

CI069 - Administração de Empresas de Informática - Turma 2010-1	
Nome: Roberto Beraldo Chaiben	GRR 20084213
Título: 4 - Plano de Negócio	Data: 01/06/2010

1 Introdução

1.1 Definição

Um Plano de Negócios consiste num conjunto de planejamentos para criar um empreendimento e obter sucesso com ele. Ele é um documento que descreve, por escrito, os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que eles sejam alcançados, reduzindo riscos e incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

1.2 Material de Referência

Como referência para a criação deste trabalho, foi usada a apostila **Como elaborar um Plano de Negócios**, do SEBRAE, disponível na Internet, no link presente na seção **Referências** deste texto.

1.3 Modelo Adotado para este Trabalho

Para a criação do Plano de Negócio desta trabalho, considerei uma empresa de desenvolvimento de softwares.

2 Plano de Negócio

2.1 Sumário Executivo

- **Resumo dos principais pontos do plano de negócio:** empresa de desenvolvimento de softwares em plataforma WEB para comércio eletrônico. Os principais clientes são empresas que desejam vender seus produtos e serviços via Internet;
- **Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições:** Roberto Beraldo Chaiben, estudante de Ciência de Computação, com conhecimentos em desenvolvimento WEB há mais de 4 anos;
- **Dados do empreendimento:** razão social da empresa e seu CNPJ;
- **Missão da empresa:** Desenvolver soluções para comerciantes e promover a inclusão digital de micro e pequenas empresas;
- **Setores de atividades:** Prestação de Serviços;
- **Forma jurídica:** Empresário;
- **Enquadramento tributário:** Regime Normal Nacional;
- **Capital social:** consiste em todos os recursos, como dinheiro, equipamentos e ferramentas, utilizados para a criação do empreendimento;
- **Fonte de recursos:** é a fonte dos recursos que serão utilizados para a implantação da empresa. Inicialmente, os recursos podem ser próprios, de terceiros ou ambos.

2.2 Análise de Mercado

- **Estudo de Clientes:** Os clientes são empresas que desejam vender seus produtos e serviços via Internet. Essas empresas procurarão meus serviços pois desejam possuir espaço na Internet, a fim de expor e vender seus produtos e serviços, com o intuito de concorrer diretamente com seus concorrentes.

- **Estudo dos Concorrentes:** É preciso analisar a concorrência, pois são as empresas com as quais você vai competir diretamente. É necessário analisar suas instalações, seus produtos, formas de venda, pontos fortes e fracos. Para essa análise, considere os pontos abaixo:
 - qualidade dos materiais empregados – cores, tamanhos, embalagem, variedade, etc.;
 - preço cobrado;
 - localização;
 - condições de pagamento – prazos concedidos, descontos praticados, etc.;
 - atendimento prestado;
 - serviços disponibilizados – horário de funcionamento, entrega em domicílio, tele-atendimento, etc.;
 - garantias oferecidas.
- **Estudo dos Fornecedores:** é necessário possuir fornecedores de ambientes de execução de softwares WEB, ou seja, empresas que forneçam serviços de hospedagem de sites. É recomendado manter uma lista atualizada com todos eles, seus pontos fortes e fracos, características principais, para se adequar melhor a cada cliente da empresa.

2.3 Análise de Marketing

- **Descrição dos Principais Produtos e Serviços:** Soluções em comércio eletrônico em plataforma WEB para empresas que desejam comercializar produtos e serviços via Internet;
- **Preço:** o preço do serviço deve ser calculado levando-se em consideração o custo de produção do serviço, ou seja, considerar os salários dos funcionários e a margem de lucro. Esse valor deve ser competitivo, a fim de não perder mercado para a concorrência;
- **Estratégias promocionais:** a principal forma de promover a empresa é fazer propaganda em meios de comunicação onde os clientes estão presentes em massa. A Internet é um dos melhores meios de propaganda,

já que a maioria das empresas tem acesso fácil a ela. Propagandas em rádios são outra boa forma de divulgação: dispensa produções visuais e tem menor custo que propagandas em televisão. É importante possuir promoções e parcerias com os fornecedores, a fim de viabilizar menores preços, atraindo mais clientes.

- **Estrutura de Comercialização:** a prestação de serviço de criação de software não exige contato físico com o cliente. Por isso, é possível possuir representantes fora da empresa, fora da cidade sede, em todo Brasil ou mundo.
- **Localização do negócio:** escritório em local de fácil acesso aos funcionários e clientes;

2.4 Plano Operacional

- **Layout:** Escritório com computadores e tecnologias recentes, para facilitar a prestação dos serviços. Mobília ergonômica, visando à saúde dos funcionários;
- **Capacidade produtiva/comercial/serviços:** estimativa da 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 a sobrecarga de tarefas;
- **Processos operacionais:** Após contato com o cliente e a contratação do serviço, analisam-se as necessidades do cliente, a fim de desenvolver a melhor solução a ele. Após isso os programadores desenvolvem o software de acordo com as especificações do cliente;
- **Necessidade de pessoal:** Inicialmente, uma equipe de dois programadores e um analista de sistemas podem suprir a demanda de serviços;

2.5 Plano Financeiro

- **Estimativa dos investimentos fixos:** Compra de computadores e tecnologias recentes. Mobília adequada. Aluguel de escritório;

- **Capital de giro:** custo para o funcionamento normal da empresa. Isso envolve o pagamento dos funcionários, a margem de lucro da empresa, custo da prestação de serviço, custo de promoções e marketing;
- **Investimentos pré-operacionais:** Gastos realizados antes do início da empresa, como reforma do ambiente de trabalho, taxas de registro da empresa, divulgação;
- **Estimativa dos custos com mão-de-obra:** valor relacionado com o salário médio dos funcionários. Além disso, devem-se prever os gastos com impostos e benefícios, como INSS, FGTS, 13o. salário, férias etc;

3 Referências

- <http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/797332C6209B4B1283257368006FF4BA/%24File/NT000361B2.pdf>