dos já tradicionais veículos de comunicação existentes fazendo com que milhares de pessoas acreditassem que seria muito fácil enriquecer através da rede. Uma brilhante jogada estratégica de marketing que muito se pareceu com a época em que surgiu a tão afável e hoje menos importante para muitos , a televisão.

Conheço uma pessoa que vendeu todos os seus bens para montar um website que não teve sustentação e seu capital para investir extinguiu-se antes do sexto mês de vida . Esta pessoa não estava ciente do alto custo da tecnologia , da forma de atualização do conteúdo, dos investimentos em marketing e recursos humanos do retorno sobre o investimento. Quando eu lhe perguntei como iria obter receita para seu website ele não soube me responder. Mais um caso de uma triste história virtual, caso sério que não mais pode-se dizer que dá para contar nos dedos. Existem hoje milhares de aventureiros que pensam que irão ganhar dinheiro fácil na rede, engano da maioria. Mas não desanimem ainda há tempo.

Eu atribuo este equívoco a inexistência de um planejamento prévio projetando o futuro da empresa e a perspectivas de sucesso. Falta realmente um BPS e um verdadeiro administrador do website. Jóqueis hoje em dia são figuras raras de se encontrar. Pergunto para você caro amigo: você está ganhando dinheiro através da Web? Acredito que a maioria das respostas sejam negativas. Foi criado o mito que retoma os aspectos da época dos Barões do Café. Mas de repente os fatos mudam de rumo e a credibilidade e confiança na prosperidade da rede é posta em jogo. Cheque mate!!!

Sabemos sim que muitas estão quebrando , fechando as portas e demitindo suas equipes, observamos alguns dias atrás aqui no Brasil um provedor de acesso gratuito que fechou , e grande parte delas ainda está trabalhando no vermelho, por outro lado cases de sucesso surgem e inexplicavelmente conquistam posicionamento e simpatia na mente dos internautas e no conceito dos fundos de investimento. Segundo meu amigo Marco Bechara os investidores estão apostando nos jóqueis e não nos cavalos, podemos interpretar de forma que os jóqueis são os webempreendedores que irão sustentar uma pontocom e trabalhar duro para que elas tornem-se um dia rentáveis, já os cavalos são os websites que pouco diferenciam-se uns dos outros. Caso um cavalo (website) seja realmente um puro sangue e por si só faça a diferença na raia entre os concorrentes de nada adiantará se o jóquei não o souber conduzir. Só o melhor jóquei, com o melhor cavalo ganhará o páreo. Neste sentido podemos ressaltar a importância de um BPS.

Acredito muito na inovação destes websites que se tornam cases de sucesso apresentando de alguma maneira diferenciais que cativam seu público alvo e por conseqüência beneficiam financeiramente seus criadores.

Com certeza ainda há espaço para os jóqueis e os cavalos vencedores e muitos destes cases serão ainda referenciados.

As previsões a respeito dos Negócios B2B e B2C, segundo gurus do mercado predizem que 75% dos negócios que irão movimentar a rede serão voltados ao Business to Business e a parcela restante ao Business to Consumer.

Como explicar tamanha diferença? Empresas estão mais habituadas a negociar à distancia possuem acesso à tecnologia de ponta, são gerenciadas por verdadeiros administradores e possuem como objetivo principal o lucro que induz sempre a conquista de novos mercados. Já no Brasil podemos afirmar que são poucos os websites direcionados ao B2C que possuem força e persuasão para envolver o internauta e torná-lo um cliente fiel.

Na realidade a economia e as vendas estão voltadas para um novo mercado com grande potencial e maiores chances de ganho de escala, o foco das empresas está migrando realmente para o e-business.

Chegou nosso momento de reflexão e de agora em diante você possui mais subsídios para encarar um empreendimento Web de maneira profissional e menos aventureira.

Tenho recebido muitas solicitações para consultoria web em vários planos de negócios e percebido que as dificuldades para todos são as mesmas, sendo assim , a partir do meu próximo artigo estarei disponibilizando para download free um MBPS – Manual do Business Plan de Sucesso.

Até a próxima!

## 6- A concorrência é saudável no mundo WWW

Você já deve ter perguntado a si mesmo se irá conseguir enfrentar a forte concorrência do mercado digital, perguntou? Com certeza sempre que nós paramos para pensar em nossos negócios reais ou virtuais estamos pensando na tal da “concorrência”.

Tomemos como exemplo o maior inimigo de um candidato ao vestibular. Sempre que o vestibulando fala sobre o curso que pretende cursar cita os números de candidato por vaga e quando escolhe um curso mais badalado logo vai dizendo : é o mais concorrido.....! Como se a concorrência fosse o fator determinante para sua aprovação e não todo o esforço e dedicação que teve durante anos como estudante profissional.

Pois é, esta não é a maneira correta de se pensar, no mundo digital onde a economia é globalizada onde impera a livre concorrência. Devemos ter em mente que somos os responsáveis pelo desempenho de nossa webempresa e dependemos de nossas capacidades gerenciais e diferenciais competitivos para nos destacar no mercado digital.

Neste grande e novo mercado onde seu concorrente pode ser um amigo ou uma grande empresa da “*velha economia*” devemos nos posicionar como poucos entre aqueles que tem conseguido evitar copiar a receita dos casos já conhecidos de sucesso , precisamos posicionar nossa empresa num formato mais lucrativo.

Aí surge a questão principal deste artigo e que tem causado grande repercussão na sociedade e deixado em dúvida muitas empresas e empresários pontocom: O seu diferencial competitivo qual é?

Exatamente esta questão que deve ser respondida sem hesitação por todos webempreendedores que pretendem ou já estão posicionados no mercado da Nova Economia.

Conforme mencionei muitos websites tem repetido o sucesso de outros, às vezes de maneira grosseira reproduzindo espécies de clones virtuais e nem mesmo sabem o que realmente dá certo e existe algo de melhor no conteúdo plagiado. Pude perceber a pouco tempo atrás numa conceituada lista de discussão o caso de um “empresário” que com seu novo website, o qual havia copiado todo o conteúdo e as logos e não mudou nem o código fonte de outro website já estabelecido no mercado Web. Tentou divulgar seu produto com a maior naturalidade como se nada tivesse acontecido convidando todos os participantes da lista a comentar a respeito de seu pseudo-sucesso. Alguns maus retratos!

Uma pessoa com esta atitude possui os dias contados neste novo mercado onde as informações correm livremente e existem muitos formadores de opinião, sendo muito fácil cair em descrédito. Pergunto: Qual o mérito e a originalidade de um sujeito que toma uma atitude como esta? Vamos refletir nesta possibilidade?

De certa forma este modelo não nos interessa e sim aquele que realmente é reconhecido pelos produtos, serviços e conteúdo qualificado que fornecem aos seus usuários uma forma de cativá-los e causar encantamento merecido.

Podemos definir estes atributos de seu website e de sua equipe na maneira como você conduz a empresa ou exerce seu trabalho com dedicação dando preferência a tratar o cliente como se fosse único e o mais importante , como deveria realmente acontecer, são os atributos e as vantagens que devem ser definidos e conceituados sendo diferenciais competitivos.

Você tem somente uma opção, a opção de sua empresa possuir alguns diferenciais, isto é, tudo aquilo que agrega valor com exclusividade e faz a diferença no momento em que está fidelizando seu público-alvo, ou por outro lado, terá grandes dificuldades realmente de enfrentar de maneira leal seus concorrentes.

Não esqueçam que realmente são válidas neste mercado as maneiras leais de concorrer, visto que nossa legislação para a internet ainda não está suficientemente estabelecida desta maneira deve-se ter o máximo de ética para competir.

Certa vez fui convidado a participar de uma gincana no grupo escoteiro onde sairia vencedora a equipe (patrulha) que construísse o melhor e mais resistente abrigo natural e que este resistisse até o final do acampamento sem ceder. O critério para avaliação do melhor abrigo estava baseado nos diferenciais e na estrutura utilizada, que na equipe vencedora foi a mais resistente.

Seguindo este exemplo de adolescentes lanço a seguinte questão: Será que sua empresa será montada numa base resistente suportando as pressões do mercado da livre concorrência e da nova economia? Será que sua webempresa irá resistir a força dos grandes portais e empresas da velha economia?

Nesta nova estrutura web onde o tamanho de sua empresa iguala-se as demais de acordo com seu browser ou navegador a resposta é simples. Todos poderão resistir as pressões se seus diferenciais igualarem-se ou superarem os da concorrência. De acordo com o velho ditado popular “quanto maior, maior o tombo”. Dou um conselho: Não se intimide meu amigo se você não é um dos grandes, faça o máximo que puder para adquirir feedback e experiência gerencial e explorar seus diferenciais e seus potenciais empreendedoristas.

Na era da internet quem estiver realmente disposto a se destacar estará demarcando o território e se preocupando em superar seu maior concorrente que é você mesmo.

