AGUSTÍN GONZÁLEZ

FERRAMENTA GRATUITA DE ANÁLISE

Análise estratégica do seu negócio

Negócio Exemplo · DEMONSTRAÇÃO

Bem-estar e saúde

O MEU OBJETIVO

Melhorar a margem sem aumentar as horas de trabalho.

Relacione clientes, rentabilidade e oportunidades. Receba um relatório personalizado com prioridades e um plano de 30 dias.

Data do relatório: 2026-11-07

agustingonzalez.es

O seu negócio em perspetiva.

NEGÓCIO EXEMPLO · DEMONSTRAÇÃO

Dados fictícios para apresentar o relatório. Não descrevem um negócio real.

O meu objetivo

Melhorar a margem sem aumentar as horas de trabalho.

A tua prioridade

Oferta · Compara três produtos ou serviços registando preço, custos diretos e tempo total dedicado.

Esta análise reflete as suas respostas. É um ponto de partida para decidir, não uma auditoria nem uma previsão.

O QUE DEVES MANTER

Ainda faltam evidências para destacar um ponto forte. Começa por confirmar as prioridades.

UMA PRIMEIRA LEITURA DOS SEUS NÚMEROS

Diferença mensal declarada

€ 2.200,00

Receita mensal aproximada sem impostos (opcional): 12000 EUR

Custos mensais totais estimados (opcional): 9800 EUR

Receita menos os custos indicados. Não é lucro líquido verificado: inclua todos os custos no mesmo período e moeda.

COMO INTERPRETAR ESTE RELATÓRIO

Regras definidas combinam as suas respostas. As notas são preservadas como contexto, sem interpretação automática de texto livre nem pesquisa externa. Não se garantem vendas ou resultados.

O seu modelo de negócio numa página

Síntese da sua autoavaliação. Abra cada área para consultar as evidências.

01 / Priorizar

Negócio

Os teus rendimentos podem continuar se o serviço ou canal principal parar?

02 / Priorizar

Clientes

Sabes quantos clientes voltam e com que frequência?

03 / Priorizar

Mercado

Os clientes reconhecem uma diferença concreta para te escolherem?

04 / Priorizar

Oferta

Conheces a margem e o tempo de cada produto ou serviço?

05 / Priorizar

Marca

O teu site explica rapidamente quem ajudas e como?

06 / Priorizar

Equipa

Os processos repetidos estão documentados de forma simples?

07 / Priorizar

Oportunidades

Identificaste possíveis parceiros que complementem o teu negócio?

08 / Priorizar

Captação e vendas

Sabe que canal traz clientes rentáveis, além de visitas?

09 / Priorizar

Rentabilidade

Conhece os custos fixos, variáveis e o mínimo que precisa de vender?

O que revelam as suas respostas em conjunto

Antes de ampliar a oferta, esclareça o que deixa cada venda.

A margem e os custos ou preços são incertos. Mais faturação pode esconder trabalho ou custos não medidos.

Porque surge esta hipótese:
Conheces a margem e o tempo de cada produto ou serviço? Ainda não
Conhece os custos fixos, variáveis e o mínimo que precisa de vender? Ainda não
O preço cobre o trabalho completo e os custos necessários? Ainda não

Como testar: Analise três vendas reais com todos os tempos e custos.
O que medir: Contribuição por venda e horas dedicadas.

Crescer pode aumentar a carga antes da margem.

A capacidade e a autonomia estão pouco resolvidas. Mais procura pode transferir o bloqueio para a agenda.

Porque surge esta hipótese:
Consegues responder a mais procura sem perder qualidade nem somar muitas horas? Ainda não
O negócio consegue funcionar uma semana sem a tua presença constante? Ainda não

Como testar: Documente ou delegue uma tarefa e meça o tempo libertado antes de captar mais.
O que medir: Horas por entrega e capacidade disponível.

O que revelam as suas respostas em conjunto

A diferenciação precisa de chegar à conversa comercial.

A diferença percebida e a clareza do site precisam de trabalho. Valide a promessa antes de aumentar a visibilidade.

Porque surge esta hipótese:
Os clientes reconhecem uma diferença concreta para te escolherem? Ainda não
O teu site explica rapidamente quem ajudas e como? Ainda não

Como testar: Entreviste cinco clientes e teste uma mensagem baseada nas suas razões reais de escolha.
O que medir: Compreensão da proposta e contactos qualificados.

Captar mais não resolve por si só a falta de acompanhamento.

A repetição ou o acompanhamento e a medição da captação precisam de atenção. Pode haver oportunidades perdidas antes de precisar de mais publicidade.

Porque surge esta hipótese:
Sabes quantos clientes voltam e com que frequência? Ainda não
Tens um acompanhamento útil após cada compra ou serviço? Ainda não
Sabe que canal traz clientes rentáveis, além de visitas? Ainda não

Como testar: Reveja dez clientes recentes e teste um acompanhamento útil com autorização.
O que medir: Repetição de compra e respostas ao acompanhamento.

