Gustavo Leonart

e

Miguel Theodoro dos Santos Nowakowski

PLANO DE NEGÓCIOS DA EMPRESA FICTÍCIA

Leonowas

COLOMBO

2018

SUMÁRIO

RESUMO.............................................................................................................................. 3

1. SUMARIO EXECUTIVO....................................................................................................... 6

1.1 RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO.......................................... 6

1.2 DADOS dos empreendedores, experiência profissional e atribuições............................. 6

1.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO.................................................................................... 6

1.4 DIRETRIZES ESTRATÉGICAS........................................................................................... 6

1.4.1 MISSÃO................................................................................................................ 7

1.4.2 VISÃO................................................................................................................... 7

1.4.3 VALORES.............................................................................................................. 7

1.5 SETOR DE ATIVIDADE................................................................................................... 7

2. ANÁLISE DE MERCADO...................................................................................................... 8

2.1 ESTUDO DOS CLIENTES................................................................................................ 8

2.1.1 Público-alvo.......................................................................................................... 8

2.1.2 Comportamento dos clientes................................................................................. 8

2.1.3 Área de abrangência............................................................................................. 8

2.1.4 Pesquisa de mercado............................................................................................ 9

3. PLANO DE MARKETING.................................................................................................... 10

3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS E PREÇOS.................................... 10

3.2 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS................................................................................... 11

3.3 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO............................................................................ 11

3.4 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO....................................................................................... 11

4. PLANO OPERACIONAL..................................................................................................... 12

4.1 LAYOUT.................................................................................................................... 12

4.2 CAPACIDADE PRODUTIVA.......................................................................................... 12

4.3 NECESSIDADE DE PESSOAL......................................................................................... 12

5. PLANO FINANCEIRO........................................................................................................ 13

5.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS.................................................................... 13

5.2 ESTIMATIVA DE CUSTO DE MATÉRIA PRIMA................................................................ 13

5.3 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS................................................................................... 13

5.4 ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL................................................................... 14

6. RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL............................................................................ 14

7. REFERÊNCIAS.................................................................................................................. 14

# 

# 

# 

# **RESUMO**

A Empresa Leonowas foi fundada, no curso técnico de informática do Campus Colombo, inicialmente com a intenção poder ajudar confeitarias que necessitam de um sistema, para que dessa forma consigam melhorar seus serviços prestados. A ideia central da construção é a facilitação e melhoria do trabalho, com o sistema ser gratuito torna-se mais acessível a um maior número de pessoas. Além de que a implementação do projeto oportuniza a economia de tempo e gerenciamento da empresa, a adequação nos horários de fornecimento dos produtos, bem como da quantidade da porção e peso de cada especificidade nutricional de cada pessoa.

Palavras chave: sistema, serviços, gerenciamento, produtos, projeto.

**ABSTRACT**

The Leonowas Company was founded in the technical computer course of Campus Colombo, initially with the intention of helping confectioners who need a system, so that they can improve their services. The central idea of ​​construction is the facilitation and improvement of work, with the system being free becomes more accessible to a larger number of people. In addition to that the implementation of the project allows for the saving of time and management of the company, the adequacy in the times of supply of the products, as well as the amount of the portion and weight of each nutritional specificity of each person.

**RESUMEN**

La Empresa Leonowas fue fundada, en el curso técnico de informática del Campus Colombo, inicialmente con la intención poder ayudar a las confiterías que necesitan un sistema, para que de esa forma consigan mejorar sus servicios prestados. La idea central de la construcción es la facilitación y mejora del trabajo, con el sistema ser gratuito se vuelve más accesible a un mayor número de personas. Además de que la implementación del proyecto permite el ahorro de tiempo y gestión de la empresa, la adecuación en los horarios de suministro de los productos, así como de la cantidad de la porción y peso de cada especificidad nutricional de cada persona.

# 

# 

# **1. SUMÁRIO EXECUTIVO**

## **1.1 RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO**

O produto será um sistema de gerenciamento, que tem a intenção de gerenciar uma confeitaria, ou seja, tendo controles de estoque, recursos, produtos, etc. Esse serviço será para, por exemplo, quando tenha algum evento especial o cliente poderá pedir guloseimas para o dia destinado. A empresa se localizará em Colombo, no bairro Bairro Alto. Ela possui um montante inicial de R$400,00 para o desenvolvimento e divulgação do serviço, esperam-se que em um ano o lucro seja dobrado, assim fazendo o serviço crescer. Além de possuir o estabelecimento físico terá uma loja virtual.

