COLHA SEU 2027 · FORWARD NEGÓCIOS

# IA na Prática

## Medir para crescer em 2027

**Seu plano está pronto. Ele aguenta a primeira pergunta?**

**Cleber Ferrari** · StayAlign

28 de novembro de 2026 · on-line

O PLANO DE EXEMPLO

EXEMPLO FICTÍCIO

# Comunicação visual em Campinas. 8 pessoas, R$ 1,2 milhão em 2026. O dono quer crescer 50%.

### RETROSPECTIVA 2026

300 pedidos de R$ 4 mil
Margem de 22%
Entrega em 15 dias
2 redes de varejo

### SWOT

Força: qualidade e prazo
Fraqueza: sem vendedor
Oportunidade: redes vão abrir lojas
Ameaça: concorrente 15% mais barato

### METAS 2027

Receita de R$ 1,8 milhão
6 redes novas
Margem de 22%
Entrega em 15 dias

### VOLUMES

450 pedidos no ano
37 ou 38 por mês
R$ 150 mil por mês

### RECURSOS

Hoje: 30 pedidos por mês
+2 pessoas em julho
Marketing: R$ 1 mil por mês

### ORÇAMENTO

Resultado de R$ 579 mil
Margem de 32%

A REGRA

# A IA pergunta e confere. Quem decide é você.

## ANTES DE COLAR O SEU PLANO

1. Tire nome de cliente, CNPJ, CPF e salário de cada pessoa.
2. Os números da empresa: decida você. Se arredondar, avise a IA.
3. Diga o período, o que o número inclui e o que ficou de fora.
4. Peça que ela separe o que calculou do que supôs.

USO 1 DE 5

1

# Questionar premissas

Todo plano se apoia em coisas que precisam ser verdade. Algumas estão escritas. As mais perigosas, não.

**PROMPT 1 · TRECHO**

**Não reescreva o plano e não dê sugestões ainda.**

# Estar escrito no plano não é ter fonte.

## 1. Premissas do Plano (explícitas e ocultas) e Origem

### Comercial e Mercado

1. **O mercado de comunicação visual crescerá 20% em 2027.**
   - *Origem:* Crença sua (não há fonte ou pesquisa citada).
2. **As redes pequenas de varejo abrirão "muitas lojas" em 2027.**
   - *Origem:* Crença sua (nenhum dado setorial ou contrato em negociação é citado).
3. **É possível fechar 6 redes novas mantendo o mesmo orçamento de marketing (R$ 1 mil/mês) e sem contratar vendedores.**
   - *Origem:* Crença sua (em 2026, com essa estrutura, você atendia apenas 2 redes).
4. **Cada nova rede gerará exatamente 25 pedidos no ano (totalizando 150 pedidos**

# Cada premissa arriscada vira uma pergunta e um dado.

**Sobre a aquisição das 6 redes:**

- **Pergunta:** Quanto tempo levou para prospectar, orçar e fechar as 2 redes que vocês atendem hoje, e quantas redes já estão em negociação avançada neste momento?
- **Dado que responde:** O ciclo médio de vendas (em dias) das 2 redes atuais e o funil comercial atual (número de propostas enviadas para redes nos últimos 3 meses e taxa de conversão histórica).

**Sobre a margem e o custo de insumos:**

USO 2 DE 5

2

# Procurar inconsistências

Meta, volume, recurso e orçamento precisam fechar a mesma conta.