O que revelam as suas respostas em conjunto

Uma parceria pode testar crescimento com recursos partilhados.

Identificou necessidades complementares, mas faltam parceiros ou validação. É uma oportunidade a explorar, não procura comprovada.

Porque surge esta hipótese:
Identificaste uma necessidade recorrente que ainda não resolves? Sim, com clareza
Identificaste possíveis parceiros que complementem o teu negócio? Ainda não
Validaste uma oferta complementar de que os clientes precisem? Em parte

Como testar: Fale com um possível parceiro e teste uma proposta pequena com cinco clientes.
O que medir: Interesse real, custo do teste e compras ou compromissos.

Três próximos passos

01 / OFERTA · PRIORIZAR

Conheces a margem e o tempo de cada produto ou serviço?

Ainda não

> **Ação**
> Compara três produtos ou serviços registando preço, custos diretos e tempo total dedicado.

02 / RENTABILIDADE · PRIORIZAR

Conhece os custos fixos, variáveis e o mínimo que precisa de vender?

Ainda não

> **Ação**
> Separe custos fixos e variáveis e estime as vendas necessárias para os cobrir.

03 / NEGÓCIO · PRIORIZAR

Os teus rendimentos podem continuar se o serviço ou canal principal parar?

Ainda não

> **Ação**
> Identifica a origem dos últimos rendimentos e uma alternativa a testar se a fonte principal parar.

Plano de trabalho de 30 dias

Dias 1-7 · Compreender

Compara três produtos ou serviços registando preço, custos diretos e tempo total dedicado.

Dias 8-14 · Testar

Analise três vendas reais com todos os tempos e custos.

Dias 15-30 · Decidir

Reserva um momento daqui a 30 dias para rever o que testaste, aprendeste e o que vais ajustar.

O TEU PRÓXIMO PASSO, COM DATA.

Ação: Compara três produtos ou serviços registando preço, custos diretos e tempo total dedicado.

Responsável: Eu

Uma conversa com propósito

Podemos rever prioridades, explorar parcerias e avaliar um primeiro passo adequado ao seu negócio.

agustingonzalez.es/pt/para-tu-negocio/

As tuas respostas, área por área

NEGÓCIO

Tens um objetivo concreto para os próximos 90 dias?

Sim, com clareza

Os teus rendimentos podem continuar se o serviço ou canal principal parar?

Ainda não

O negócio consegue funcionar uma semana sem a tua presença constante?

Ainda não

CLIENTES

Sabes quantos clientes voltam e com que frequência?

Ainda não

Perguntaste aos clientes o que valorizam e o que melhorariam?

Sim, com clareza

Tens um acompanhamento útil após cada compra ou serviço?

Ainda não

> ## O contexto que indicou
> Dados fictícios para apresentar o relatório. Não descrevem um negócio real.

MERCADO

Consegues descrever o cliente prioritário e a sua principal necessidade?

Sim, com clareza

Sabes que alternativas o cliente compara antes de te escolher?

Em parte

Os clientes reconhecem uma diferença concreta para te escolherem?

Ainda não

As tuas respostas, área por área

OFERTA

Conheces a margem e o tempo de cada produto ou serviço?

Ainda não

Consegues responder a mais procura sem perder qualidade nem somar muitas horas?

Ainda não

Validaste uma oferta complementar de que os clientes precisem?

Em parte

MARCA

O teu site explica rapidamente quem ajudas e como?

Ainda não

Mostras provas reais que ajudam a confiar no teu negócio?

Sim, com clareza

É fácil contactar-te e sabes que pedidos chegam pelo teu site?

Em parte

EQUIPA

Cada tarefa essencial tem um responsável e critérios claros?

Em parte

Os processos repetidos estão documentados de forma simples?

Ainda não

Reservas tempo para melhorar o negócio, além de tratar do dia a dia?

Sim, com clareza

As tuas respostas, área por área

OPORTUNIDADES

Identificaste uma necessidade recorrente que ainda não resolves?

Sim, com clareza

Identificaste possíveis parceiros que complementem o teu negócio?

Ainda não

Testas as ideias em pequena escala antes de comprometer recursos?

Em parte

CAPTAÇÃO E VENDAS

Sabe que canal traz clientes rentáveis, além de visitas?

Ainda não

Mede quantos contactos se tornam vendas e porque perde os restantes?

Em parte

O seu cliente prioritário e a mensagem comercial têm exemplos reais?

Sim, com clareza

RENTABILIDADE

Conhece os custos fixos, variáveis e o mínimo que precisa de vender?

Ainda não

Revê receitas recorrentes e a dependência de poucos clientes?

Em parte

O preço cobre o trabalho completo e os custos necessários?

Ainda não

As tuas respostas ficam neste navegador. Só são partilhadas se decidires enviá-las.