## **1.2 DADOS dos empreendedores, experiência profissional e atribuições**

Gustavo Leonart, experiência com programação, design e criação de softwares. Criação de um sistema de agendamento do Laboratório de Informática para o estabelecimento Instituto Federal do Paraná e estagiário na empresa Banco Nacional de Empregos, BNE. CEO

Miguel dos Santos Nowakowski, experiência com programação, design e criação de softwares. Criação de um sistema de gerenciamento para alunos e professores do Instituto Federal do Paraná e estagiário na empresa Banco Nacional de Empregos, BNE.CEO

## **1.3 DADOS DO EMPREENDIMENTO**

Nome da Empresa: Leonowas

CNPJ: 58.726.238/0001-89

## **1.4 DIRETRIZES ESTRATÉGICAS**

### **1.4.1 MISSÃO**

Prestar serviços especializados em gerenciamento de softwares, planejamento e desenvolvimento de sistemas, qualificações técnicas e uma forma de assegurar a plena satisfação e conforto de seus clientes.

### **1.4.2 VISÃO**

Ser reconhecido como excelência na prestação de serviços de gerenciamentos de software por nossos clientes.

### **1.4.3 VALORES**

Felicidade, lealdade, ética, trabalha em equipe, desenvolvimento de pessoal e valorização, compromisso com resultados e capacitação profissional e responsabilidade.

## **1.5 SETOR DE ATIVIDADE**

Comércio

**1.6 FORMA JURÍDICA**

Sociedade Simples

1.6 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Simples Nacional

1.7 CAPITAL SOCIAL

Quadro 1 - Investimento dos sócios

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Ferramenta | Local de Montagem | Investimento |
| Gustavo Leonart | Computador e periféricos | Instituto Federal do Paraná | R$200,00 |
| Miguel Nowakowski | Computador e periféricos | Instituto Federal do Paraná | R$200,00 |

Quadro 2 – Apresentação dos sócios

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Nome do sócio | Valor (R$) da participação | % de participação |
| Sócio 1 | Gustavo Leonart | R$1.250,00 | 50% |
| Sócio 2 | Miguel Theodoro dos Santos Nowakowski | R$1.250,00 | 50% |
| Total |  |  | 100,00 |

1.9 FONTE DE RECURSOS

Os recursos utilizados serão os próprios recursos dos sócios e do Instituto Federal do Paraná Campus Colombo, pois haverá o suficiente para a criação do software.

**2. ANÁLISE DE MERCADO**

## **2.1 ESTUDO DOS CLIENTES**

2.1.1 Público-alvo: Este serviço destina-se a qualquer pessoa física de precisa de guloseimas para um dia especial ou qualquer outro.

2.1.2 Comportamento dos clientes: Os clientes se interessam pois é uma economia de dinheiro e tempo melhores, uma facilitação na mão de obra e no gerenciamento do serviço.

2.1.3 Área de abrangência:

A maioria dos nossos clientes são homens e mulheres de 18 a 60 anos, residentes no município de Colombo. Os mesmos procuram a compra do produto pelo fato do sistema ser gratuito em relação aos concorrentes. Além de que os prazos estabelecidos são bons. O preço varia dependendo do peso e quantidade do que foi pedido e a compra é feita através do telefone ou do site.

### **2.1.4 Pesquisa de mercado**

Aqui você vai apresentar o resultado da pesquisa de mercado que você fez utilizando a escala de Likert. Você deverá também fazer perguntas com alternativas de múltipla escolha (marcar x) e deverá apresentar os gráficos. Você deverá analisar os dados levantados na pesquisa.

Antes de realizar a pesquisa, as perguntas deverão ser aprovadas pela professora Elaine Arantes. Deverão ser feitas no mínimo 3 perguntas com escala de Likert e 3 perguntas com múltipla escolha.

