

InfoTech

Plano de Negócios

Dezembro - 2008

Sumário

1. Resumo Executivo	4
2. Conceito do negócio	6
2.1. A Empresa	6
2.2. O Produto	6
2.3. Cenário	8
3. Equipe de gestão	10
3.1. Perfil Individual dos sócios	10
3.2 Estrutura Organizacional	13
4. Análise do Setor	14
4.1. Análise por atividades	14
4.2. Resultados regionais	15
4.3. Investimentos	16
5. Segmentação do Mercado	17
6. Análise FOFA	18
6.1. Forças	18
6.2. Oportunidades	19
6.3. Fraquezas	19
6.4. Ameaças	19
7. Análise da Concorrência	20
7.1. Comparação	20
7.2. Produto similar já existe	21

8. Plano de Vendas	22
8.1. Preço	22
8.2. Promoção	23
8.3. Distribuição	24
8.4. Relacionamento com os clientes	24
9. Plano Financeiro	24
9.1. Investimento Inicial Parcial	25
9.2. Mão-de-obra direta	26
9.3. Mão-de-obra indireta	26
9.4. Custos Fixos	27
9.5. Despesas Gerais	27
9.6. Receitas	28
9.7. Demonstração do Resultado	28
9.8. Fluxo de Caixa	29
9.9. Payback	30
10. Conclusão	31
11. Anexos	32
11.1. Gráfico do Fluxo de Caixa	32
11.2. Interface	32

1. Resumo Executivo

A Empresa *InfoTech* foi criada em 2008 por alunos de graduação da Universidade de São Paulo com o objetivo de atender ao cliente de forma diferenciada, buscando adequar o produto de acordo com as necessidades de cada cliente, para garantir a sua satisfação.

Atualmente a empresa está focada em produzir o *CaixaExpress*, que é um produto para ser integrado ao sistema anti-furto com portão eletrônico em lojas varejistas e outros estabelecimentos.

O *CaixaExpress* visa facilitar e agilizar o atendimento em lojas varejistas que já utilizem etiquetas inteligentes para identificar produtos, criando-se um caixa automático fisicamente semelhante a terminais eletrônicos de bancos, por exemplo. Com esse caixa, o cliente poderá pagar por sua compra, via cartão de crédito. Algo que é satisfatório tanto para o proprietário do estabelecimento quanto para o cliente, que ficará feliz em evitar grandes filas para pagar por suas compras.

Além de agilizar o pagamento das compras, o *CaixaExpress* também reduz drasticamente o custo com mão-de-obra, por ser um equipamento automático que não precisa de funcionários especializados para funcionar. Há possivelmente apenas a necessidade de um funcionário para verificação de várias máquinas. Enquanto que em um caixa tradicional, necessita-se um funcionário por caixa.

O produto será desenvolvido focando-se a comercialização em larga escala, porém com adaptações e particularidades para cada cliente.

A estratégia de trabalho a ser utilizada será a formação de parceria com uma ou mais lojas varejistas para promover as vendas iniciais do produto. O *CaixaExpress* será disponibilizado juntamente com toda a estrutura necessária para implementação do produto em uma loja. Será desenvolvida estreita relação com os clientes, acompanhando sempre o período de adaptação ao produto e as mudanças causadas pela sua instalação.

O foco atual, como já mencionado, são as lojas varejistas que utilizam sistemas anti-furto. Isso inclui lojas de eletrônicos, CDs, DVDs, vídeo-locadoras, confecções, farmácias,

padarias, supermercados, bibliotecas, livrarias, óticas, perfumarias, entre outros vários estabelecimentos que utilizam essa tecnologia.

Nesse setor, os administradores encontram grande dificuldade para manter a qualidade de atendimento em dias de pico, principalmente em virtude das filas que se formam para fazer o pagamento das compras. Os clientes das lojas reclamam devido à demora no atendimento.

Nas pesquisas realizadas, constatou-se que existe um produto similar a esta proposta, e é a realidade em muitos países, como Austrália, EUA e Japão, além também de indicar que o setor do mercado para qual vamos fornecer o produto está em grande ascensão, fato que demonstra a viabilidade de implementação de nosso produto no mercado.

No plano financeiro, leva-se em conta o investimento inicial no negócio, suas despesas gerais e receitas previstas. Assim foi possível estimar o payback (retorno do capital) e adicionar ainda mais credibilidade sobre a viabilidade do negócio. Os cálculos e valores adquiridos estão devidamente relacionados na seção principal sobre o plano financeiro.

2. Conceito do Negócio

2.1. A Empresa

A Empresa *InfoTech* foi criada em 2008 com o objetivo de produzir o *CaixaExpress*, que é um produto para ser integrado ao sistema anti-furto com portão eletrônico em lojas varejistas e outros estabelecimentos. A utilização de portão eletrônico anti-furto tem aumentado consideravelmente, sobretudo em lojas varejistas, por questão de segurança. Isso que garante que haja mercado consumidor, em expansão, para o produto da *InfoTech*.

O objetivo dessa empresa é atender ao cliente de forma diferenciada, buscando adequar o produto de acordo com as necessidades de cada cliente, para garantir a sua satisfação.

2.2. O Produto

O *CaixaExpress* é um sistema de auto-atendimento para lojas e outros estabelecimentos que já utilizam sistema anti-furto com portão eletrônico e etiquetas inteligentes. Essas etiquetas, ou tags como são conhecidas, são aqueles dispositivos acoplados em roupas em lojas, por exemplo. Esse dispositivo faz com que o usuário ao passar por antenas colocadas nas saídas das lojas apite, identificando assim alguém que “esqueceu de pagar” pelo produto. Há no mercado vários tipos desses dispositivos, para os mais variados produtos. No entanto, todos utilizam a mesma tecnologia, que a rádio frequência.