PROMPT 2 · TRECHO

**Faça as contas e mostre cada uma.**

# A capacidade não fecha: 432 pedidos contra 450.

- **Cálculo da capacidade no 2º semestre (Julho a Dezembro):** Com +2 pessoas, a equipe sobe para 7 pessoas $\times 6 \text{ pedidos} = 42 \text{ pedidos/mês}$. Como a demanda mensal é de 37,5 pedidos, sobra capacidade para **4,5 pedidos/mês** ($4{,}5 \times 6 \text{ meses} = 27 \text{ pedidos}$).
- **Balanço anual:** Mesmo usando 100% da sobra do 2º semestre (27 pedidos) para abater o atraso do 1º semestre (45 pedidos), **você termina 2027 com um déficit líquido de 18 pedidos não entregues** (capacidade anual total = $(30 \times 6) + (42 \times 6) = 180 + 252 = 432 \text{ pedidos}$, contra uma meta de 450).
- **Nota de premissa:** Essa conta assume que os 2 novos contratados em julho atingem produtividade máxima (6 pedidos/mês) no dia 1, sem curva de aprendizado.

3. O orçamento considera o que a SWOT diz (ameaças, custos que sobem, descontos)?

# A meta diz 22% de margem. O orçamento entrega 32%.

4. A margem do orçamento é coerente com a de hoje? Se mudou, o plano explica por quê?

**Não é coerente, e a contradição está explícita nos números.**

- **O que a Meta diz:** Manter a margem em **22%**.
- **O que o Orçamento calcula:** A receita sobe 50% ($\text{R\$ } 1.200 \text{ mil} \rightarrow \text{R\$ } 1.800 \text{ mil}$), enquanto *Pessoal* sobe apenas 12,5% ($\text{R\$ } 360 \text{ mil} \rightarrow \text{R\$ } 405 \text{ mil}$) e *Despesas fixas* e *Marketing* ficam congelados ($\text{R\$ } 84 \text{ mil}$ e $\text{R\$ } 12 \text{ mil}$). Por causa dessa alavancagem operacional, o resultado salta para **R$ 579 mil**, gerando uma **margem de 32,16% (32%)** — 10 pontos percentuais acima da meta.
- **Explicação:** O plano não explica por que a meta é 22% se a planilha entrega 32%. Além disso, há uma inconsistência na linha *Pessoal*:

# Seis redes novas, nenhum vendedor, o mesmo marketing.

## 5. Alguma meta depende de um esforço que não tem recurso no orçamento?

**Sim, três frentes críticas estão sem recurso:**

1. **Prospecção B2B (6 redes novas) e Orçamentos (+50% de volume):** A SWOT diz que *"eu e a sócia fazemos todos os orçamentos; não temos vendedor"* como uma fraqueza. Para crescer 50% (de 300 para 450 pedidos) e prospectar/fechar 6 redes novas, o volume de orçamentos emitidos precisará crescer na mesma proporção (ou mais, considerando a taxa de conversão). O orçamento prevê **R$ 0 para contratação comercial ou orçamentista** — a sócia continuará sozinha nas duas funções.
2. **Marketing e Aquisição:** O orçamento mantém **R$ 1 mil/mês** para gerar um crescimento de 50% na receita em um mercado que crescerá 20% (ou seja, você quer crescer 2,5x mais rápido que o mercado mantendo a mesma verba de 2026).
3. **Estrutura Física e Equipamentos (Despesas Fixas congeladas):** As *Despesas fixas*

USO 3 DE 5

3

# Simular hipóteses

“E se?” com conta, não com intuição.

**PROMPT 3 · TRECHO**

Diga o que quebra primeiro e em que mês.

CENÁRIO · TELA 1 DE 2

# O que quebra primeiro é a capacidade, em julho.

## 2. O que quebra primeiro e em que mês

**A capacidade produtiva e o prazo de entrega de 15 dias quebram primeiro, logo em julho.**

- **Por que quebra em julho:** Em julho, os pedidos saltam de 25 para **50/mês**, enquanto a operação com as 2 contratações planejadas entrega no máximo **42 pedidos/mês** (considerando produtividade cheia desde o dia 1, sem curva de aprendizado). Ficam **8 pedidos represados logo em julho**, subindo para **16 em agosto** e **48 até dezembro** — destruindo o prazo de 15 dias, que é uma das suas duas forças na matriz SWOT.
- **E o caixa?** O caixa acumulado **não quebra** (mínimo de **R$ 81,0 mil** em agosto) **apenas se** o lucro gerado no 1º semestre (**R$ 132,0 mil** até junho) ficar retido na empresa. Em julho e agosto, você desembolsa **R$ 125,5 mil/mês** (material para 50 pedidos + folha ampliada), mas recebe apenas **R$ 100,0 mil/mês** referentes às vendas de maio e junho, queimando **R$ 51,0 mil** no bimestre ( `-R$ 25,5 mil` em julho e `-R$ 25,5 mil` em agosto). Se