Com convicção volto a afirmar que muitas ferramentas serão fundamentais nesta saudável e desafiadora luta pelo espaço de destaque na Nova Economia são elas: pesquisa de mercado, credibilidade junto aos clientes, webmarketing, projeto de novos produtos e serviços, planos de negócios estruturados, equipe qualificada e conhecedora do mercado, visão holística, conhecimento profundo do nicho de mercado e do cliente final, líderes webempreendedores, análise criteriosa da concorrência e por fim muita garra para vencer.

Vamos em frente e que a concorrência se cuide!

Websucesso para você!



## 7- e-Difíceis Pontocom - creto. Você é e-sperto?

Edificações virtuais geradas no mundo real tornam a carreira dos webempreendedores desafiadora e anormal. Construir e construir... “tijolo por tijolo”, “idéia por idéia”, solidificar uma pontocom resistente as tempestades do mercado digital parece ser uma tarefa para poucos. E, realmente é para poucos, somente para os melhores.

Desde a concepção de uma idéia inovadora até o desenvolvimento de um Business Plan, passando é claro, pelo dia-a-dia de um website, temos que provar a nós mesmos e ao mercado que somos capazes de conquistar nosso e-espço. A conquista é possível e tem atingido uma visibilidade maior nunca antes imaginada.

Essa conquista do ciberespaço pelos brasileiros tem despertado grande interesse nas empresas de alta tecnologia pelo mundo afora. Headhunters de plantão estão a procura dos talentos na América Latina, que tem como matéria humana e intelectual, jovens craques, e muitas vezes anônimos, na área tecnológica onde posicionam-se com cargos de destaque.

A maior explicação para a procura por talentos nesse novo nicho, onde são ofertadas brilhantes vagas no mercado global, deve-se ao fato de nós, humildes e talentosos “tupiniquins”, possuímos criatividade e jogo de cintura apresentando o perfil desejado para estar a frente de cargos executivos na Nova Economia. Talvez uma versão positiva do chamado “jeitinho brasileiro” onde tentamos de qualquer forma encontrar meios e ferramentas muitas vezes escassas para a solução de problemas diários.

Nesta empreitada rumo a construção de uma carreira sólida no exterior são exigidos uma série de pré-requisitos e conhecimentos, além do perfil empreendedor WWW, cursos de idiomas, vontade de vencer, disponibilidade para deixar a família e mudar diversas vezes de cidade e país, estando constantemente em busca do aperfeiçoamento profissional e pessoal e resistindo a pressão e excesso de trabalho no mundo dos negócios.

Realmente todos nós almejamos um lugar de destaque como executivo de exportação para solucionar problemas e gerar resultados às multinacionais na América Latina e no resto do mundo.

Webempreendedores são testados a toda hora tendo que provar e comprovar que possuem os diferenciais competitivos exigidos na roda digital, e ao sinal de um único deslize podem entrar em descrédito com seus clientes e com o grande escalão Web.

Quem não gostaria de falar que é um executivo respeitado no mundo Web e que contribuí para o aumento do faturamento e da valorização de sua empresa no mercado pontocom? Com certeza todos nós gostaríamos, além é claro, de vislumbrarmos altíssimos salários, riquezas, viagens, eventos badalados, ingressando assim a atmosfera milionários.com. Porém o caminho é tortuoso e aberto somente para os melhores. Os que se destacam.

Nosso cenário web pode ser comparado ao norte-americano em relação a captação de recursos e ao enriquecimento rápido através da rede, onde milhões de jovens vem atraindo os fundos de investimento e transformando idéias geniais com possibilidades de tornarem-se lucrativas num futuro breve, através das empresas pontocom, e transformando muitas vezes em chamarizes e motivos fortes para

despertar a cobiça destes investidores. Posso afirmar neste momento que todos que possuem uma idéia podem se deparar com um futuro e promissor investimento pontocom.

Da mesma maneira que os investidores peneiram o BPS – Business Plan de Sucesso – onde somente são escolhidos 0,25% dos negócios a serem submetidos ao Venture Capital para start up , com os executivos brasileiros da alta tecnologia acontece o mesmo. 1 em 1 milhão conquistam uma posição invejável e demonstram competência e qualificação profissional para assumir os cargos mais altos do mercado on line.

Vamos em frente! Consolidar este novo mercado e marcar nossa presença é importante e precisamos ser vistos. Ainda existe muito espaço para demonstrarmos nossa capacidade criativa , força de trabalho e talento www. Lembrando, sempre, que o único lugar onde a palavra sucesso vem antes de trabalho é no dicionário, aliás muito trabalho.

Websucesso para vocês!

# Introdução

Já sabemos que as empresas WWW estão com força total no mercado e na cabeça das pessoas, a mídia digital tornou-se foco de atenção das mídias convencionais e todos nós queremos de algum modo fazer parte de uma empresa pontocom ou sermos donos de nosso próprio negócio na Web.

Sabemos também que o BP é um instrumento de planejamento que já se tornou pré-requisito para captação de recursos junto a investidores, instituições financeiras, participação em projetos, rodas de negócios; mas principalmente, é um instrumento que permite a todos que lêem um aprofundamento no conhecimento da empresa.

A seguir estará sendo definida a melhor maneira de como planejar e desenvolver um BPS ( Business Plan de Sucesso) . Tenho certeza que tanto eu como vocês intencionam ser possuidores de um BP que arrancará aplausos de quem for ler, seja um investidor ou um leigo no assunto.

Para tanto será necessário pensar no planejamento e estruturação de nossas idéias que deverão ser confeccionados nos moldes do BPC ( Business Plan Complete) que irá contemplar todas as variáveis de nosso negócio.

O BPC não deve deixar a desejar em nenhum aspecto e o quanto mais completo ele estiver maior será sua probabilidade de emplacar no mercado Web.

Uma pessoa de idéia diferencia-se das demais pelo modo de pensar e vislumbrar coisas inéditas que vão além do limite da imaginação.

Devemos considerar que as grandes transformações no mundo real e no mundo virtual surgiram de pessoas com idéias que fizeram o máximo para colocá-las em prática, ou seja, primeiro colocaram no papel.

O critério principal para alavancarmos nossas idéias confeccionando um BPC deverá ser avaliado em todos os aspectos e requisitos constantes neste manual e um dos mais importantes é a inovação que seu BP irá apresentar.

O mercado Web está saturado para idéias e empresas que não inovam e simplesmente repetem o lógico. Neste caso é necessário reinventar a roda! Sair do habitual e traduzir a criatividade.

Esse é o FOCO !!!

Lição número 1 - Você deve sempre analisar os concorrentes antes de pensar na confecção do BP e procurar colocar diferenciais em seu produto ou serviço de forma a oferecer atrativos que façam com que as pessoas optem por ele, buscando sempre o seu produto ou serviço como referencial.

*“Se desejam ter o que fazer no futuro, precisam ser capazes de demonstrar a maneira clara, precisa e convincente como podem agregar valor. A resposta, aliás, a única: ter um projeto. Não qualquer Projeto, mas sim um que se inclua naquilo que eu e meus colegas batizamos de “Grandes Projetos”: Projetos que agregam valor, que são importantes, que fazem diferença, que deixam um legado, que transformam você numa estrela.”*

Por Tom Peters  
Revista Você S.A  
Agosto/99

# Apresentando-se ao Sumário Executivo

O Sumário Executivo (Executive Summary) é o documento que irá despertar o interesse inicial do investidor, demonstrando um panorama geral dos aspectos mais importantes que irão compor seu Business Plan. Lembre-se que, o Sumário Executivo, será o primeiro material a ser lido pelo potencial investidor e que poderá ser o fator de exclusão de seu negócio.

Caso seu SE não esteja completo e interessante para o tomador de decisão nem o seu Business Plan será lido. Não existe mistérios, por isso recomendo atenção e cuidado na execução de seu SE, sugiro que seja claro, objetivo e coerente, evite adjetivos e hipérboles: como um “grande negócio” ou “negócio super interessante”.

O SE é fator importante para que o investidor tenha uma breve idéia de seu negócio e irá destacar seu produto e serviço, o valor para o cliente, o mercado de atuação da empresa, os fatores de financiamento, o retorno sobre o investimento. Tudo isso de maneira resumida (no máximo quatro laudas) e menos detalhada em relação ao Business Plan.

Por fim, você deverá utilizar no seu SE uma linguagem clara e dados verdadeiros, citando a fonte de onde os obteve. Idéias bem colocadas e explicadas de maneira sintética, demonstrando que você e sua organização possuem conhecimento profundo pelo negócio.

Estrutura: Forneça um breve resumo dos pontos chave que serão abordados em seu plano de negócios.

Um Sumário Executivo deve ser escrito em até três folhas com uma breve descrição de sua idéia ou projeto pontocom e dos componentes da empresa:

**breve histórico,  
missão,  
visão,  
conceito do negócio,  
descrição de produtos e serviços,  
mercado e concorrência,  
estratégia de negócios e parcerias,  
website e tecnologia,  
fontes de renda,  
equipe de gestão,  
riscos,  
levantamento e  
aplicação de recursos.**

Faça um teste dando o seu sumário executivo para que um leigo no assunto leia, caso ele compreenda o que você deseja passar, a idéia principal de seu negócio, seu sumário terá provavelmente alcançado o objetivo.