2.1 ESTUDO DA CONCORRÊNCIA

Quadro 2 – Estudo da concorrência

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Qualidade | Preço | Localização | Serviços aos clientes | Condição de pagamento |
| CPT Softwares | Bom | R$760,00 | Brasil | Bom |  |
| Consumer | Bom | R$ 760,00 | Brasil | Ótimo |  |
| MarketUP | Decente | Gratuito | Brasil | Bom |  |

Lições aprendidas com a comparação entre sua empresa e os concorrentes

2.2 Estudo dos fornecedores

Quadro 3 – Estudo dos fornecedores

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Itens a serem adquiridos | Nome do fornecedor | Preço | Condição de pagamento | Prazo de entrega | Localização |
| Ordem |  |  |  |  |  |  |
| 1 | Computadores | Análise Informática | R$2.000,00 | Parcelado | 10 dias | São Paulo |
| 2 | Mantimentos | Condor | R$500,00 | À vista | 3 dias | Curitiba |
| 3 | Mantimentos | Rio Verde | R$250,00 | À vista | 1 dia | Colombo |
| 4 | Periféricos (para computadores) | Terabyte Shop | R$100,00 | À vista | Compra na loja |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |  |  |

# **3. PLANO DE MARKETING**

Aqui você deve descrever os principais itens que serão fabricados,

vendidos ou os serviços que serão prestados. Informe quais as linhas

de produtos, especificando detalhes como tamanho, modelo, cor,

sabores, embalagem, apresentação, rótulo, marca, etc. Se necessário,

fotografe os produtos e coloque as fotos como documentação de

apoio ao final do seu plano de negócio.

Para empresas de serviço, informe quais serviços serão prestados,

suas características e as garantias oferecidas.

Lembre-se de que a qualidade do produto é aquela que o consumidor

enxerga. Quando decidir melhorar um produto ou um serviço, pense

sempre sob o ponto de vista do cliente

## **3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS E PREÇOS**

Lembre-se

Preço é o que consumidor está disposto a pagar pelo que você irá

oferecer. A determinação do preço deve considerar os custos do

produto ou serviço e ainda proporcionar o retorno desejado. Ao

avaliar o quanto o consumidor está disposto a pagar, você pode

verificar se seu preço será compatível com aquele praticado no

mercado pelos concorrentes diretos.

## **3.2 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS**

Promoção é toda ação que tem como objetivo apresentar, informar,

convencer ou lembrar os clientes de comprar os seus produtos ou

serviços e não os dos concorrentes. A seguir, estão relacionadas

algumas estratégias que você poderá utilizar.

• Propaganda em rádio, jornais e revistas;

• Internet;

• Amostras grátis;

• Mala direta, folhetos e cartões de visita;

• Catálogos;

• Carro de som e faixas;

• Brindes e sorteios;

• Descontos (de acordo com os volumes comprados);

• Participação em feiras e eventos.

Determine de que maneira você irá divulgar seus produtos, pois

todas as formas de divulgação implicam em custos. Descreva suas

estratégias no quadro Hora de Praticar. Leve em conta o retorno dessa

estratégia, seja na imagem do negócio, no aumento do número de

clientes ou no acréscimo da receita.

Existem diversos tipos de divulgação. Use a criatividade para

encontrar as melhores maneiras de divulgar seus produtos ou, então,

observe o que seus concorrentes fazem.

## **3.3 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO**

A estrutura de comercialização diz respeito aos canais de distribuição,

isto é, como seus produtos e/ou serviços chegarão até os seus

clientes. A empresa pode adotar uma série de canais para isso, como:

vendedores internos e externos, representantes, etc.

Reflita sobre quais serão os meios mais adequados para se alcançar

os clientes e preencha o quadro Hora de Praticar. Para isso, pense

no tamanho dos pedidos, na quantidade de compradores e no

comportamento do cliente, isto é, se ele tem por hábito comprar

pessoalmente, por telefone ou outro meio.

## **3.4 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO**

Neste momento, você deve identificar a melhor localização para a

instalação de seu negócio e justificar os motivos da escolha desse

local. A definição do ponto está diretamente relacionada com o ramo

de atividades.

Um bom ponto comercial é aquele que gera um volume razoável de

vendas. Por isso, se a localização é fundamental para o sucesso de seu

negócio, leve em consideração os seguintes aspectos.