# O sinal que avisa antes: as redes faturando até abril.

3. Qual número avisa mais cedo e qual é o valor do sinal

- **Indicador antecedente (aviso mais cedo): Número de redes novas com contrato assinado e pedido emitido até 30 de abril (fechamento do 1º quadrimestre)** — acompanhado de perto pelo **volume mensal de orçamentos enviados para redes.**
- **Por que ele avisa com 2 meses de antecedência:** Como cada rede gera em média 25 pedidos/ano (~2 pedidos/mês) e as contratações de julho exigem recrutamento e integração prévios, o fechamento de abril determina a carga que vai estourar a fábrica em julho.
- **Valor do sinal (gatilho de alerta):**
  - **Menos de 2 redes novas faturando até 30 de abril** (ou **menos de 31 pedidos totais/mês** em abril/maio).
  - No plano linear original, você precisaria fechar **1 rede nova a cada 2 meses** (2 redes

USO 4 DE 5

4

# Estruturar ações

Decisão sem dono e sem data é intenção.

**PROMPT 4 · TRECHO**

Se faltar informação, marque PRECISA SER DEFINIDO.

AÇÃO · 5W2H

# O que falta decidir aparece marcado.

| | |
|---|---|
| Quem (Who) | **Responsável pela execução dos orçamentos avulsos:** Financeiro (nome específico da pessoa: PRECISA SER DEFINIDO).<br><br>**Responsável pela prospecção de redes:** Sócia.<br><br>**Responsável pelo alinhamento e transição:** Você e a sócia (PRECISA SER DEFINIDO quem lidera a passagem de bastão). |
| Quando (When) | **Data de início da transição e treinamento:** PRECISA SER DEFINIDO.<br><br>**Data de virada de chave (início oficial do novo fluxo):** |

Exemplo com dados fictícios.

USO 5 DE 5

5

# O plano vira rotina

O plano de 2027 não morre em dezembro. Morre em fevereiro, quando ninguém mais olha para ele.

**O C do PDCA precisa de números para olhar todo mês.**

## DA META AO ACOMPANHAMENTO

| PEÇA | NO EXEMPLO |
|---|---|
| **Objetivo** | Crescer com as redes sem perder rentabilidade nem prazo. (sem número) |
| **Resultado-chave (KR) 1** | Receita mensal de R$ 100 mil para R$ 150 mil |
| **KR 2** | Redes com contrato de 2 para 8 |
| **Par** | Margem de 22% ou mais · prazo de entrega de até 15 dias |

**Todo número que cresce pede um par: o número que não pode piorar.**

**Prompt 5 · Da meta ao acompanhamento**

DA META AO ACOMPANHAMENTO

# De onde vem cada número, e quem responde por ele.

## 4. Origem dos Dados e Responsáveis

- **Receita (R$ 100 mil → R$ 1,8 milhão):**
  - **Origem:** DRE Gerencial / Relatório de Faturamento Mensal do ERP.
  - **Responsável: PRECISA SER DEFINIDO** — *Quem responde pela consolidação e entrega desse número todo mês?*
- **Novas Redes com Contrato (2 → 8 redes):**
  - **Origem:** Controle de Contratos Ativos / Relatório de Carteira de Clientes do Comercial/CRM.
  - **Responsável: PRECISA SER DEFINIDO** — *Quem responde pelo fechamento e contagem oficial das redes ativas?*

Exemplo com dados fictícios.