Escreva de forma breve o seu ponto de vista sobre os problemas, necessidades e

soluções ou recomendações.

Prenda a atenção de seus leitores demonstrando que conhece seus pontos de vista, referenciando rapidamente a cada um deles. Brevemente descreva os objetivos de sua proposta e como planeja atingí-los.

Deixe claro como seu plano pode beneficiar a organização. Explique como vai avaliar a implementação de seu plano. Como você vai mensurar o quanto foi ou não bem sucedido?

Vale ressaltar que o SE irá compor seu BPS e você poderá posicioná-lo nas primeiras páginas do BP ou entregar previamente em separado ao investidor frisando que se houver interesse você possui um BP.

Agora que você já sabe quais os principais elementos para a confecção do SE deverá estudar os conceitos com atenção e começar a programá-los nos moldes citados, sempre em busca da melhor apresentação de seu negócio online e da importância dele no mundo digital.

# Estrutura de um Business Plan de Sucesso!

Os exemplos serão demonstrados através do estudo de caso do website [www.kadike.com.br](http://www.kadike.com.br) de acordo com autorização do cliente sem citação de detalhes aprofundados e estratégicos da empresa Intervalo Produções.

## 1.0 Sumário Executivo

### 1.1 Visão

Visão - Através da visão você irá descrever o negócio da Empresa e o desafio estratégico. Pode ser entendido como o macro objetivo ou meta da empresa e onde ela pretende chegar.

A liderança no mercado latino americano no segmento onde atua, presença marcante no mercado global, ou seja a visão de onde e como sua empresa estará posicionada no mercado nos próximos anos.

Deve-se planejar para obter a visão e otimizar recursos e esforços para alcançá-la dentro do prazo estipulado.

Lembre sempre da pergunta: Para onde você e sua empresa estarão caminhando?

*Ex:*

*A Empresa Intervalo Produções é uma empresa da área de mídia digital que atua no desenvolvimento de projetos publicitários e fornece serviços de entretenimento através do website [www.kadike.com.br](http://www.kadike.com.br) para o público infantil global, contando com versões traduzidas para diversos idiomas.*

*A intenção Kadike é justamente investir nas oportunidades oferecidas neste segmento de mercado no universo in e out e juntamente no comércio eletrônico através do website.*

*O website [www.kadike.com.br](http://www.kadike.com.br) pretende atender e especializar o mercado de entretenimento do público infantil primeiramente na América Latina e posteriormente em todos os continentes.*

*O número de consumidores organizados permitirá ganhos de escala em número de acessos, consumo de produtos e banners veiculados ao website, além de brincadeiras patrocinadas.*

### 1.2 – Missão

Descrever a missão da empresa é tarefa importante para determinar o que é o seu negócio e o que ele pretende oferecer em produtos e serviços, para quem oferece, para que, onde está presente, a responsabilidade social da empresa para se alcançar a visão.

É importante que todos os envolvidos no processo de sua organização estejam comprometidos, conheçam e entendam a missão da organização e saibam explicar para qualquer questionador o conceito desta missão. Evite que sua missão seja muito restrita ou muito ampla fazendo com que ela seja específica e realista. Mantenha o foco do seu negócio para definir a missão.

Ex:

O website [www.kadike.com.br](http://www.kadike.com.br) será no Brasil dedicado exclusivamente a geração de entretenimento, conteúdo educacional-cultural e comercialização de produtos on e offline de maneira simultânea para o público na faixa etária dos quatro aos dez anos de idade.

Sua missão é tornar-se centro de referência em informações, entretenimento e comércio eletrônico on e offline e servir como um instrumento de apoio a educação.

Seu objetivo comercial e de conteúdo enfoca três áreas de atuação: educação, entretenimento e comércio de produtos sob medida.

### 1.3 Dados da empresa

Descrevendo os dados de sua empresa você estará passando maior credibilidade e mostrando que sua empresa pode ser encontrada realmente, não é apenas um projeto de empresa.

É importante a citação e descrição dos dados da empresa para quem esteja apreciando seu BPS como: razão social, nome fantasia, cadastro geral do comércio, área de atuação, endereço comercial, telefone para contato, fax e e-mail.

Quadro demonstrativo dos dados da empresa	
Razão social:	
Nome fantasia:	
CGC:	
Área de atuação:	
Endereço sede:	
Cidade:	Estado:
País:	
Telefone:	Fax:
Email:	
Home-page:	

Vale lembrar para qualquer intenção de desenvolvimento de projetos Web você deverá possuir uma empresa formalizada dentro dos critérios exigidos pela legislação vigente.

Caso você ainda não possua uma empresa registrada procure a Junta Comercial de sua cidade e providencie os documentos necessários para abertura, registro e legalização de sua empresa que poderá ser até uma ME (micro empresa) .

Quadro de composição do capital social da Empresa		
Sócio	Quotas	Cargo
Sócio A –	Nº de quotas	-
Sócio B -	Nº de quotas	-



Não deixe de citar a Responsabilidade Gerencial e Equipe de gerentes, lembro que as pessoas que gerenciam sua empresa são fator chave para o websucesso de seu negócio.

Demonstrar o quadro que compõe a equipe de dirigentes e gerentes da empresa .

Cargo	Nome	Responsabilidade
Diretor Financeiro	-	Administrativa e Financeira
Diretor de Marketing	-	Planejamento e Comercialização
Gerente de Projetos	-	Desenvolvimento de projetos
Gerente de RH	-	Gestão de RH

- Anexar breve currículo dos dirigentes e equipe gerencial da empresa (no anexo).
- Descrever estrutura funcional dos profissionais que fazem parte da empresa.

Exemplo:

Atividades	Pessoal	Nome	Função
Desenvolvimento (descrição das atividades desenvolvidas e responsabilidades)	1		Diretor
	2		Programador
	1		Designer
	4		Animador
Suporte	3		Analista de Suporte
Comercial	3		Diretor de Vendas Vendedora Técnica Assistente Comercial
Administração e Marketing	3		Gerente Administrativo Administração Vendas

Você deve determinar quem e como são cuidados e tratados os aspectos jurídicos e contábeis da empresa?

**Corpo Jurídico** – Um bom corpo jurídico para tratar dos direitos e situações judiciais indesejáveis que sua empresa poderá enfrentar podem evitar sérios aborrecimentos e futuras perdas financeiras.

**Especialista Contábil** – Um contador será responsável por todas obrigações tributárias e também poderá cuidar de seus demonstrativos financeiros orientando-o na melhor maneira de proceder

## 2.0 Histórico de sua Empresa

Histórico e Situação Atual – Você deverá citar os principais acontecimentos e situações que fazem e fizeram parte da história de sua empresa desde a fundação até os dias de hoje.

Constituição da empresa - Deve-se fazer um relato sobre o ocorrido na constituição da empresa citando os sócios fundadores, suas experiências e atividades curriculares, formação profissional e acadêmica.

Data de Fundação - As datas de fundação da empresa devem ser citadas conforme os registros legais. Este fator não deve ser levando em desconsideração pois investidores buscam credibilidade e o histórico da empresa. Caso sua empresa esteja recém fundada não se preocupe as empresas pontocom realmente são novidade no mercado.

Localização - Toda empresa deve possuir uma sede com a sua não será diferente. Cite aqui quais os endereços por onde já passou e sua localização atual

Produtos - Citar os produtos que a empresa já desenvolveu, comercializou e os que trabalha atualmente.

Tecnologia – Comentar a tecnologia utilizada para desenvolvimento do website e ou produtos e serviços.

Experiência - Breve relato da experiência da empresa; comentar os progressos da empresa.

Clientes - Citar os principais clientes e os projetos que foram desenvolvidos para estes clientes.

Marcos relevantes – Neste item você deverá citar quais foram os acontecimentos relevantes durante as atividades de sua empresa

Data	Fato
Jan/2000	Constituição da empresa e registro na junta comercial sob CGC número..
Mar/2000	Lançamento de programas/protótipos –
Jun/2000	Formação de parceria/associação com entidades
Out/2000	Participação em feiras e eventos

### 3.0 Produtos e Serviços de sua Empresa ou Website

Em sua maioria, os produtos são físicos, e podem ser oferecidos a um mercado para aquisição, atenção, utilização ou consumo e que possa satisfazer um desejo ou necessidade.

Serviços de negócios são suprimentos que não compõem o produto acabado de nenhuma forma e em geral incluem atividades, benefícios ou satisfações que são oferecidos para venda.

Produtos - Descrição resumida da finalidade e características do produto.

Serviços - Breve descrição dos serviços oferecidos.

Experiência - Não esqueça de relatar a experiência de sua empresa no desenvolvimento e comercialização desses produtos e serviços.