O *CaixaExpress* será fisicamente semelhante a terminais eletrônicos de bancos com auto atendimento. Com esse caixa, o cliente poderá pagar por sua compra, via cartão de crédito. Algo que é bom tanto para o proprietário do estabelecimento quanto para o cliente, que ficará contente em não ter que perder tanto tempo numa fila para pagar suas compras. Abaixo alguns pontos sobre a aplicabilidade do *CaixaExpress*:

- Agiliza o pagamento das compras em lojas varejistas. Através de um terminal semelhante a um caixa eletrônico de banco, o usuário pode ele mesmo pagar os

produtos que comprou na loja. Bastando passar o código de barras dos produtos na máquina;

- Para o caso de empresas que utilizem tags reutilizáveis, como as presas em roupas, por exemplo. A loja teria que disponibilizar um funcionário para retirar esses dispositivos dos produtos depois que o cliente já efetuou a compra pelo sistema;
- Já para o caso de lojas que utilizam tags descartáveis, como fitas para livros e código de barras de plástico, por exemplo, bastaria o cliente passar o produto pela máquina que o mesmo equipamento responsável por fazer a leitura do código de barras destravaria o tag, liberando a pessoa para sair da loja com o produto, sem que as antenas apitassem;
- O sistema conterá uma interface limpa, agradável, de fácil acesso, e contendo somente o necessário para que o usuário possa finalizar sua compra, a fim de facilitar a utilização do terminal por pessoas leigas em tecnologia;
- O produto poderá ser oferecido juntamente com um serviço, que seria uma taxa de manutenção dos aparelhos cobrada mensalmente dos proprietários das lojas varejistas. Entretanto, esse serviço seria opcional;
- A integração do *CaixaExpress* com o sistema já existente no estabelecimento é necessária. Sendo esse um ponto crucial para o sucesso de nosso empreendimento, e que terá de ser detalhadamente discutido com as pessoas responsáveis por essa área nas lojas que utilizarão o *CaixaExpress*. Possivelmente há apenas a necessidade de o *CaixaExpress* comunicar-se com o sistema das lojas através do envio de um lista com as informações dos produtos comprados, em um determinado formato aceito pelo sistema, não sendo necessário o sistema do *CaixaExpress* acessar diretamente a base de dados do sistema central da empresa, por exemplo.
- Porém, como possivelmente cada empresa tem um sistema diferente, adaptações no sistema do *CaixaExpress* serão necessárias para cada loja que o produto for vendido.

O usuário do *CaixaExpress* seguirá os seguintes passos para utilizar o terminal:

1. Passar os códigos de barras dos produtos no terminal;
2. A qualquer momento o usuário poderá cancelar um item já passado ou cancelar a compra inteiramente;
3. Após a passagem de todos os itens pelo leitor, aparecerá na tela o valor total da compra;
4. Então, basta o usuário passar o cartão de crédito na máquina, digitar a senha e a compra será finalizada;
5. Após a compra ter sido realizada, o usuário passará os produtos novamente em um aparelho para desativar as etiquetas inteligentes;
6. Após esse processo, se a loja utilizar tags descartáveis o cliente já poderá ir embora, senão há a necessidade de um atendente da loja retirar as tags dos produtos comprados pelo cliente.

Na seção 11, apresenta-se uma possível interface do nosso sistema, a fim de mostrar de forma simples o funcionamento do *CaixaExpress*.

2.3. Cenário

Atualmente o comércio é um setor que tem aumentado consideravelmente, inclusive no setor de lojas varejistas, que é o foco principal da *InfoTech*. Nesse setor, os administradores encontram grande dificuldade para manter a qualidade de atendimento em dias de pico, principalmente em virtude das filas que se formam para fazer o pagamento das compras. Os clientes das lojas reclamam devido à demora no atendimento, os administradores encontram dificuldade para solucionar o problema, pois se contratam muitos funcionários, vários ficarão ociosos na maior parte do tempo dos dias normais, constituindo um custo muito alto para o negócio. Sendo assim, eles ficam diante de um dilema: se contratarem vários funcionários, na maior parte do tempo de trabalho, eles ficarão ociosos e constituirão gastos desnecessários para o estabelecimento; se mantiverem

o quadro de funcionários enxuto, prejudicarão a qualidade do atendimento o que favorece a concorrência.

O *CaixaExpress* é a resposta para esse tipo de problema. Com esse produto os administradores das lojas poderão agilizar o atendimento aos seus clientes, que usam cartões de crédito para realizar compra. É certo que, em dias de pico, vários clientes da loja usarão o *CaixaExpress*, evitando enfrentar as enormes filas que se formam nos caixas pessoais; dessa forma, essas filas ficarão menores, o atendimento será agilizado e tanto os clientes dos caixas pessoais quanto dos *CaixaExpress* ficarão satisfeitos.