TRÊS MESES DEPOIS

# A receita está abaixo do orçado, mas subindo. Está tudo caminhando?

| NÚMERO | ORÇADO | MÊS 1 | MÊS 2 | MÊS 3 |
|---|---|---|---|---|
| **Receita (R$ mil)** | 150 | 118 | 126 | 139 |
| **Pedidos** | 37 | 30 | 31 | 33 |
| **Redes com contrato** | 2 | 2 | 3 | 3 |
| **Margem** | 22% | 21% | 19% | 18% |
| **Prazo de entrega** | 15 dias | 15 dias | 17 dias | 20 dias |

**Prompt 6 · Analisar a variação do mês · capacidade da operação: 30 pedidos por mês até julho**

Exemplo com dados fictícios.

VARIAÇÃO · TELA 1 DE 2

# O par avisou primeiro.

Fatos (o que os dados comprovam):

- **Volume vs. Prazo:** Enquanto a operação operou no limite exato da capacidade (30 pedidos no Mês 1), o prazo se manteve na meta (15 dias). Quando os pedidos subiram para 31 (Mês 2) e 33 (Mês 3), o prazo subiu simultaneamente para 17 e 20 dias.
- **Receita vs. Margem:** A receita cresceu todos os meses (118 → 126 → 139), puxada pelo aumento de pedidos (30 → 31 → 33) e leve alta no ticket médio (3,9 → 4,1 → 4,2). No mesmo período, a margem caiu todos os meses (21% → 19% → 18%).
- **Entrada de nova rede vs. Deterioração operacional:** A entrada da 3ª rede no Mês 2 coincide com o início do estouro de capacidade (31 pedidos), perda de prazo (17 dias) e queda mais acentuada de margem (-2 p.p. de um mês para o outro).
- **Incoerência estrutural no orçamento:** O plano exige 37 pedidos/mês para bater R$ 150 mil, mas a capacidade atual é de 30 pedidos/mês até julho. Pelo ticket atual (R$ 4,2 mil),

# As perguntas da reunião do mês.

## 2 perguntas que a reunião do mês precisa responder

1. **Sobre o orçamento e capacidade:** Como pretendemos atingir a média anual de R$ 150 mil/mês (que exige ~36 a 37 pedidos no ticket atual) até julho se a operação já quebra o prazo de entrega e derruba a margem ao passar de 30 pedidos?
2. **Sobre a causa da perda de margem:** A queda de 4 pontos percentuais na margem (de 22% para 18%) vem de descontos dados para fechar as novas redes ou de ineficiência operacional (horas extras/retrabalho) por rodar acima da capacidade?

AGORA O SEU · 3 MINUTOS

1. Separe a SWOT e as metas. Tire nome de cliente, CNPJ e salário.
2. Abra a IA que você usa e cole o prompt 1 do link.
3. No lugar dos colchetes, cole a SWOT e as metas. Envie.
4. Leia a premissa que ela marcou como mais arriscada.

**medirparacrescer.com.br/colha**

## PARA LEVAR

1. Questione as premissas antes que o ano questione.
2. Feche a conta: meta, volume, recurso e orçamento.
3. Rode o “e se?” com a conta à vista.
4. Toda decisão vira ação com dono e data.
5. Toda meta vira objetivo, KR e par, olhados todo mês.

Os 7 prompts e o plano de exemplo
**medirparacrescer.com.br/colha**

**Cleber Ferrari · StayAlign**
LinkedIn: Cleber Ferrari · Instagram: @okr.brasil · stayalign.me

# Perguntas

medirparacrescer.com.br/colha

MATERIAL DE APOIO

# Apêndice

Antes de colar o seu plano · O plano de exemplo completo · De onde vem cada número · A reunião mensal em 6 perguntas · Os 7 prompts

Teste os prompts com o plano de exemplo antes de colar o seu.