• Analise o contrato de locação, as condições de pagamento e o

prazo do aluguel do imóvel;

• Verifique as condições de segurança da vizinhança;

• Observe a facilidade de acesso, o nível de ruído, as condições de

higiene e limpeza e a existência de locais para estacionamento;

• Fique atento para a proximidade dos clientes que compram

seus produtos e o fluxo de pessoas na região;

• Lembre–se de certificar da proximidade de concorrentes;

• Avalie a proximidade dos fornecedores, pois isso influencia no

prazo de entrega e no custo do frete;

• Visite o ponto pelo menos três vezes, em horários alternados,

para verificar o movimento de pessoas e de veículos no local.

# **4. PLANO OPERACIONAL**

## **4.1 LAYOUT**

Aqui você deve apresentar o layout do espaço físico em que se desenvolve seu negócio

EXEMPLO:

## **4.2 CAPACIDADE PRODUTIVA**

É importante estimar a capacidade instalada da empresa, isto é, o

quanto pode ser produzido ou quantos clientes podem ser atendidos

com a estrutura existente. Com isso, é possível diminuir a ociosidade e o desperdício.

## **4.3 NECESSIDADE DE PESSOAL**

Faça a projeção do pessoal necessário para o funcionamento do

negócio. Esse item inclui o(s) sócio(s), os familiares (se for o caso) e as pessoas a serem contratadas. No caso de contratação, informe os salários.

# **5. PLANO FINANCEIRO**

## **5.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS FIXOS**

O investimento fixo corresponde a todos os bens que você deve

comprar para que seu negócio possa funcionar de maneira

apropriada.

No quadro a seguir, relacione os equipamentos, máquinas, móveis,

utensílios, ferramentas e veículos a serem adquiridos, a quantidade

necessária, o valor de cada um e o total a ser desembolsado.

Quadro 4 – Estimativa de investimentos fixos

|  |  |
| --- | --- |
| BENS PARA AQUISIÇÃO | INVESTIMENTO (R$) |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

## **5.2 ESTIMATIVA DE CUSTO DE MATÉRIA PRIMA**

Quadro 5 – Estimativa de custo de matéria prima

|  |  |
| --- | --- |
| MATÉRIA PRIMA | ESTIMATIVA CUSTO (R$) |
| **módulo com relé** | **20,00** |
| **motor** | **60,00** |
| **módulo com display** | **20,00** |
| **display lcd** | **30,00** |
| **teclado** | **15,00** |
| **arduino uno** | **70,00** |
| **rosca infinita** | **20,00** |
| **módulo rtc** |  |
| **canos em pvc** | **40,00** |

## **5.3 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS**

Os custos fixos são todos os gastos que não se alteram em função do

volume de produção ou da quantidade vendida em um determinado

período.

Por exemplo, imagine que, em um determinado mês, uma empresa

sofra uma queda em suas vendas. Ainda assim, pagará despesas com

aluguel, energia, salários, etc. Esses valores são custos fixos porque

são pagos, normalmente, independente do nível de faturamento do

negócio.

Quadro 6 – Estimativa de custos fixos

|  |  |
| --- | --- |
| CUSTO FIXO | ESTIMATIVA (R$) |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

## 

## **5.4 ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL**

## 

# **6. RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL**

7. Reduzir a mão-de-obra dos pecuaristas;

8. Reduzir o desperdício de comida;

9. Promover uma alimentação mais regrada aos animais;

10. Fabricar um produto com menor custo em relação aos existentes no mercado.

Descrever o projeto de responsabilidade social

Explicar o engajamento dos stakeholders

# **11. REFERÊNCIAS**

<https://blog.usinainfo.com.br/automacao-residencial-arduino-ideias-para-deixar-sua-casa-igual-homem-de-ferro/>

<https://www.filipeflop.com/blog/controlando-um-motor-de-passo-5v-com-arduino/>

<http://joinville.ifsc.edu.br/~bibliotecajoi/arquivos/tcc/mecind/180273.pdf>

<https://www.filipeflop.com/blog/controle-modulo-rele-arduino/>

<https://www.filipeflop.com/blog/relogio-rtc-ds1307-arduino/>

SEBRAE. Como elaborar um plano de negócios. Brasília: Sebrae, 2013.