3. Equipe de Gestão

3.1. Perfil Individual dos Sócios

Nesta seção são apresentados os currículos dos três sócios da empresa:

David Faria Bernardi

Rua São Sebastião, 1800 – Centro

São Carlos – SP

Telefone: (19) 8139-8489 – Email: dfbernardi@gmail.com

Formação

Bacharelado em Informática (cursando 4^o período)

Instituto de Ciências Matemáticas e Computação - ICMC

Universidade de São Paulo

Idiomas

Inglês – Nível Intermediário

Habilidades

Linguagens de Programação:

Pascal – Intermediário

C/C++ – Intermediário

JAVA – Intermediário

Banco de Dados:

SQL – Linguagem de Consulta Estruturada – Intermediário

PostgreSQL – Básico

Linguagem Web: HTML - Básico

Matheus Guidotti Ribeiro

Rua Adolfo Catani, 896 - Jardim Macarengo

São Carlos – SP

Telefone: (19) 9265 - 2997 - Email : matguidotti@gmail.com

Formação

Bacharelado em Informática (cursando 6^o período)

Instituto de Ciências Matemáticas e Computação - ICMC

Universidade de São Paulo

Idiomas

Inglês – Nível Intermediário

Habilidades

Linguagens de Programação:

Pascal – Básico

C – Básico

JAVA – Intermediário

Banco de Dados:

SQL – Linguagem de Consulta Estruturada – Avançado

MySQL – Básico

Linguagem de Desenvolvimento Web:

PHP - Básico

Cristiano Lancelotti

Rua Arnaldo Solci, 325 - Jardim Tangará

São Carlos – SP

Telefone (16) 3374 - 6380 - E-mail : lancelot@icmc.usp.br

Formação

Bacharelado em Informática (cursando 6^o período)

Instituto de Ciências Matemáticas e Computação - ICMC

Universidade de São Paulo

Idiomas

Inglês – Nível Intermediário

Experiência Profissional

Período: 2006 até a presente data

Instituição: Universidade de São Paulo (ICMC)

Função: Técnico para assuntos administrativos

Atividades: Gestão de pessoal, relatórios mensais de controle

Habilidades

Linguagens de Programação:

Pascal – Básico

C – Básico

JAVA – Básico

Banco de Dados: MySQL – Básico

Linguagem de Desenvolvimento Web: PHP - Básico

3.2. Estrutura Organizacional

A Estrutura Organizacional da *InfoTech* se apresenta da seguinte maneira, em conformidade com as características de cada sócio:

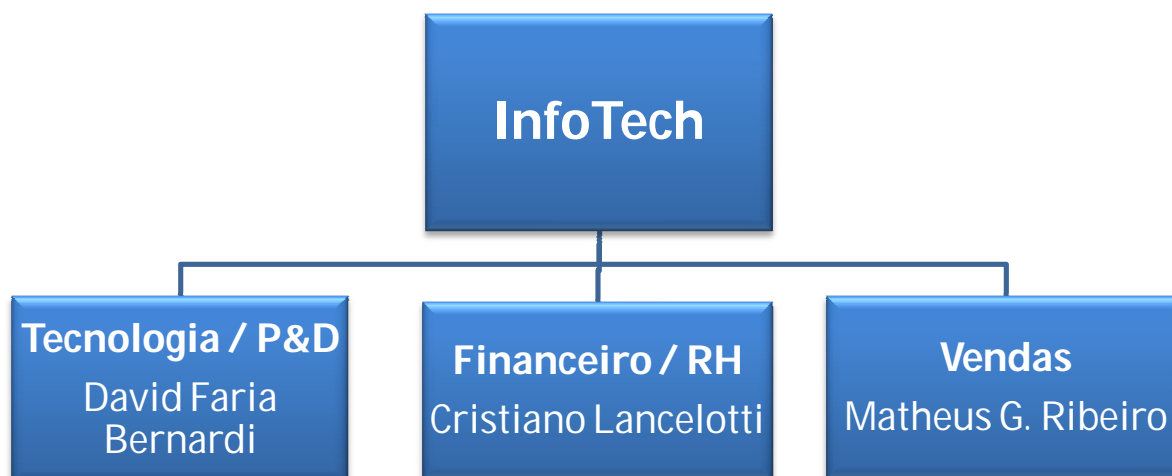
David Faria Bernardi – Tecnologia / Pesquisa & Desenvolvimento

Cristiano Lancelotti – Financeiro e Recursos Humanos

Matheus Guidotti Ribeiro – Vendas

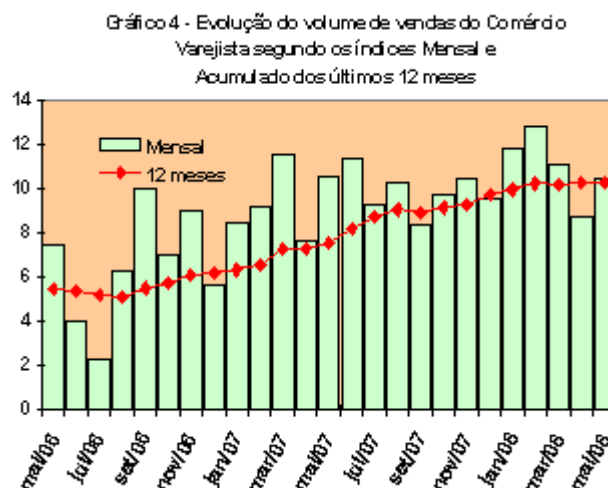
O fato da equipe ser relativamente reduzida, favorece a troca experiências e informações a fim de aprimorar cada setor da empresa.

Abaixo é apresentada a Estrutura Organizacional da empresa:



4. Análise do Setor

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as vendas no varejo estão em alta. No período maio de 2007 a maio de 2008, o volume de vendas do varejo nacional cresceu 10,5%, acumulando 10,9% no ano e 10,3% nos 12 meses, enquanto a receita nominal cresceu 16,6%, acumulando 15,9% e de 14,3%, respectivamente.