A1 · ANTES DE COLAR O SEU PLANO

# A IA pergunta e confere. Quem decide é você.

1. Tire nome de cliente, CNPJ, CPF, número de conta e o salário de cada pessoa.
2. Os números da empresa: decida você o que colar. Se arredondar, diga à IA que os números são aproximados.
3. Diga de que período é cada número, o que ele inclui e o que ficou de fora.
4. Peça que a IA separe o que ela calculou do que ela supôs, e que mostre cada conta.
5. Confira nas configurações da ferramenta se as conversas podem ser usadas para treinar o modelo.
6. Conta que não aparece, não use. A IA erra conta.

## A2 · O PLANO DE EXEMPLO COMPLETO (1 DE 2)

EXEMPLO FICTÍCIO

PLANO 2027 · Empresa de comunicação visual (fachadas, placas e adesivagem), Campinas e região

1. RETROSPECTIVA 2026
- Receita do ano: R$ 1,2 milhão (média de R$ 100 mil por mês).
- Pedidos no ano: 300. Valor médio por pedido: R$ 4 mil.
- 80% da receita vem de lojas avulsas e 20% de 2 redes pequenas de varejo.
- Margem (resultado antes de impostos ÷ receita): 22%.
- Prazo médio de entrega: 15 dias.
- Equipe: 8 colaboradores. 5 na operação (produção e instalação), 1 no financeiro,
  a sócia no comercial e eu na gestão.

2. SWOT
Forças: qualidade reconhecida; entrega em 15 dias.
Fraquezas: eu e a sócia fazemos todos os orçamentos; não temos vendedor.
Oportunidades: as redes pequenas de varejo vão abrir muitas lojas em 2027;
  o mercado de comunicação visual vai crescer 20%.
Ameaças: um concorrente novo cobra 15% menos; o preço da lona e do vinil subiu no 2º semestre.

3. METAS 2027
- Receita de R$ 1,8 milhão (mais 50%).
- Fechar contrato com 6 redes novas.
- Manter a margem em 22%.
- Manter o prazo de entrega em 15 dias.

## A2 · O PLANO DE EXEMPLO COMPLETO (2 DE 2)

EXEMPLO FICTÍCIO

4. VOLUMES
- 450 pedidos no ano (37 ou 38 por mês), com o mesmo valor médio de R$ 4 mil.
- As 6 redes novas trazem os 150 pedidos a mais (25 pedidos por rede no ano).
- Receita distribuída igualmente: R$ 150 mil por mês.

5. RECURSOS
- Capacidade de hoje: 30 pedidos por mês (5 pessoas na operação, 6 pedidos por pessoa).
- Contratar 2 pessoas na operação a partir de julho. Capacidade com 7 pessoas: 42 pedidos por mês.
- Marketing: R$ 1 mil por mês, igual a 2026.
- A sócia continua no comercial e nos orçamentos.

6. ORÇAMENTO 2027 (em R$ mil)

| | 2026 | 2027 | |
|---|---|---|---|
| Receita | 1.200 | 1.800 | |
| Material e instalação | 480 | 720 | (40% da receita, igual a 2026) |
| Pessoal | 360 | 405 | (+2 pessoas por 6 meses) |
| Despesas fixas | 84 | 84 | |
| Marketing | 12 | 12 | |
| Resultado | 264 | 579 | |
| Margem | 22% | 32% | |

A3 · DE ONDE VEM CADA NÚMERO

# Use o que a empresa já tem. E diga à IA o que o documento não mostra.

| NÚMERO | DOCUMENTO QUE A EMPRESA JÁ TEM | O QUE ELE NÃO MOSTRA |
|---|---|---|
| **Receita** | Relatório de vendas do sistema | Se o mês deu lucro |
| **Margem** | Demonstrativo mensal do contador | O mês corrente: chega depois |
| **Prazo de entrega** | Planilha de pedidos, com data do pedido e da entrega | Por que atrasou |
| **Caixa** | Extrato bancário | O que ainda vai entrar e sair |
| **Pessoal** | Folha de pagamento | Quanto cada pessoa entrega |

A4 · A REUNIÃO MENSAL EM 6 PERGUNTAS

# Com os números na mão, a reunião decide em vez de perguntar.

1. O que mudou desde o mês passado?
2. Por que mudou? Separe fato de hipótese.
3. Algum par passou do limite?
4. Precisamos agir?
5. Quem faz, e até quando?
6. Quando olhamos de novo?

