

NOME DO EMPREENDIMENTO

"ESTUDO DE OPORTUNIDADE E CRIAÇÃO DE NEGÓCIO"

RECIFE - 2007

SUMÁRIO EXECUTIVO

- 1. Nome** –
- 2. Forma jurídica** –
- 3. Descrição da atividade** –
- 4. Localização** –
- 5. Proprietários** –
- 6. Mercado**
 - Produtos/serviços –
 - Clientes –
 - Área de atuação –
- 7. Capital próprio** –
- 8. Capital total necessário** –
- 9. Capital financiável** –

1.1– O EMPREENDIMENTO

É uma descrição do empreendimento, dando ênfase ao seu tipo de negócio, área de atuação, característica societária entre outras.

1.2 – NATUREZA E A FORMA JURÍDICA DO EMPREENDIMENTO

O código civil é o instrumento legal que define a natureza e forma jurídica – os tipos de sociedades.

1.3 – QUALIFICAÇÕES DOS ASSOCIADOS EMPREENDEDORES

Em função do negócio do empreendimento dizer quais qualificações são requeridas dos associados

1.4 – LOCALIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

1.5 – CONTRIBUIÇÃO DO EMPREENDIMENTO PARA O MUNICÍPIO

Tratar de forma resumida da importância do empreendimento para a comunidade e/ou município, destacando os postos de trabalho gerados, a contribuição para a renda, geração de impostos, aumento da dinâmica econômica local – compras e vendas etc.

1.6– O NEGÓCIO E OS PRODUTOS/SERVIÇOS

Dizer com objetividade qual o negócio do empreendimento, ou seja, qual o foco da atividade.

NEGÓCIOS	PRODUTOS/SERVIÇOS
	•
	•

1.7 – ATUAÇÃO NO MERCADO – ÁREA GEOGRÁFICA

A definição da área de atuação do empreendimento reflete as tendências existentes no mercado. Então, em função da atividade produtiva definir também com objetividade em que dimensão geográfica – território, pretende atuar, vendendo seus serviços ou bens e comprando matérias-primas.

Abrangência	Identificação (Principais)	Produtos/Serviços oferecidos

1.8 – CLIENTES potenciais

Na área geográfica de atuação do empreendimento identificar de forma genérica alguns dos potenciais clientes.

IDENTIFICAÇÃO	LOCALIZAÇÃO

1.9 – CONCORRENTES importantes

Na área geográfica de atuação do empreendimento identificar de forma genérica alguns dos potenciais concorrentes.

CONCORRENTES	Porte (grande, médio, pequeno)	Produtos	Distribuição

1.10 – INSTRUMENTOS DE DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO PARA VENDA DOS PRODUTOS

O empreendimento deve definir algumas estratégias de comunicação e inserção mercadológica.

Instrumentos (divulgação/promoção)	Custo (*) R\$
Rádio	
Carro de som (90 horas)	
Panfletos (dois milheiros)	
TOTAL parcial	

1.11- ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Definir estratégia mercadológica para alcançar os clientes, envolvendo preços, diferenciação dos produtos etc. Definir também a estratégia promocional.

- a) **Marketing de projeto** - Baseado no fato de ser um projeto de largo alcance social, por ser um projeto local com forte apelo social, pois amplia as possibilidades de oferta de trabalho e geração de renda e minimiza o desemprego; participação de mulheres chefes de famílias; produtos populares.
- b) **Marketing promocional** – Propaganda através do rádio, carro de som, panfletos e boca-a-boca;
- c) **Marketing de produtos/serviços** – melhores preços, qualidade etc.

1.12 – DIMENSÃO DO ESPAÇO FÍSICO DE PRODUÇÃO

1.13 – INVESTIMENTOS FIXOS

Máquinas/ferramentas

Itens	Unid.	Quantidade	Valor unit.	Valor total
Total	-	-	-	

Mobiliário/equipamentos

itens	Unid.	Quantidade	Valor unit.	Valor total
TOTAL	-	-	-	

1.14 – MANUTENÇÃO DOS EQUIPAMENTOS

Definir como será a manutenção das máquinas e equipamentos.

1.15 – FORNECEDORES

Itens	Fornecedores	Endereços
Máquinas		
Ferramentas		
Equipamentos		
Mobiliários		

1.16 – MÃO-DE-OBRA NECESSÁRIA, A QUALIFICAÇÃO REQUERIDA E A ESTIMATIVA DE CUSTOS.

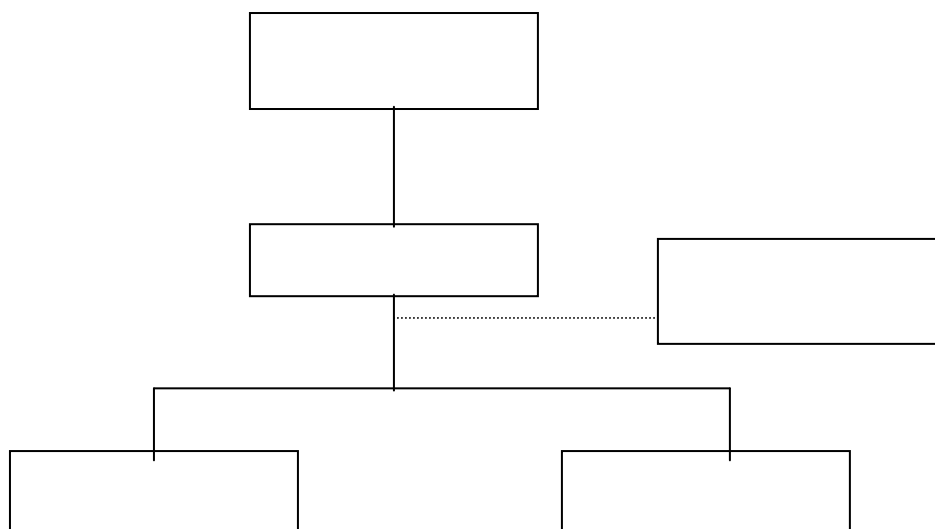
Informar a composição dessa mão-de-obra, se toda de associados, terceiros etc. também informar a necessidade de capacitação para atualização e/ou formação de quadros.

FUNÇÃO	Mão-de-obra (quantidade)	Estimativa de Custo/pessoa/mês (R\$)	Estimativa de custo total/mês R\$	Qualificação Requerida

1.17 – ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Definir todos os cargos, bem como, as atividades e funções de cada um. Ainda o perfil para ocupar cada cargo e detectar a necessidade de capacitação.

Setores da cooperativa	Cargos	Necessidade de pessoal
Administração		
Produção		
Comercial		



1.18 - ESTIMATIVA DE GASTOS GERAIS

ITENS	VALOR MENSAL R\$
Energia	
Telefone	
Aluguel	
Manutenção de máq.	
Contador	
Advogado	
Material de consumo	
Outros (10%)	
TOTAL	

1.19 - ESTIMATIVA DA NECESSIDADE TOTAL DE CAPITAL

Itens de capital	Valor (R\$)
Investimentos fixos	
Capital de giro	
Custo de Marketing	
Gastos gerais	
Mão-de-obra	
TOTAL	