Fonte: IBGE

4.1. Análise por atividades

Também em relação ao período de maio de 2007 a maio de 2008 (série sem ajuste), houve alta no volume de vendas de todas as atividades do varejo: 8,4% para *hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo*; 16,1% para *móveis e eletrodomésticos*; 12,9% *combustíveis e lubrificantes*; 10,6% em *outros artigos de uso pessoal e doméstico*; 12,9% para *artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria*; 29,9% para *equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação*; 3,6% em *tecidos, vestuário e calçados* e 9,9% em *livros, jornais, revistas e papelaria*. Esses dados são ilustrados no gráfico a seguir:

TABELA 1
BRASIL - VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO
SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES PMC - 2008

ATIVIDADES	INDICADOR MÊS/MÊS (*)			INDICADOR MENSAL			ACUMULADO	
	Taxa de Variação			Taxa de Variação			Taxa de Variação	
	MAR	ABR	MAI	MAR	ABR	MAI	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (**)	1,5	0,2	0,6	11,0	8,7	10,5	10,9	10,3
1 - Combustíveis e lubrificantes	1,7	0,4	0,8	5,3	8,4	12,9	7,4	5,9
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	2,5	-0,2	1,1	8,5	0,5	8,4	6,8	6,5
2.1 - Super e hipermercado	1,0	0,4	0,7	8,5	0,1	8,2	6,7	6,5
3 - Tecidos, vest. e calçados	6,2	0,6	-1,0	12,0	19,7	3,6	11,9	11,8
4 - Móveis e eletrodomésticos	1,8	0,5	0,4	14,3	27,8	16,1	18,9	16,5
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	2,6	2,1	1,1	9,7	15,2	12,9	13,5	11,9
6 - Equip. e mat. para escritório informática e comunicação	-5,3	3,7	5,1	24,8	26,7	29,9	28,8	31,9
7 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-0,6	1,6	-0,1	8,8	10,5	9,9	11,1	9,7
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-1,3	-1,0	2,0	27,6	10,2	10,6	20,4	21,5
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (***)	1,3	1,4	0,8	11,9	15,8	11,3	14,2	14,1
9 - Veículos e motos, partes e peças	0,5	2,5	0,0	14,7	29,3	14,0	21,4	22,6
10- Material de Construção	0,6	0,8	0,7	5,6	19,5	6,3	11,5	11,6

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.

(*) Séries com ajuste sazonal

(**) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(***) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

4.2. Resultados Regionais

Segundo dados da mesma pesquisa do IBGE, das 27 Unidades da Federação, apenas três tiveram quedas no volume de vendas em relação a maio de 2007: Sergipe (-0,7%); Pará (-1,1%) e Amazonas (-1,4%). Os destaques em volume de vendas foram Goiás (15,8%); Rio Grande do Norte (15,5%); São Paulo (14,8%); Mato Grosso (13,8%); Espírito Santo (12,8%) e Mato Grosso do Sul (12,3%). As maiores participações na taxa do **Comércio Varejista** vieram de São Paulo (14,8%); Rio de Janeiro (6,7%); Minas Gerais (9,1%); Rio Grande do Sul (9,1%) e Bahia (9,0%).

4.3. Investimentos

Segundo dados do jornal DCI (Comércio, Indústria & Serviços)*, o varejo investiu US\$ 12 bi em equipamentos em 2007, e pretende aumentar os investimentos na área para o próximo ano. Dado este confirmado pela ABIESV (Associação Brasileira da Indústria de Equipamentos e Serviços para o Varejo) que realizou uma pesquisa entre os principais representantes do segmento de equipamentos e serviços para empresas do varejo. A pesquisa mostra que mais de 40% dos empresários do segmento notaram um aumento no faturamento relativo ao período 2007/2008. E mais de 20% disseram que houve estabilidade no mesmo período.

Outro ponto importante que a pesquisa retrata é que o empresário do varejo investe cada vez mais para atender os desejos desse público, o que explica a compra dos equipamentos. Isso é de suma importância para a InfoTech, pois o *CaixaExpress* com certeza também é um produto que os consumidores/clientes das lojas de varejo gostariam de ver instalados.

Além disso, conforme reportagem publicada no jornal Gazeta Mercantil**, grandes lojas varejistas brasileiras planejam investir cada vez mais em TI para trazer conforto aos clientes e agilidade para o negócio.

*Fonte: Associação Brasileira de Automação Comercial (ABAC)

**Fonte: Gazeta Mercantil, 9 de Abril de 2007

5. Segmentação do mercado

O *CaixaExpress* visa agilizar o pagamento das compras em lojas varejistas. O foco principal da empresa são os estabelecimentos que utilizam sistemas anti-furto. Isso inclui lojas de eletrônicos, CDs, DVDs, vídeo locadoras, confecções, farmácias, padarias, supermercados, bibliotecas, livrarias, óticas, perfumarias, entre outros vários estabelecimentos que utilizam essa tecnologia;

O consumidor alvo compraria o *CaixaExpress* a fim de agilizar o atendimento em seu estabelecimento, deixando os clientes mais felizes e satisfeitos. Além de ser uma alternativa mais econômica do que os caixas tradicionais, fato esse que deve despertar grande atenção pelo produto.

É importante ressaltar também, que como já foi mostrado, o setor encontra-se em expansão, e estão sendo previstos cada vez mais investimentos na área de automação do atendimento.