A IA prepara as respostas das três primeiras antes da reunião (prompts 6 e 7).

## PROMPT 1 · QUESTIONAR AS PREMISSAS DO PLANO

**Slide 4 · Antes de colar, tire nome de cliente, CNPJ, CPF e salário. Depois troque o que está entre colchetes e envie.**

Você é um conselheiro cético de uma pequena empresa. Você não é meu sócio nem meu fã.

Este é o meu plano para o próximo ano:
[COLE O PLANO: RETROSPECTIVA, SWOT, METAS, VOLUMES, RECURSOS E ORÇAMENTO, DO JEITO QUE ESTÃO]

Não reescreva o plano e não dê sugestões ainda.
1. Liste as premissas do plano: o que precisa ser verdade para as metas acontecerem.
   Inclua as que eu não escrevi, mas que o plano supõe.
2. Para cada premissa, diga se o plano mostra de onde ela veio (um dado, uma pesquisa,
   o histórico da empresa) ou se é uma crença minha. Estar escrita no plano não é fonte.
3. Escolha as 3 premissas mais arriscadas: as que mais derrubam o plano se forem falsas.
4. Para cada uma, faça 1 pergunta que eu preciso responder e diga que dado responderia.
Não invente números que eu não forneci.

## PROMPT 2 · CONFERIR A COERÊNCIA DO PLANO

**Slide 5 · Antes de colar, tire nome de cliente, CNPJ, CPF e salário. Depois troque o que está entre colchetes e envie.**

Confira a coerência interna deste plano:
[COLE O PLANO]

Faça as contas e mostre cada uma:
1. As metas de receita batem com os volumes (quantidade × valor médio)?
2. Os volumes cabem na capacidade de hoje e na capacidade com os recursos planejados, mês a mês?
3. O orçamento considera o que a SWOT diz (ameaças, custos que sobem, descontos)?
4. A margem do orçamento é coerente com a de hoje? Se mudou, o plano explica por quê?
5. Alguma meta depende de um esforço que não tem recurso no orçamento?

Liste as inconsistências da mais grave para a menos grave.
Para cada uma: onde está, a conta e a pergunta que eu preciso responder.
Separe o que você calculou do que você supôs.
Se faltar dado para uma conta, escreva "FALTA DADO" e diga qual.

## PROMPT 3 · SIMULAR UM CENÁRIO

**Slide 6 · Antes de colar, tire nome de cliente, CNPJ, CPF e salário. Depois troque o que está entre colchetes e envie.**

Este é o meu plano para o próximo ano:
[COLE O PLANO]

Simule este cenário:
[DESCREVA O CENÁRIO. EXEMPLO: AS REDES NOVAS SÓ COMEÇAM A COMPRAR NO 2º SEMESTRE E PEDEM 10% DE DESCONTO]

1. Refaça as contas principais com o cenário: receita, margem, capacidade e caixa. Mostre cada conta.
2. Diga o que quebra primeiro e em que mês.
3. Diga qual número me avisa mais cedo que este cenário está acontecendo, e qual valor desse número é o sinal.
4. Proponha até 2 ajustes no plano e o custo de cada um.

Mantenha os outros números do plano como estão.
Marque toda premissa nova que você precisar usar.