Perguntas interessantes para que você realmente tenha uma visão mais profunda sobre seus produtos. - Quem são os consumidores, quais as necessidades de seus clientes, qual é a natureza de sua inovação, quais são os pré-requisitos de desenvolvimento, que proporção de vendas você deseja?

#### **Ex:**

##### ***Produto A - Figuras para colorir***

*Através do website para o público infantil orientado por seus pais poderão acessar figuras de personagens da série Vovô Conta e em seguida poderão imprimir da tela onde serão disponibilizadas estas figuras e imagens dos personagens e cenários multimídia.*

*Terminada a impressão as crianças terão a atividade da pintura na tela onde serão disponibilizadas imagens tracejadas, imagens para montar, figuras em branco para serem preenchidas, máscara para brincar enfim, uma série de brincadeiras que servirão para divertir e educar as crianças. As impressões, uma vez coloridas e trabalhadas pela criança poderão ser montadas em uma revista infantil totalmente interativa ao mundo web. O mais interessante é que a criança vai se conectar à Internet, navegar pelo website e vai brincar no mundo offline.*

##### ***Produto B - Personagens e Bonecos Animados***

*Deverão ser comercializados bonecos dos personagens do filme e do website.*

*Todos os personagens da série Vovô Conta poderão ser produzidos para a comercialização em lojas especializadas e de conveniências, inicialmente a venda nas principais capitais do país.*

### 3.1 Descrição da linha de produtos

Agora que você já sabe sobre a visão e missão de sua empresa e já tem em mente quais os produtos e serviços que irá disponibilizar para o seu público alvo, seja ele empresa ou consumidor final (B2B ou B2C), deverá citar sucintamente a finalidade e características do produto ou serviço.

Descrição detalhada de cada produto através de seus módulos constitutivos, se for o caso, demonstrando que necessidades esse produto vem a atender e levando em consideração os seguintes itens:

Produtos e serviços oferecidos pela empresa, que já estão em fase de comercialização ou prontos para serem comercializados.

Produto A	
Aplicação	Para que serve o produto, a que necessidades ele atende, que versões são dirigidas a que grupos de clientes e quais suas aplicações, você irá precisar obter licenças para venda, que garantia você irá oferecer.
Características	Cite as principais características do produto: fácil utilização e manuseio, material de composição, tecnologia utilizada, padrão e especificações pelo IMETRO, visual, cores e modelos disponíveis.
Produtos concorrentes	Citar principais produtos concorrentes dos produtos da empresa.
Versão atual	Em que versão se encontra o produto.
Idiomas	Caso haja tradução
Base de dados	Qual a base de dados utilizada.
Ambiente de desenvolvimento	Que formas e local para desenvolvimento você precisa utilizar e que marcos você pretende atingir.

### 3.2 Caracterização dos serviços oferecidos pela empresa.

Serviços	
Customizados	Pacote onde você irá disponibilizar todos os serviços ao mesmo tempo, o CRM.
Agregados	Serviços agregados ao produto
Solicitados	Serviços prestados somente quando solicitados, manutenção, assistência técnica, entre outros.
Pós-venda	Serviços oferecidos no pós-venda.

### 3.3 Ciclo de vida do produto

Após o lançamento de qualquer produto a empresa deseja que o produto tenha uma vida longa e produtiva. Deve-se porém saber que todos os produtos tem um ciclo de vida, embora haja dificuldade de precisar exatamente o ciclo de vida do produto, pode-se ser marcado por cinco estágios distintos :

Desenvolvimento do produto: fase de projetos, testes e definições de mercado e público-alvo, brainstorms e protótipos. Nesta fase o produto ainda não está disponível no mercado para aquisição.

Introdução: neste período o produto apresenta-se em fase de lançamento no mercado e possui receita em crescimento lento, os lucros são praticamente inexistentes nesta fase devido ao fato do grande investimento na introdução do produto.

Crescimento: estágio onde as receitas aumentam rapidamente e os lucros tornam-se crescentes.

Maturidade: é o período em que o crescimento de vendas torna-se menor pois a maioria dos compradores já adquiriu o produto.

Declínio: nesta fase o produto inicia a redução de vendas e conseqüentemente a receita e participação de faturamento da empresa diminui.

### 3.4 Vantagens e benefícios para os clientes

O maior fator de aquisição de seus produtos pelos clientes e consumidores será dado através das vantagens e benefícios que ele poderá oferecer.

**Pense Nisso!!!**

Benefícios do produto - Recursos do produto; o que o produto oferece; por que o cliente compraria o seu produto.

Vantagens - Os diferenciais competitivos do produto com relação à concorrência.

### 3.5 Reprodução, Empacotamento, Logística, Garantia e Suporte de Produtos

Explicar a forma como é feita a reprodução, empacotamento, entrega e a garantia e suporte dos produtos quando aplicável.

Reprodução - Capacidade de reprodução de produtos pela empresa.

Empacotamento - Como é feito o empacotamento do produto em termos de embalagem, informações que constam na embalagem, lacre.

Logística - Forma como é realizada a entrega do produto e os prazos. Citar a empresa que é ou será responsável pela distribuição de seus produtos e anexar orçamento na planilha de custos. **A logística bem estruturada é extremamente importante, não deixe de procurar os melhores serviços de logística para sua empresa!**

Garantia e suporte - Qual é a garantia dos produtos e como é feito o suporte aos clientes: help desk, fax, telefone, contrato de suporte.

### 3.6 Consolidação e integração dos produtos existentes

Forma como se dará a consolidação e integração dos produtos existentes, ao longo do ciclo de vida do produto, a pesquisa e desenvolvimento, a inovação, a aplicabilidade e utilização, entre outras características.

### 3.7 Novos produtos em desenvolvimento

Novos produtos ou serviços que a empresa esteja desenvolvendo, suas aplicações, a quem se destina e mercados abrangidos.

Aplicação - Para que serve o produto, a que necessidades ele atende

Público-alvo - Que público se pretende atingir com esse produto

Mercado - Mercados a serem abrangidos, características desses mercados. Quando o produto estará pronto para entrar no mercado.

*Ex:*

*O website [www.kadike.com.br](http://www.kadike.com.br) pretende desenvolver após seu lançamento diversos serviços e produtos ( citar produtos ) de acordo com os recursos devidamente alocados para este projeto.*

*Esses serviços deverão ser implantados em etapas visando maior penetração no mercado e ganhos em escala.*

#### 4.0 Pontos fortes e fracos da Empresa

O seu produto ou serviço deverá ser produzido evitando os pontos fracos e sendo aprimorado para que os pontos fortes se destaquem.

Apresentar um quadro com os pontos fortes e fracos da empresa, considerando os seguintes aspectos:

Pontos Fortes e Fracos		
Fatores	Pontos Fortes	Pontos Fracos
Confiabilidade	Tempo de atuação no mercado Número de representantes no país e fora do país	Empresa emergente Empresa de pequeno porte
Credibilidade	Número de clientes que já utilizam o produto Referências de especialistas	Pouco conhecido no mercado global
Preço	Relação qualidade/preço é maior no país. O Custo benefício que ele oferece.	Conhece parcialmente os preços no mercado global .
Tecnologia (atualidade)	Citar se sua empresa utiliza as tecnologias mais avançadas para desenvolvimento de produtos, ou a tecnologia utilizada para produção.	Em função do rápido avanço da tecnologia, o ciclo de vida do produto é baixo

## 5.0 Perfil do Cliente

Antes de qualquer coisa você deve conhecer o target de seus clientes para poder oferecer produtos e serviços de acordo com as reais necessidades de seus clientes sempre buscando a satisfação plena. Os clientes tornam-se a cada dia que passa mais exigentes, fator gerador uma competitividade entre as empresas que estarão posicionando-se para conquistar este cliente, o espaço está aberto só para os melhores produtos e serviços que serão adquiridos visando atender suas necessidades.

Perfil do Cliente – Descrição de seus clientes. **Você deve conhecer muito bem a quem estará oferecendo seus produtos e serviços. Este é o FOCO!**

Clientes - Quem são os clientes da empresa: consumidor final B2C, empresas B2B, pequenos escritórios, etc .

Características - Características do cliente da empresa. Faixa etária, poder de compra, renda mensal, profissão, etc.

Localização - Onde estão os clientes, a sua localização geográfica. Se o seu mercado é regional, nacional ou global você deverá especificar

## 6.0 Análise de Mercado

Descrever o cenário no qual seu negócio irá desenvolver-se é fator de fundamental importância e deve ser bem detalhado em seu BP. Você deve descrever o panorama do mercado onde irão atuar, o nicho do mercado, o tamanho do mercado, informações sobre clientes, dados demográficos, preferências por marca, estimar vendas, definir as características e perfil do público-alvo, os concorrentes, os distribuidores, o tamanho da empresa, tecnologia empregada, política de preços da concorrência e outras forças que atuam no mercado.