6. Análise FOFA

Análise interna	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">• Equipe dinâmica, com grande preocupação, sobretudo com a parte financeira;• Fornecimento do produto a um custo-benefício muito bom para as lojas;• Atenção às mudanças no mercado e novas tecnologias.	<ul style="list-style-type: none">• Dificuldade em correr alguns riscos;• Equipe reduzida no início;• Pouca experiência no mercado.
Análise externa	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">• Grande ascensão do setor do mercado para o qual o produto está direcionado;• Investimentos do setor em novos equipamentos e TI para satisfazer os clientes deverá crescer ainda mais para o próximo ano;• Sem concorrência no Brasil.	<ul style="list-style-type: none">• Outras empresas concorrentes, com mais experiência, podem desenvolver o mesmo produto;• Com certas modificações, produtos existentes podem se assemelhar ao produto oferecido;• As tecnologias estão mudando muito rapidamente.

6.1. Forças

A equipe se destaca por ser muito dinâmica, sempre atenta às necessidades do mercado e novas tecnologias. Um fator importante apontado pelo questionário feito pelos sócios é a grande preocupação com a parte financeira, fator com certeza de suma importância para o sucesso de uma empresa.

6.2. Oportunidades

O setor do mercado para o qual vamos fornecer o produto está em grande ascensão como apontam as pesquisas. Além disso, estima-se que os investimentos com a aquisição de novos equipamentos cresçam ainda mais no próximo ano, em virtude da preocupação das empresas em satisfazer e agradar o consumidor. O *CaixaExpress* também não tem concorrência no Brasil.

6.3. Fraquezas

A equipe apresenta certa dificuldade em ter que correr novos riscos, além de ser uma equipe reduzida no início, o que pode nos sobrecarregar. Outro fator é a pouca experiência do grupo no mercado, por nenhum dos sócios já ter aberto uma empresa.

6.4. Ameaças

Outras empresas concorrentes, com mais experiência, podem possivelmente desenvolver nosso produto e sofisticá-lo. Ou então, até mesmo fazer adaptações em produtos existentes para se assemelhar ao nosso. Além do que as tecnologias mudam muito rapidamente hoje em dia, temos de estar atentos a todas essas mudanças e se necessário adaptar o nosso produto a elas.

7. Análise da Concorrência

Os principais concorrentes deste empreendimento seriam realmente os tradicionais caixas de lojas, já existentes no mercado. O que inclui uma infra-estrutura de equipamentos de informática, balcão, e mão-de-obra.

7.1. Comparação

Atributos	<i>CaixaExpress</i>	Caixa Tradicional
Tempo/Agilidade	Agiliza em muito o pagamento de seus itens.	Um cliente pode demorar muito tempo esperando em filas para pagar seus itens.
Mão de obra	Reduz drasticamente a quantidade de mão-de-obra necessária.	Cada caixa precisa de um operador, o que gera um grande gasto com mão de obra.
Custo	O custo para implantação do <i>CaixaExpress</i> não deve diferir em muito com o custo para a implantação de um caixa tradicional.	Além do custo de implantação com equipamentos necessários, há também o custo mensal com mão-de-obra.
Dificuldades	Possível dificuldade de utilização da máquina por pessoas idosas.	Tempo de espera muito longo.
Manutenção	Necessita de manutenção apenas quando apresentar algum problema.	Necessita de manutenção apenas quando apresentar algum problema.

Ao analisar essa tabela pode-se verificar que o produto possui grandes vantagens em relação ao seu concorrente, o caixa tradicional. O produto é bem mais ágil que o do concorrente, facilitando a vida dos clientes das lojas de varejo, que não precisam esperar muito tempo nas filas para poder pagar sua compra.

O *CaixaExpress* também reduz drasticamente o custo de mão-de-obra por ser um equipamento automático que não precisa de funcionários especializados para funcionar, há

possivelmente apenas a necessidade de um funcionário para verificação de várias máquinas. Enquanto que em um caixa tradicional, necessita-se um funcionário por caixa.

Em relação ao custo, o *CaixaExpress* mostra-se superior também. O produto apresenta basicamente o mesmo custo de implantação que um caixa tradicional, com a vantagem de menores gastos com mão-de-obra.

Já em relação às dificuldades detectadas por cada usuário, o *CaixaExpress* pode apresentar problema de utilização por pessoas idosas, apesar do projeto do produto consistir em ter uma interface extremamente simples e agradável ao cliente. Em relação ao caixa tradicional, a maior e significativa dificuldade está nos longos tempos de espera dos clientes em filas.

O único ponto em que os dois produtos empataram teoricamente foi em manutenção. Ambos necessitam de manutenção apenas quando o produto apresentar problemas. Não é necessária nenhuma manutenção preventiva ou periódica.

7.2. Produto similar já existe

Através das pesquisas foi constatado que um produto similar já existe e é realidade em muitos países, como Austrália, EUA e Japão. Fato que demonstra a viabilidade de implementação do produto no mercado. Abaixo uma foto de um cliente utilizando um terminal, semelhante ao proposto pela InfoTech, para realizar o pagamento de suas compras em um supermercado.



8. Plano de Vendas

8.1. Preço

O produto/solução *CaixaExpress* será vendido pelo preço de R\$ 6.000,00 em sua versão padrão. O produto pode sofrer algumas alterações visando atender às necessidades dos clientes, porém certas modificações no software já estão incluídas nesse valor, tais como: logotipo do estabelecimento, promoções, e algumas particularidades de cada loja. Também poderão ser negociados contratos de manutenção com as lojas, porém isso será um item à parte.