## PROMPT 4 · DA DECISÃO AO PLANO 5W2H

**Slide 7 · Antes de colar, tire nome de cliente, CNPJ, CPF e salário. Depois troque o que está entre colchetes e envie.**

> Decidi agir sobre o seguinte problema:
> [PROBLEMA E HIPÓTESE ESCOLHIDA]
>
> Transforme esta decisão em um plano de ação no formato 5W2H:
> o quê, por quê, quem, quando, onde, como e quanto custa.
>
> Seja específico. Se faltar informação para preencher algum campo,
> marque como "PRECISA SER DEFINIDO" em vez de inventar.
> Não invente datas, valores nem quantidades que eu não informei.
> Ao final, sugira qual indicador deve ser observado para saber se
> a ação funcionou e em quanto tempo.

## PROMPT 5 · DA META AO ACOMPANHAMENTO

**Slide 9 · Antes de colar, tire nome de cliente, CNPJ, CPF e salário. Depois troque o que está entre colchetes e envie.**

Esta é uma meta do meu plano para o próximo ano:
[META]
Situação de hoje: [OS NÚMEROS DE HOJE]

Ajude-me a acompanhar essa meta todo mês.
1. Escreva o objetivo em uma frase curta, de até 12 palavras e sem número:
   o que a meta quer mudar na empresa. Use as minhas palavras, não um slogan.
2. Proponha até 3 resultados-chave (KRs), cada um com valor de hoje, valor-alvo e prazo.
   KR mede resultado, não tarefa.
3. Para cada KR que cresce, proponha o par: o número que não pode piorar
   enquanto ele melhora, com o limite.
4. Para cada número, diga de onde ele vem (que relatório ou documento a empresa já tem)
   e pergunte quem responde por ele.
5. Distribua o valor-alvo do ano mês a mês. Se eu não informar sazonalidade, pergunte antes.
Se faltar informação, marque "PRECISA SER DEFINIDO" em vez de inventar.

## PROMPT 6 · ANALISAR A VARIAÇÃO DO MÊS

**Slide 10 · Antes de colar, tire nome de cliente, CNPJ, CPF e salário. Depois troque o que está entre colchetes e envie.**

Você analisa o acompanhamento mensal do plano da minha empresa.

Objetivo, KRs e pares: [COLE]
Orçado e realizado dos últimos meses: [COLE A TABELA]

1. Para cada número, mostre a variação em relação ao orçado, em valor e em percentual.
2. Diga quais variações são relevantes e quais podem ser ruído.
3. Procure relações entre os números (por exemplo, volume subindo e prazo piorando).
   Separe fato de hipótese.
4. Diga se algum par passou do limite, e desde quando.

Termine com as 2 perguntas que a reunião do mês precisa responder.
Não trate correlação como causa.
Se não houver dados suficientes, diga que não dá para concluir.

## PROMPT 7 · PREPARAR A REUNIÃO MENSAL

**Só no apêndice · Antes de colar, tire nome de cliente, CNPJ, CPF e salário. Depois troque o que está entre colchetes e envie.**

Você prepara a reunião mensal de acompanhamento do plano da minha empresa.

Objetivo, KRs e pares: [COLE]
Números do mês e dos meses anteriores: [COLE]
Ações combinadas na última reunião e o status de cada uma: [COLE]

Responda em no máximo 15 linhas:
1. O que mudou desde o mês passado?
2. O que saiu do rumo? Qual é a hipótese mais provável? Marque como hipótese.
3. As ações combinadas foram feitas? Há sinal de que funcionaram?
Termine com as 3 perguntas que a reunião precisa responder
e com a decisão que não pode sair da reunião sem responsável e data.

IA NA PRÁTICA: MEDIR PARA CRESCER EM 2027

# Apresentada no Colha Seu 2027 · Forward Negócios

28 de novembro de 2026, on-line

**Cleber Ferrari · StayAlign**

LinkedIn: Cleber Ferrari · Instagram: @okr.brasil · stayalign.me

Material educativo e gratuito. A empresa e os números do exemplo são fictícios. As respostas de IA mostradas são reais, sem edição, mas podem variar a cada conversa e conter erros: confira cada conta antes de decidir. Este material não substitui consultoria contábil, financeira ou jurídica, e as decisões sobre o seu plano são suas.