Vale lembrar que na internet a atuação de sua empresa poderá contemplar o mercado global isso dependerá dos esforços de sua equipe em aumentar o potencial de mercado e penetração de sua empresa, dependerá também do volume de mercado e taxas de crescimento que sua organização prevê e intenciona.

Quem está ganhando dinheiro neste mercado e de que forma, quais são seus clientes você deverá utilizar dados de pesquisas de mercados e sempre deve constar a fonte de onde eles surgiram.

Dados devem ser comprovados, evite colocar números que não estão dentro da realidade do mercado.

Para tanto você pode utilizar os institutos de pesquisa e estatísticas, empresas de consultoria e especializadas em pesquisa de mercado.

*Ex:*

*O potencial de mercado e o desenvolvimento educacional e cultural infantil são os principais atributos do empreendimento. Neste mercado pode-se constatar X milhões de crianças na faixa etária de 4 a 12 anos, 350 lojas especializadas, a*



*indústria de brinquedos nacional movimentada 30 milhões de reais. Nos Estados Unidos este mercado movimentado 150 milhões de dólares.*

\* Citar dados estatísticos primários e secundários ou sondagem através de pesquisa de mercado.

\*Cálculo do Potencial de Mercado - Q

$$Q = n \times p \times q$$

N = número de consumidores ou usuários (organizações) do produto ou serviço

P = preço médio unitário do produto ou serviço

q = quantidade comprada anualmente por um comprador médio.

## 6.1 Segmento de mercado e atuação

A segmentação de mercado oferece várias oportunidades dos segmentos para uma empresa.

Saber identificar um nicho de consumidores no mercado para determinar seu público-alvo é a melhor forma de especializar e fidelizar seu público oferecendo produtos e serviços sob medida.

O mercado pode ser segmentado, isto é, dividido de diversas maneiras para atingir variados compostos de compradores sejam elas: por cidade, religião, idade, sexo, atividade social, nível de escolaridade, estilo de vida, opções de lazer, entre outras.

*Ex:*

*Apresentar para cada produto, quando for o caso, a caracterização do segmento de mercado em que a empresa atua ou que pretende atuar.*

*Produto 1 – bonecos - segmento infantil – faixa etária de 6 a 12 anos*

*Produto 2 – fitas de vídeo - segmento infantil - faixa etária de 6 a 12 anos*

## 6.2 Identificação de Oportunidades Existentes

Você deverá identificar e justificar as oportunidades competitivas relativas a produto, serviço ou ambos mencionando porque você será mais eficiente e se há espaço para inovar.

A maioria dos segmentos de mercado oferecem oportunidades algumas mais outras menos exploradas. Invista na oportunidades!

Oportunidades
De acordo com a análise mercadológica, identificar as oportunidades de atuação da empresa: Atuar em outros estados e países, atuar em outros nichos de mercado, desenvolver o comércio eletrônico como ferramenta de venda, as vantagens relativas a comunicação e logística, a carência de produtos semelhantes no segmento de mercado, entre outras alternativas.

## 6.3 Riscos existentes

De acordo com a análise mercadológica, identificar os riscos a que está sujeita a empresa e o que a empresa está fazendo e fará para minimizá-los. Os riscos devem ser evitados podendo trazer sérios danos a sua empresa. Quanto menores os risco corridos maiores as possibilidades de sucesso da organização.

Defina os riscos de seu empreendimento e as medidas necessária para combater e evitar estes riscos	
Tecnológicos	Riscos: atualidade, desenvolvimento, evolução constante, rápidas mudanças, alto custo, etc. Ações da empresa: ações com relação aos riscos percebidos pela empresa.
Mercadológicos	Riscos: concorrência; legislação; fornecedores; preço; etc. Ações da empresa: ações com relação aos riscos percebidos pela empresa, mudanças repentinas na economia, aumento do preço da matéria-prima.
Financeiros	Falta de recursos próprios; dificuldade para captação de recursos de terceiros, ações da empresa: ações com relação aos riscos percebidos pela empresa, queda na bolsa de valores.

## 7.0 Planejamento Estratégico

Você deverá catalisar revelações de idéias e estratégias para a criação do futuro desejado para o cliente estabelecendo os passos de como irá atingir suas metas e objetivos projetando para os próximos anos. O planejamento dá direção ao seu negócio, reduz o impacto das mudanças, minimiza o desperdício e a redundância, estabelece os esforços coordenando as atividades, dá a direção aos gerentes e funcionários, antecipa resultados, reduz as incertezas, ao planejar estamos Desenvolvendo e Alcançando nossos objetivos.

Passos a seguir para o pensamento estratégico: pensar nos princípios de atuação de sua empresa, definir o negócio na visão estratégica, ciente da missão você deverá estabelecer os fatores chaves para o sucesso, relacionar as principais oportunidades do empreendimento, analisar as principais forças e fraquezas, determinar o horizonte estratégico ou período de duração no prazo dos próximos anos.

Objetivo e Metas Estratégicas - Os objetivos e metas estratégicas são os objetivos qualitativos (não quantificados) e quantitativos (metas) para os quais a empresa direciona seus esforços, podendo ser de curto, médio e longo prazo.

*Ex.*

<i>Faturamento – O faturamento estimado para o ano 2002 deverá ser na ordem de R\$2.500.000,00</i>	<i>Atingir faturamento de R\$ 2.500.000,00 Distribuir os produtos da linha Kadike em mais de 700 pontos de venda.</i>	<i>No ano 2002</i>
<i>Cobertura de mercado – de acordo com o que a empresa intenciona atingir no mercado de seu segmento de atuação</i>	<i>A empresa intenciona centralizar esforços para atingir 32% do mercado nacional de desenhos animados, website infantil e vendendo vídeos e produtos da linha Kadike. Efetuar 39% das comercializações destes produtos através do website <a href="http://www.kadike.com.br">www.kadike.com.br</a>.</i>	<i>Até 2003</i>
<i>Exportação</i>	<i>Obter pelo menos 10% das receitas no mercado externo através da representação internacional dos produtos do website <a href="http://www.kadike.com.br">www.kadike.com.br</a> através de nosso parceiro que possui sede em 7 países da América do Sul e estabelecimentos na Europa e Oriente.</i>	<i>Até 2005</i>
<i>Atualização tecnológica</i>	<i>Nossa empresa possui os equipamento mais modernos de animação digital para o desenvolvimento dos desenhos animado estando sempre renovando seus equipamentos visando estar sempre atualizada em termos de tecnologia de ponta.</i>	<i>Contínuo.</i>

## 8.0 Estratégias de Marketing

Na estratégia de marketing você irá definir o mercado-alvo, a posição planejada para o produto e as vendas, a participação no mercado, o lucro previsto para os cinco primeiros anos, o preço planejado para o produto, sua distribuição e o planejamento de marketing para o primeiro ano, o planejamento de vendas para longo prazo e o mix de marketing a ser desenvolvido.

**Ferramentas do Marketing** - Você poderá utilizar as formas de mídia on e off line bem como, propaganda, marketing direto, marketing de performance, programas de afiliação, relações públicas, feiras e exposições, assessoria de imprensa, anúncio em jornais, outdoors, banners em outros sites, entre outras.

Você ou sua equipe de marketing deverão estar adaptando um mix de marketing para otimizar recursos e prever tendências levando sua empresa ao conhecimento das necessidades de seu mercado. Deverá objetivar transações bem sucedidas e satisfação das necessidades de seu público alvo. Atue de maneira correta para estar sempre em busca das metas e objetivos traçados.

Todas as forças que estão fora do controle de marketing de sua empresa e que de alguma forma irão afetar positivamente ou negativamente o desempenho de sua empresa deverão ser conhecidas.

Você deverá traçar a estratégia de lançamento de seu website e as promoções de venda. Lembra que, 60% de seu investimento estarão voltados para os compostos de marketing devendo ser utilizado imediatamente na empresa visando, posicionamento no mercado.

É importante que você saiba definir a maneira como irá atrair a atenção do seu público-alvo para aquisição do seu produto e como irá penetrar no mercado, se será através de uma política de preços baixos ou com a qualidade e inovação de seu produto.

Lembro que todas as formas de comunicação possuem elevado custo e devem ser estudadas para se tirar o máximo de proveito delas, enfocando aquela que darão melhor resultado e atingirão eficazmente seu público-alvo.