A tabela abaixo apresenta todos os itens relacionados ao CaixaExpress e os respectivos preços:

HARDWARE	VALOR
Monitor 14" LCD	R\$ 220,00
Gabinete	R\$ 55,00
Teclados	R\$ 18,00
CPU	R\$ 120,00
Placa-mãe	R\$ 120,00
Memória	R\$ 45,00
HD	R\$ 75,00
Leitor de CD/DVD	R\$ 65,00
Leitor de código de barra e desativador de tags	R\$ 350,00
Estrutura para os equipamentos	R\$ 350,00
Leitor de cartão de crédito	R\$ 289,00
Impressora fiscal	R\$ 2.000,00
SOFTWARE	A ser desenvolvido pelo departamento técnico da InfoTech
TOTAL	R\$ 3.707,00

Como o produto é novo no mercado, será oferecido ao cliente duas opções para pagamento:

- À vista: com desconto de 7% no valor do produto
- Parcelado: até 12 vezes sem juros

8.2. Promoção

A principal estratégia será trabalhar em parceria com uma ou mais lojas varejistas para promover as vendas iniciais do produto.

O *CaixaExpress* será disponibilizado juntamente com toda a estrutura necessária para implementação do produto em uma loja. A loja contará com o produto por 3 meses de forma gratuita, e após esse período decidirá se quer ou não adquiri-lo, sem nenhum ônus para as lojas. No caso da decisão pela aquisição do produto será oferecido um bom desconto pela compra do produto, visto que a loja ajudou a divulgar a marca do produto.

Porém, as lojas escolhidas para serem nossas parceiras terão que preencher alguns requisitos básicos, tais como: ter grande volume de vendas e clientes, ser uma loja conceituada no mercado e, principalmente, dar uma atenção especial à divulgação do produto, ou seja, esclarecer aos clientes das lojas a finalidade do produto, assim como produzir e colocar propagandas sobre o *CaixaExpress* dentro da loja, o que poderá ser realizado em conjunto com a *InfoTech*.

A *InfoTech* se comprometerá a prestar toda a assistência técnica devida sobre o produto, e garantirá em contrato o seu funcionamento. Porém as lojas também devem cumprir com suas obrigações, como dar visibilidade ao produto, por exemplo.

O sistema será desenvolvido focando a comercialização em larga escala, porém com adaptações e particularidades para cada cliente.

Essa estratégia de promoção do produto é arriscada; mas, visto que empresa que está fase inicial, não há muitas alternativas a não ser definir estratégias ousadas como essa.

A empresa também pretende sempre estar presente em feiras e reuniões sobre o setor varejista para divulgar seu produto e mostrar seus aspectos positivos e vantagens.

8.3. Distribuição

Será utilizada a venda direta: a *InfoTech* irá identificar potenciais clientes e agendar visitas demonstração do produto. Esse trabalho de captação de clientes inicialmente será feito pelos próprios sócios. O produto também será divulgado em revistas e jornais do setor. Não haverá divulgação em rádio, TV, ou outdoor, já que o produto tem um público alvo bem focado, e não é um produto para a grande massa.

Outra forma de comercialização do produto será através do site da *InfoTech* na internet, que conterá todas as informações relativas a empresa e ao produto. Assim como os clientes da *InfoTech* e as formas de contato para possíveis dúvidas, informações e agendamento de visitas.

8.4. Relacionamento com os clientes

Será desenvolvida relação estreita com os clientes, acompanhando sempre o período de adaptação ao produto e as mudanças causadas pela sua instalação.

Os resultados alcançados, tanto do ponto de vista do cliente (resultados financeiros, satisfação), quanto do ponto de vista dos usuários (aceitação, % de uso da máquina), serão acompanhados diretamente pelo técnico da *InfoTech*.

Esse acompanhamento junto ao cliente é importante tanto para valorização deste, quanto para a *InfoTech* que receberá um feedback em relação ao produto, sendo assim mais fácil aplicar atualizações e fazer modificações no *CaixaExpress* de acordo com as necessidades.

9. Plano Financeiro

O Plano Financeiro tem como objetivo demonstrar a viabilidade econômico-financeira do *CaixaExpress*, que é o produto da Empresa *InfoTech*.

9.1. Investimento Inicial Parcial

O Investimento Inicial Parcial refere-se aos gastos iniciais de infra-estrutura para a formação da empresa. Os valores dos equipamentos e móveis foram obtidos através de pesquisa na Internet e estão demonstrados na Tabela 1, logo abaixo.

Investimento Inicial Parcial	Qtd.	Custo	Total
Mesa p/ escritório	2	R\$ 260,00	R\$ 520,00
Cadeiras c/ base giratórias e apoio p/ braços	2	R\$ 130,00	R\$ 260,00
Cadeira c/ pés fixos	4	R\$ 45,00	R\$ 180,00
Telefone	2	R\$ 27,00	R\$ 54,00
Computador	2	R\$ 1.109,00	R\$ 2.218,00
Multifuncional c/ FAX	1	R\$ 650,00	R\$ 650,00
Internet a cabo	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
Honorário de publicitário p/ desenvolvimento da marca	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Extintores	2	R\$ 100,00	R\$ 200,00
Registro da empresa	1	R\$ 1.080,00	R\$ 1.080,00
Lançamento do produto	2	R\$ 3.707,00	R\$ 7.414,00
Despesas diversas	1	R\$100,00	R\$100,00
Vistoria dos bombeiros	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
		Total	R\$ 12.496,00

Tabela 1: Investimento Inicial

9.2. Mão-de-obra direta

Durante os 24 meses de consolidação da empresa, haverá apenas gastos relacionados com as atividades essenciais da empresa e com os sócios que receberão o total de R\$ 1.500,00 para ajuda de custos, contabilizando R\$ 500,00 para cada um mensalmente, sendo 3 sócios.

