**1 INTRODUÇÃO**

Este projeto tem como objetivo ensinar as pessoas a controlarem seu próprio dinheiro,e principalmente aprender o que fazer com ele.Proporcionando para as pessoas conhecimento e fazendo assim,não cair em golpes de bancos com juros absurdos,e se afundando em dívidas dos pés a cabeça.

**Um instrumento que visa estruturar as principais concepções e alternativas para uma análise correta de viabilidade do negócio pretendido, proporcionando uma avaliação antes de colocar em prática a nova ideia, reduzindo assim, as possibilidades de se desperdiçarem recursos e esforços em um negócio inviável. Também é utilizado para a solicitação de empréstimos e financiamento junto a instituições financeiras, bem como, para expansão de sua empresa. (Cópia da internet)**

**1.1 CARACTERIZAÇÃO DO PROJETO**

Nosso projeto visa agregar conhecimento para as pessoas que adquirirem,assim tendo conhecimento de como agir em imprevistos,falta de educação financeira,e não se apagar aos bens.

**A questão visa conhecer a finalidade do plano de negócios: criando um negócio (implantação), expandindo um negócio já existente ou modificando a localização de sua empresa (relocalização).**

**Faça uma síntese do tipo de projeto que você pretende implementar.**

**A pergunta pretende identificar de forma clara e objetiva, o ramo em que pretende atuar e os motivos que o levaram a tomar esta decisão. É interessante oferecer detalhes sobre o empreendimento. Por exemplo: se deseja montar um restaurante, qual é a proposta? self-service (a kg ou preço único) ou a la carte?; se é um comércio, atacadista ou varejista? e assim por diante. (Cópia da internet)**

**2 ANÁLISE DE MERCADO**

Nesta pandemia muitas pessoas adicionaram o consumismo no seu dia a dia.O CEF seria um grande diferencial para as pessoas,além do CEFcom módulos de aprendizado integrados,adicionaremos mentores de educação financeira para acompanharmos o processo de mudança dos nossos clientes,isso seria o total diferencial do CEF para os demais presentes no mercado.

**Descreva quais são as oportunidades que você percebe em seu empreendimento.**

**Muitas oportunidades são encontradas pela identificação de tendências. Estas tendências merecem rigorosa atenção por parte das empresas para se detectar uma nova oportunidade.**

**2.1 Quais são as principais ameaças ao seu negócio?**

Nosso principal problema seria os financeiros,para o nosso começo precisamos de um capital inicial para pagar os mentores,as plataformas de edição de víde, os custos gerais(luz,água,entre outras coisas).

**As ameaças também são uma constante e surgem de todas as esferas: do desinteresse do mercado consumidor por seu produto à entrada de novos concorrentes com importantes diferenciais competitivos, passando pela carência de insumos e matérias-primas. Por isso, sua atenção às mudanças, chamadas sinais de mercado, deve ser total e contínua, de modo a lhe permitir interagir com previsibilidade e consistência.**3 LAYOUT E PROPÓTIPOS

**3.1 Figuras**

**3.2 Funcionalidades**

**4 PLANO DE MARKETING E COMERCIALIZAÇÃO**

Quais as estratégias de comunicação que serão utilizadas por você na divulgação de seu negócio e/ou produtos/serviços?

Devem ser analisados os meios de comunicação (rádio, TV, mala direta, internet, carro de som, “rádio poste”, faixas, jornal, telemarketing) que sua empresa irá utilizar, sua frequência e custo.

**4.1 Estratégia competitiva**

Defina uma estratégia competitiva com base nas variáveis: liderança no custo e diferenciação.

Definir uma estratégia é fundamental para traçar um direcionamento do seu negócio. Essa estratégia pode ser alcançada através de um controle efetivo dos custos ou até mesmo buscar um diferencial no que se refere a qualidade dos produtos/serviços, atendimento, tecnologia, marketing etc.

**4.2 Público alvo**

Qual o seu mercado potencial?

Mercado potencial significa identificar seu público principal – para quem você pretende produzir, vender, prestar serviços etc. (região, sexo, costumes, estilo de vida, renda). Esta análise pode ser estendida para que tipo de empresa (porte, ramo de atuação, nível de faturamento, comércio, indústria), pode ser atendida pelo produto/serviço. Deve-se priorizar os mercados identificados.

**5. CONCLUSÃO**

O Plano de Negócios por você desenvolvido não representa somente um instrumento de planejamento formalizado em um papel. Ele deve, sim, estar integrado a toda a empresa, difundido e retroalimentado permanentemente com novas informações que possam contribuir para o sucesso organizacional.

O planejamento também deve ser flexível a novas realidades, adaptável a novos paradigmas, sob pena de tornar-se um instrumento ultrapassado e não efetivo.

Empreender é sempre um risco, mas empreender sem planejamento é um risco que pode ser evitado. O plano de negócios, apesar de não ser a garantia de sucesso, irá ajudá-lo, entre outras coisas, na tomada de decisões, assim como a não se desviar de seus objetivos iniciais.

**BIBLIOGRAFIA**