Apresentar as estratégias de marketing da empresa, incluindo os seguintes aspectos:	
Planejamento	<p>Qualificar e desenvolver novos canais de vendas e distribuição de seu produto.</p> <p>Criar novos produtos para comercialização</p> <p>Agregar serviços especializados aos produtos e se houver necessidade montar uma linha de produtos com reposição anual</p> <p>Quais práticas de pagamento você irá estabelecer, via cartão de crédito, boleto bancário, pagamento mediante entrega do produto, à vista ou a prazo</p>
Posicionamento	<p>Posicionar o produto para atender a determinados nichos de mercado e determinar através de que segmentos irá penetrar no mercado.</p> <p>Adequar os produtos às necessidades do mercado</p> <p>Determinar quanto custará para a conquista de um novo cliente, que dificuldades irá encontrar para obter a lealdade e fidelização de seu cliente.</p>
Comunicação	<p>Preparar material de comunicação para apresentação da oferta à clientes, canais e imprensa.</p> <p>Desenvolver a apresentação da oferta através do envio do material de comunicação, visitas, telemarketing.</p>
Parcerias	<p>Estabelecer parcerias com fornecedores, distribuidores, desenvolvedores, agentes, empresas que podem complementar seus serviços, etc.</p> <p>Participação em feiras nacionais e internacionais para estabelecer contatos.</p>

## 8.1 Pesquisa de Mercado

A inteligência e os sistemas de informação de marketing trabalham com dados coletados no mercado para determinar quais serão os planos e metas traçados para alcançar os objetivos da empresa e definir as mais eficazes maneiras de conquistar e posicionar os produtos e serviços com sucesso no mercado.

Com base nesta coleta de dados são realizadas as pesquisas de mercado onde será definido o problema e os objetivos da pesquisa, o desenvolvimento do plano de pesquisa, a implementação deste plano de pesquisa, a coleta e interpretação dos resultados e a interpretação dos resultados conforme a aplicabilidade e serventia para a empresa.

Os pesquisadores de mercado interagem com os gerentes de sua empresa para definir problemas e identificar informações necessárias para resolvê-los, devem entender de estatística, comportamento do consumidor, psicologia e sociologia.

A tarefa de pesquisa é realizada por empresas especializadas que possuem profissionais de diversas áreas para a coleta e definição destes dados, estruturação de projetos de pesquisa, análise dos dados e preparação de relatórios para apresentação e recomendações a gerência.

Um exemplo de empresa que tem se destacado em pesquisas de mercado para a Web é a empresa [www.maspequisademarketo.com.br](http://www.maspequisademarketo.com.br), vale a pena consultar.

### 8.1.1 Atividades de Marketing

Descrever o cronograma com as principais atividades de marketing e seus respectivos investimentos relacionadas às estratégias mencionadas no item 8.0

Exemplo:

Atividade	Período	Investimentos
Criação de novo produto para comercialização	Até 2003	R\$200.000
Preparar material de comunicação para imprensa e clientes.	Até 07/2000	R\$15.000
Estabelecer parcerias com escolas públicas e privadas para divulgação e adoção dos produtos.	2001 a 2002	R\$ 5.000

*Ex.*

*A empresa Intervalo Produções pretende conseguir participação de 32% no mercado total de websites infantis, nos próximos dois anos, e obter um retorno sobre o investimento, após o pagamento dos impostos, de 15%. Para alcançar este objetivo, a qualidade do produto será inicialmente alta e continuará a aumentar com o tempo. O orçamento total de propaganda será anualmente em um valor de 10% a partir do segundo ano. A pesquisa de mercado será realizada para R\$30.000,00 por ano após o primeiro ano.*

*Uma das premissas principais da estratégia de marketing é demonstrar a proposta e significado do website Kadike frisando seus diferenciais que o tornam importantes para o público infantil em sua versão virtual.*

*Utilizar a proposta de website educativo que alia conteúdo educacional com diversas formas de entretenimento utilizando tecnologia digital exclusiva e inovadora.*

*A estratégia de marketing estará também baseada em ferramentas de relacionamento (CRM), o que possibilitará a identificação das preferências e necessidades de cada usuário, visando uma personalização dos serviços prestados, tornando-se cada vez mais necessário ao cotidiano do cliente formuladas para a utilização dos pais ou responsáveis da criança bem como por professores.*

*O lançamento da fita de vídeo da série Vovô Conta está previsto para março de 2001 e será distribuído em vídeo locadoras e lojas de todo o país e apresentará como trilha inicial uma propaganda do website Kadike desta forma estará projetando o website para o público infantil.*

## 8.2 Objetivos e metas quanto às vendas e aos clientes

Você deverá traçar os objetivos e metas de vendas para ter possibilidade de projetar seu faturamento, o tempo de retorno do investimento e sua participação no mercado.

Definindo a participação do produto no mercado.

Produto X - metas quantitativas de vendas e de mercado que se pretende alcançar, onde deve ser demonstrado para cada produto: Mercado Global - Previsão para os próximos 05 anos (volume, faturamento, % do mercado nacional e % da exportação)

Ex:

Ano	Vendas Anuais(unidades)	Faturamento(R\$)	% mercado nac.	% de exportação
2000	\$\$\$\$	#	#	#
2001	\$\$\$\$	#	#	#
2002	\$\$\$\$	#	#	#
2003	\$\$\$\$	#	#	#
2004	\$\$\$\$	#	#	#

## 9.0 Estratégia de vendas

As estratégias de vendas servem para que você defina como irá utilizar os recursos e pessoas para vender seu produto ou serviço.

Se o seu caso é o comércio eletrônico você deverá utilizar as técnicas do webmarketing para impulsionar suas vendas.

Apresentação das estratégias de vendas:

**Planejamento** - Você irá treinar sua equipe de vendas utilizando técnicas atuais e avançadas. Como irá estabelecer as metas de vendas e que patamares irá estabelecer a seus vendedores, poderá utilizar comissões com vendas ou programas de afiliação.

**Comercialização** - Realizar visitas de vendas pode ser uma maneira interessante de demonstrar o produto . Financiar vendas a prazo sempre fazendo as projeções e estudando as formas de pagamento e a relação com fornecedores.



## 9.1 Atividades de vendas

Todas as empresas podem utilizar variados métodos de vendas para estar conquistando os seus clientes. Uma força de vendas é constituída por funcionários internos ou externos.

Deverá também especificar o cronograma com as principais atividades de vendas relacionadas às estratégias de vendas mencionadas no item anterior.

Ex:

Atividade de Vendas	Período
Estabelecer meta de vendas para equipe ou website e afiliados.	12/1999
Desenvolver programa motivacional para equipe.	
Treinamento e reciclagem da equipe de vendas	02/2000

**Vendas** - Serão comercializados espaços publicitários, informações, entretenimento, serviços de comunicação, inclusão especial em cadastro e banco de dados, desenvolvimento de chats e comércio eletrônico onde poderão ser comercializados todos os produtos da linha Kadike, entre outros.

Metas de vendas de bonecos – definir as metas e otimizar esforços para alcançá-las.

Ex:

Ano	Vendas (Qtde)
2000	50.000 bonecos
2001	180.000 bonecos
2002	320.000 bonecos

## 10. Análise de Mercado

Vale conhecer bem o panorama do mercado para o qual se destina o produto, o mercado atual, mercado potencial e mercado que pretende atingir, considerando:

Produto X	
Mercado atual	Mercado onde o produto já é comercializado
Mercado-alvo nacional	Mercado que a empresa deseja atingir a curto prazo e para o qual dirige seus esforços, justificando.
Mercado-alvo internacional	Mercado internacional onde a empresa atua ou os mercados internacionais em que pretende atingir a curto prazo, justificando.
Mercado potencial	Mercado com grandes possibilidades de sucesso para empresa, justificando.
Localização	Localização geográfica desses mercados.
Sazonalidade	Situações sazonais que afetam o mercado da empresa.

É importante que as suas justificativas sejam consistentes, podendo ser baseadas em dados estatísticos, pesquisas, tendências de mercado, sempre citando as fontes utilizadas, que demonstrem o real potencial dos mercados apresentados.

### 10.1 Mercado Nacional

Ex:

Estratégias – o mercado nacional deverá ser o principal mercado de atuação da empresa e será dimensionado um posicionamento em busca da liderança no segmento infantil.

Posicionamento	Posicionar os produtos para os nichos de mercado nacional de acordo com o público alvo que se pretende atingir na comercialização de seus produtos e serviços. Fortalecer a imagem (marca) da empresa de forma a posicioná-la frente ao consumidor.
Marketing e vendas	Ampliar canais de comercialização através da venda de produtos em lojas, postos de gasolina, etc... Incentivar a implantação dos produtos nos nichos de mercado. Facilitar a percepção dos benefícios para os clientes, é usual que um cliente adquira um produto de acordo com os benefícios que este produto oferece e seu valor agregado. Preparar material de comunicação.

## 10.2 Mercado Internacional (se sua empresa for atuar)

Muitas empresas se envolvem em vários mercados e tem interesse em conquistar e estabelecer seus empreendimentos fora do país de origem. Sua empresa poderá manter relacionamentos e estabelecer divisões internacionais, joint ventures ou subsidiárias e empresas parceiras. Desta forma estará criando uma organização global que poderá se tornar uma potência em diversos países.

Você deverá descrever a experiência no mercado internacional, caso já atue, países que atende, desde quando. No caso de não atuar, indicar as prioridades e progressão para atuação nos mercados-alvo no exterior e como pretende-se atingí-los .

Ex:

Objetivos Qualitativos - Comercialização dos produtos da linha Kadike em todos os países do Mercosul. Identificar canais de distribuição na Europa, América do Norte , Ásia .