Os dados da tabela 2 mostram os gastos de custos de mão de obra direta do período mencionado acima:

Mão de obra direta	Custo Mensal	Custo Semestral	Custo Anual
Total de salários dos sócios	R\$ 1.500,00	R\$ 9.000,00	R\$ 18.000,00
Total	R\$ 1.500,00	R\$ 9.000,00	R\$ 18.000,00

Tabela 2: Custos de mão-de-obra direta

9.3. Mão-de-obra indireta

A tabela 3 mostra os custos com mão-de-obra indiretamente relacionados com a empresa.

Cargos mão-de-obra indireta sem encargos	Qtd.	Custo Mensal	Custo Semestral	Custo Anual
Contador	1	R\$ 150,00	R\$ 900,00	R\$ 1.800,00
Total	1	R\$ 150,00	R\$ 900,00	R\$ 1.800,00

Tabela 3: Custos de mão-de-obra indireta

9.4. Custos Fixos

A tabela 4, com os custos fixos, mostra os gastos mensais da empresa independente do volume de produção, sendo despesas mensais fixas e essenciais para a empresa.

Finalidade	Custo Mensal	Custo Semestral	Custo Anual
Papel para impressão	R\$ 10,00	R\$ 60,00	R\$ 120,00
Tonner/Tinta	R\$ 30,00	R\$ 180,00	R\$ 360,00
Água/Luz/Telefone	R\$ 300,00	R\$ 1.800,00	R\$ 3.600,00
Aluguel do local	R\$ 600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 7.200,00
Material de higiene e limpeza	R\$ 30,00	R\$ 180,00	R\$ 360,00
Manutenção e conservação	R\$ 50,00	R\$ 300,00	R\$ 600,00
Seguros	R\$ 12,00	R\$ 72,00	R\$ 144,00
Mão de obra indireta c/ encargos	R\$ 150,00	R\$ 900,00	R\$ 1.800,00
Internet	R\$ 60,00	R\$ 360,00	R\$ 720,00
Total	R\$ 1.242,00	R\$ 7.452,00	R\$ 14.904,00

Tabela 4: Custos Fixos

9.5. Despesas Gerais

A tabela 5, relacionada abaixo, mostra as despesas gerais semestrais e anuais tanto por período quanto por tipo.

Período	Investimento Inicial Parcial	Mão de Obra Direta	Mão de Obra Indireta	Custos Fixos	Equipamentos p/ serviços prestados	Impostos	Total
Semestre I	R\$ 12.496,00	R\$ 9.990,00	R\$ 900,00	R\$ 7.452,00	R\$ 14.828,00	R\$ 5.023,26	R\$ 50.232,00
Semestre II		R\$ 9.990,00	R\$ 900,00	R\$ 7.452,00	R\$ 29.656,00	R\$ 5.279,78	R\$ 53.277,78
Semestre III		R\$ 9.990,00	R\$ 900,00	R\$ 7.452,00	R\$ 44.484,00	R\$ 6.910,86	R\$ 69.736,86
Semestre IV		R\$ 9.990,00	R\$ 900,00	R\$ 7.452,00	R\$ 66.726,00	R\$ 9.357,48	R\$ 94.426,48
Total	R\$ 12.496,00	R\$ 39.960,00	R\$ 3.600,00	R\$ 29.808,00	R\$ 155.694,00	R\$ 26.571,38	R\$ 267.673,12

Tabela 5: Despesas gerais

9.6. Receitas

Os dados da tabela 6 demonstram o total de receitas que será obtido nos 4 primeiros semestres com a venda dos produtos, considerando o planejamento no período de 24 meses.

Período	Qtd de produtos vendidos	Receitas
Semestre I	4	R\$ 24.000,00
Semestre II	8	R\$ 48.000,00
Semestre III	14	R\$ 84.000,00
Semestre IV	20	R\$ 120.000,00
Total	46	R\$ 276.000,00
Valor do produto R\$ 6.000,00		

Tabela 6: Receitas semestrais e anuais

9.7. Demonstração do Resultado

Na tabela 7, há um confronto entre os valores totais de despesas e receitas observados e analisados nas tabelas anteriores, em determinados períodos, objetivando mostrar os lucros e/ou prejuízos incorridos durante o período do planejamento.

Período	Despesas Gerais (-)	Receitas obtidas (+)	Resultado
Semestre I	R\$ 50.232,00	R\$ 24.000,00	(-)R\$ 26.232,00
Semestre II	R\$ 53.277,78	R\$ 48.000,00	(-)R\$ 5.277,78
Semestre III	R\$ 69.736,86	R\$ 84.000,00	(+)R\$ 14.263,14
Semestre IV	R\$ 94.426,48	R\$ 120.000,00	(+)R\$ 25.573,52
Total	R\$ 267.673,12	R\$ 276.000,00	(+)R\$ 8.326,88

Tabela 7: Demonstração de resultado

A soma entre o total de despesas e o total de receitas resultou em um saldo positivo de R\$ 8.326,88. Isso indica que as receitas estão acima das despesas. Fazendo uma análise mais detalhada podemos observar que houve prejuízo nos dois primeiros semestres e lucro nos dois últimos, mas o lucro obtido nos semestres III e IV é maior que o prejuízo resultante dos semestres I e II, gerando assim um resultado total positivo.

9.8. Fluxo de Caixa

Para quantificar o fluxo de caixa e o progresso da Empresa *InfoTech*, será feita uma tabela com projeção de fluxo de caixa relativo aos primeiros quatro anos de vida da empresa. Os dados serão contabilizados semestralmente, de acordo com os resultados das tabelas anteriores para os primeiros 2 anos; para estimar os valores dos outros anos, serão fixados os valores de receitas e despesas do semestre IV, supondo que a empresa mantenha a venda de 20 máquinas em cada semestre subsequente.