## 10.3 Traçar estratégias para o mercado internacional.

Distribuição - Desenvolver canais de comercialização no exterior

Marketing - Preparar a oferta para o mercado internacional

Comercialização - Firmar contratos de vendas no exterior

País – citar os países	
Barreiras	Barreiras já ultrapassadas. Barreiras e obstáculos de entrada nesse país; barreiras legais, culturais, de adaptação. Responsáveis e parceiros estratégicos.
Oportunidades	As oportunidades para a empresa identificadas nesse mercado.
Análise de mercado	Como se apresenta o mercado desse país (crescimento, estabilizado); como se caracteriza o mercado do setor em que a empresa atua; aspectos da concorrência.

## 10.4 Metas de Vendas para os países dos mercados internacionais

Estabeleça metas!

Ex: Países do Mercosul

Pretendemos atingir a meta de US\$100.000 com a venda de Bonecos nos países do Mercosul no ano de 2001 e US\$ 110.000 em 2002.

Já com a comercialização das Fitas de Vídeo pretendemos atingir o faturamento de US\$500.000,00 em 2001 e US\$ 550.000,00.

## 11. A Concorrência

A avaliação da concorrência é importante e tem como finalidade a sustentação da possibilidade de atingir as metas de vendas, projetando o impacto que o volume previsto de vendas irá causar no mercado e suas possíveis reações de maneira a lutar pela constante conquista de espaço .

**Abra os olhos para seus concorrentes !**

Apresente uma situação de análise e comparação de seus concorrentes com este projeto.

Descrever a concorrência, de acordo com a tabela abaixo:

Concorrência	
Principais concorrentes	Quem são os concorrentes identificando, qualificando e definindo a capacidade de oferta dos concorrentes.
Localização	Onde estão os concorrentes que ofertam produtos e serviços semelhantes no mercado nacional e internacional.
Posicionamento	Qual o posicionamento dos concorrentes, de que forma atua e sua participação de mercado, quanto irão perder de posicionamento e participação no mercado para que seus objetivos e metas neste projeto sejam atingidos.
Pontos fortes	Pontos de destaque da concorrência e as ações da empresa com relação a esses pontos.

## 12. Gestão de Qualidade

A qualidade em produtos e serviços é resultado da contribuição de várias pessoas, envolvendo habilidades de produção e habilidades gerenciais.

Por isso, um dos elementos fundamentais para se conseguir a qualidade é a participação ativa de todas as pessoas, ou seja, o comprometimento das pessoas com a qualidade é essencial para o sucesso de qualquer programa relacionado com a qualidade. Os programas de gestão de qualidade estão em alta atualmente e devem ser citados caso sua empresa tenha implementado estes programas.

Política de qualidade da empresa
Sistema de Gestão da Qualidade – procedimentos, instruções e controles para garantia da qualidade do processo e produto.
Perspectivas e rumo da empresa para melhoria de seus processos, como é feito e como pode ser melhorado.

Ex: engajamento em programa para obtenção da Certificação ISO 9000, ISO 14.000, Certificação Microsoft, etc.

### 13. Planejamento Financeiro

O plano financeiro são as expectativas financeiras da empresa que deverão ser demonstradas para os próximos três anos de atuação visando a projeção de lucros e as expectativas de gastos.

Vale lembrar que os investidores estarão avaliando seu plano financeiro minuciosamente. Deverá ser demonstrado através do plano financeiro as fontes e usos dos recursos a serem investidos, o balanço patrimonial, o demonstrativo dos resultados do exercício, taxas de retorno sobre o investimento (ROI), a dimensão de sua necessidade de investimento, para viabilizarem as ações propostas pela empresa.

A credibilidade de seu BPS dependerá muito da fidelidade de seus dados e das demonstrações financeiras de acordo com suas estimativas e premissas apontadas.

Apresente seu planejamento financeiro demonstrando suas planilhas em quatro condições distintas de análise: uma análise negativa de seus números, uma análise estável onde você empata receitas e despesas, uma análise favorável onde você começa a visualizar o LUCRO e uma análise projetando expectativas muito favoráveis de seu negócio. Para isso você poderá utilizar as fórmulas mágicas do Excel e apenas mudar os números adaptando as condições citadas.

O investidor estará injetando capital de risco em seu empreendimento somente se o retorno prometido através de seu plano financeiro seja suficientemente alto para justificar o investimento.

### 13.1 O Faturamento

O faturamento indica as receitas obtidas menos as despesas no processo de transação do produto e resulta no lucro bruto.

Ano	2000	2001	2002
Receitas	#	#	#
Despesas	#	#	#
Lucro	#	#	#

Demonstrar a evolução do faturamento dos três últimos anos (ou menos para empresas emergentes) por linha de produto caso já existam produtos sendo comercializados. Se você pretende lançar produtos para comercializar após a captação de recursos deverá fazer uma projeção do faturamento de acordo com suas expectativas.

Ano	1997	1998	1999
Produto X			
Preço			
Volume			
Montante			
Produto Y			
Preço			
Volume			
Montante			

### 13.2 Demonstração de Resultados do exercício - (DRE)

O Demonstrativo de Resultados do exercício apresenta os resultados de operação de seu negócio, inclui as receitas, custos e lucros ou prejuízos obtidos para cada ano de operação.

Apresentar quadro (anual) com as demonstrações financeiras dos últimos exercícios.

Análise das demonstrações financeiras (comentários sobre a evolução apresentada).

Demonstrativo de Resultado do Exercício		
Principais Itens	Ano 1	Ano 2
Receitas de bens e serviços	#	#
(-) Custos dos bens e serviços	#	#
(-) Despesas Operacionais	#	#
(+) Receitas Financeiras	#	#
(-) Despesas Financeiras	#	#
Total	#	#

Apresentar quadro com das demonstrações financeiras projetadas para o ano corrente e os próximos 2 anos.

Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Receita do Produto X	#	#	#
Qtde vendida	#	#	#
Valor	#	#	#
Despesas (Principais itens)	#	#	#
Impostos	#	#	#
Comissões	#	#	#
Lucro Bruto	#	#	#

Fontes de receita – A receita será a multiplicação do volume de produtos ou serviços vendidos pelo preço praticado. No caso da receita advinda da publicidade por meio de banners você deverá calcular através de pageviews esperados para seu website.

Custos dos produtos ou serviços - São os preços pagos pela empresa pelos artigos que ela revenderá, somados aos custo de empacotamento e entrega. No caso da sua empresa ser uma prestadora de serviços os custos gerais devem ser obtidos através dos custos diretos que surgem a partir do volume de vendas.

Impostos sobre receitas – Referem-se ao pagamentos do impostos, ICMS e PIS/COFINS.

Despesas Operacionais – São todas as despesas fixas decorrentes das operações da empresa devendo ser adaptados a realidade do seu negócio.

Custos de pessoal –Incluem os salário e benefícios de todos os funcionários de sua empresa. (gerentes, diretores, desenvolvedores de conteúdo, webmasters, webdesigners, custos com pessoas de atendimento ao cliente, consultores). É importante utilizar as médias salariais aplicadas de acordo com a média do mercado.

Infra-estrutura – O aluguel do escritório, custos com equipamentos, licenças de softwares, custos com hospedagem, manutenção, registro de domínio, são os custos de infra-estrutura que devem ser citados.



### 13.3 Balanço Patrimonial

O balanço patrimonial é uma representação da situação financeira da empresa em determinado momento, é demonstrado pelos ativos e as pendências financeiras denominadas de passivo.

Balanço Patrimonial					
Ativo	Ano 1	Ano 2	Passivo	Ano 1	Ano 2
Circulante	#	#	Circulante	#	#
Realizável L/P	#	#	Exigível L/P	#	#
Permanente	#	#	Patrimônio Líq.	#	#
Total	#	#	Total	#	#

### 13.4 Estimativa de Investimento

As estimativas de investimento deverão cobrir os gastos iniciais de infraestrutura como os prejuízos previstos para os primeiros anos de atuação da empresa. Os gastos iniciais devem considerar compra de equipamentos, elaboração do website e desenvolvimento tecnológico.

### 13.5 Fontes e Usos de Recursos

Apresentar quadro com os investimentos da empresa e as fontes de recursos, para o ano corrente e para os próximos 3 anos, que irão possibilitar a realização das ações propostas pela mesma.

Exemplo:

Fontes de recursos	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Recursos próprios	#	#	#
Financiamentos	#	#	#
Capital de risco	#	#	#
Outros investidores	#	#	#
Total	#	#	#

Usos de recursos	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Infra-estrutura	#	#	#
Equipamentos	#	#	#
Pesquisa e desenvolvimento	#	#	#
Marketing	#	#	#
Capital de giro	#	#	#
Outros investimentos	#	#	#
Total	#	#	#

## 13.6 Retorno sobre Investimento (ROI)

O retorno sobre o investimento é determinado a partir da quantia total investida e determinada, devendo esclarecer qual será o rendimento fornecido pelo seu negócio. É dada através da diferença entre os investimento e o lucro bruto.

O tempo de **pay-back** – é o tempo necessário para que os lucros de sua empresa se igualem ao capital investido.

Retorno do Investimento			
Período	Investimentos Programados	Lucro Bruto	Resultado (Invest. – Lucro)
1º Trimestre	#	#	#
2º Trimestre	#	#	#
3º Trimestre	#	#	#
4º Trimestre	#	#	#
5º Trimestre	#	#	#
6º Trimestre	#	#	#
7º Trimestre	#	#	#
8º Trimestre	#	#	#

## Conclusão

O Business Plan é o primeiro passo rumo a longa escalada que irá percorrer em busca do lugar ao sol no universo digital, onde só existe lugar para Webempreendedores. Não deixe de levar em consideração a inovação e o empreendedorismo mencionados que deverão acompanhá-lo nesta jornada!

# PRINCIPAIS CAUSAS DE FRACASSO DE SEU PROJETO DIGITAL E BP

Muitos Planos de Negócio apesar da inovação e grande quantidade de benefícios que geram através de seu projeto poderão falhar e não atingir os resultados esperados por você e sua empresa.

Não acredite apenas que seu Business Plan será necessário para o sucesso de seu Webempreendimento, você terá que pensar no que poderá dar errado, não basta apenas ser otimista e estar super empolgado com suas idéias e a possibilidade de um dia seu negócio ser colocado na bolsa de valores.

O manual do BPS é sim uma das melhores formas de você trilhar suas conquistas e estar vislumbrando as condições necessárias para estruturar seu webnegócio mas é importante que você tenha esteja ciente das dificuldades que irá encontrar.

As vezes você até conseguirá um primeiro investidor porém quando você menos esperar poderá estar tendo que fechar as portas de sua empresa e tirar seu Website do ar.

Muitas dessas falhas decorrem de obstáculos naturais que surgirão em seu caminho, muitos deles externos a sua empresa, outros internos e que estarão fora do seu controle e poderão apenas ser minimizados através de um gerenciamento de riscos eficiente.

Algumas falhas denominadas falhas gerenciais poderão ser perfeitamente evitadas também.

Não poderia então deixar de mencionar alguns dos aspectos negativos que irão contribuir para a falha de seu Web projeto.

São os seguintes:

- A mudança na estrutura organizacional de sua empresa
- Talvez o mercado não esteja preparado para seu website
- Os riscos elevados no microambiente e macroambiente
- A mudança e superação da tecnologia disponível
- As metas e objetivos são mal estabelecidos e não são compreendidos por sua equipe.
- Evolução nos preços impostos pelo mercado obrigando a redução da margem de lucro
- O seu e-commerce não está sendo gerenciado adequadamente
- Você não cobra por conteúdo e serviços prestados

- O cenário político-econômico é instável
- O seu nicho de mercado é muito pequeno e você não terá retorno em comércio e número de acessos
- Você não sabe como controlar o seu negócio e suas receitas
- Você não destinou o mínimo de recursos necessários para divulgação de seu website desta forma ele será pouco conhecido
- O planejamento de sua empresa foi inadequado ou mal embasado
- A falta de tempo para realizar todas as atividades previstas
- As estimativas financeiras são insuficientes para arcar com todo o projeto ou não foram calculadas adequadamente
- Não existe um sistema de controle e gerenciamento das atividades de produção adequado
- Faltou liderança para o gerente do website
- Não eram conhecidos os pontos-chaves de seu negócio
- Os clientes possuíam expectativas distintas e a aceitação dos produtos ou serviços de sua empresa não satisfaziam as reais necessidades
- Falta de padronização e comprometimento durante o trabalho
- Falta de capacitação técnica e empreendedores motivados na sua equipe
- Não houve tempo para alcançar o retorno prometido sob o investimento e o investidor suspendeu outros aportes financeiros
- Sua empresa não está tendo lucro e as operações no vermelho impossibilitarão o exercício das atividades normais
- Seu plano de negócios está incompleto ou pouco consistente sendo para o investidor mais um BPI que irá para a gaveta
- Seu Sumário Executivo não é suficientemente interessante para despertar o interesse do investidor por seu Business Plan
- Seu negócio já está cotado como um projeto que não tem futuro e o mercado está saturado e você ainda não sabe disto
- Você não é a pessoa certa para estar a frente de seu negócio e não admite
- Você ainda não entendeu que seu cliente está em primeiro lugar e não sabe dar o valor e tratamento que ele merece
- Seu produto é obsoleto para seu público e você não percebeu as mudanças nos valores culturais de seu público-alvo

# Onde Encontrar meus artigos

Meus artigos podem ser vistos e lidos em Websites como:

**Widebiz**

[www.widebiz.com.br](http://www.widebiz.com.br)

**Intellimarketing**

[www.intellimarketing.net](http://www.intellimarketing.net)

**Wwwriters**

[www.wwwriters.com.br](http://www.wwwriters.com.br)

**Nova Economia**

[www.novaeconomia.inf.br](http://www.novaeconomia.inf.br)

**Paranashop**

[www.paranashop.com.br](http://www.paranashop.com.br)

**Venda Mais**

[www.vendamais.com.br](http://www.vendamais.com.br)

**Nettudo**

[www.nettudo.com.br](http://www.nettudo.com.br)

**Guia do Interior**

[www.guiadointerior.com](http://www.guiadointerior.com)

**E-Life**

[www.terra.e-life.com.br](http://www.terra.e-life.com.br)

**Surftrade**

[www.surftrade.com.br](http://www.surftrade.com.br)

**Listagem**

[www.listagem.com.br](http://www.listagem.com.br)

**Economia**

[www.economianet.fs2.br](http://www.economianet.fs2.br)

**Almanaque**

[www.almanaque.com.br](http://www.almanaque.com.br)

**Wwworks**

[www.wwworks.com.br](http://www.wwworks.com.br)

Para reprodução dos artigos de Luiz Guilherme Todeschi em outros websites solicitamos entrar em contato com IMPRENSA Web! – [imprensa@imprensaweb.com.br](mailto:imprensa@imprensaweb.com.br)

# Minha Empresa

É com imensa satisfação que venho apresentar nossa empresa para você.

A IMPRENSA Web! Alavanca seu negócio e expõe sua marca e imagem, tornando você sua empresa Notícia Real no Mundo Virtual.

O Sucesso de um Website depende do comprometimento de uma equipe especializada e com potencial de crescimento podendo ser alavancada pelo próprio mercado digital.

A IMPRENSA Web! não medirá esforços para projetar sua empresa no mercado Web visando o melhor posicionamento de mídia e marketing.

## Nosso Perfil - [www.imprensaweb.com.br](http://www.imprensaweb.com.br)

Desenvolvemos o planejamento estratégico de mídia para sua empresa visando resultados a curto, médio e longo prazo.

Buscamos otimizar recursos para oferecer as mais modernas técnicas utilizadas no mercado atualmente planejando e projetando o sucesso de sua empresa frente ao panorama digital.

### Missão da Assessoria de Imprensa!

Administração de informação a ser veiculada em diversas mídias (in e out), atuando em redação, edição e divulgação, melhoria de imagem tornando pública as decisões da organização, orientação de como conceder entrevistas e demais atividades com propósito de contribuir na formação da opinião pública.

### Nossos Serviços

Assessoria de Imprensa para Empresas e Pessoas Físicas no mercado digital contemplando :

- Reavaliação de Imagem
- Credibilidade frente ao mercado
- Construção de Conceitos Web
- Construção de Planejamentos Chaves
- CONQUISTA! de Relacionamentos
- Contato direto com a mídia
- Confecção de Release
- Criação de Mailing List específico
- Catalogação de Listas de Discussão
- Catalogação de Artigos
- Clipping Digital via Mail
- Análise e soluções para Websites
- Realização de Eventos em Internet
- Divulgação e preparação de Workshops
- **Business Plan e Sumário Executivo**

## Como Contactar

+++++

Luiz Guilherme Todeschi

Diretor Comercial

IMPrensa Web!

mail: lgt@imprensaweb.com.br

mail: comercial@imprensaweb.com.br

www.imprensaweb.com.br

Voz 021 xx 569-1335

Base 021 xx 492-1664

Celular 021 xx 21 9793-8041

+++++

Nosso endereço:

Avenida Ministro Ivan Lins, 480 sl.207

Barra da Tijuca - Rio de Janeiro - Brasil

## Minhas Recomendações

Dentro do contexto da Nova Economia aproveito a oportunidade para apresentar para você parcerias assim como websites de grande prospecção. Vale a pena conferir!





## Voilà

Espero ter podido ajudá-lo e orientá-lo no caminho de um BPS – Business Plan de Sucesso.

## Websucesso!

## Luiz Guilherme Todeschi

[lgt@imprensaweb.com.br](mailto:lgt@imprensaweb.com.br)