Inicialmente haverá disponível no caixa da empresa o valor de R\$ 50.000,00, que será investido pelos sócios.

Descrição	Semestre I	Semestre II	Semestre III	Semestre IV
Saldo de caixa inicial	R\$ 50.000,00	R\$ 23.768,00	R\$ 18.490,22	R\$ 32.753,36
a. Despesas Gerais (-)	R\$ 50.232,00	R\$ 53.277,78	R\$ 69.736,86	R\$ 94.426,48
b.Receitas (+)	R\$ 24.000,00	R\$ 48.000,00	R\$ 84.000,00	R\$ 120.000,00
Saldo do período	(-)R\$ 26.232,00	(-)R\$ 5.277,78	(+)R\$ 14.263,14	(+) R\$ 25.573,52
Fluxo líquido de caixa	R\$ 23.768,00	R\$ 18.490,22	R\$ 32.753,36	R\$ 58.326,88 *

Tabela 8: Fluxo de Caixa

(*) O fluxo de caixa final do semestre IV é R\$ 58.326,88, mas R\$ 50.000,00 disponibilizados como saldo de caixa inicial, no início da empresa, precisam ser custeados com esse valor. Restando dessa forma R\$ 8.326,88 em caixa, no final do quarto semestre, que podem ser considerados lucros líquidos. Esses R\$ 50.000,00 serão devolvidos aos investidores, no caso, os próprios sócios da empresa.

Descrição	Semestre V	Semestre VI	Semestre VII	Semestre VIII
Saldo de caixa inicial	R\$ 58.326,88	R\$ 83.900,40	R\$ 109.473,00	R\$ 135.047,44
a. Despesas Gerais (-)	R\$ 94.426,48	R\$ 94.426,48	R\$ 94.426,48	R\$ 94.426,48
b.Receitas (+)	R\$ 120.000,00	R\$ 120.000,00	R\$ 120.000,00	R\$ 120.000,00
Saldo do período	(+)R\$ 25.573,52	(+)R\$ 25.573,52	(+)R\$ 25.573,52	(+)R\$ 25.573,52
Fluxo líquido de caixa	R\$ 83.900,40	R\$ 109.473,00	R\$ 135.047,44	R\$ 160.620,96

Tabela 8 – Fluxo de Caixa - continuação

9.9. Payback

Payback ou ROI (Return of Investment) é uma análise de retorno do capital. A análise é realizada confrontando receitas e despesas até que as receitas ultrapassem as despesas.

Na tabela 8, de fluxo de caixa, as receitas ultrapassam as despesas assim que os R\$ 50.000,00 disponibilizados como saldo de caixa inicial para formação da empresa são redistribuídos aos investidores. Isso ocorre no final do quarto semestre, quando a empresa completa exatamente dois anos.

A partir do quarto semestre, com R\$ 8.326,88 disponíveis em caixa, sem empréstimos ou outras dívidas com terceiros, serão revisados os salários dos sócios, que passarão a receber um salário consideravelmente maior que R\$ 500,00 cada um. Isso será possível porque, segundo estimativas da tabela 8, haverá lucro de no mínimo R\$ 25.573,52 a cada semestre subsequente ao quarto.

No plano financeiro, não foram consideradas as receitas de contrato de manutenção do CaixaExpress com as empresas que o compraram porque não se pode garantir que os clientes aceitem tal contrato. Por isso, esse possível serviço, que poderá ser prestado pela empresa InfoTech, não foi contabilizado, mas cada venda de produto poderá gerar uma receita corrente para o caixa da empresa.

10. Conclusão

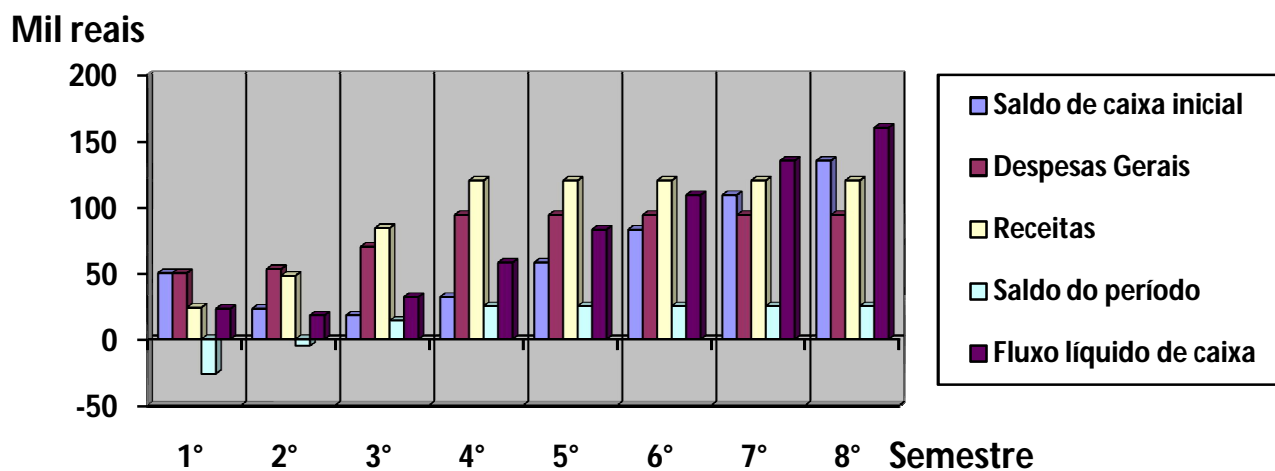
O objetivo deste plano de negócios é apresentar um pouco da empresa *InfoTech*, seu produto (o *CaixaExpress*), seu público alvo, e os estudos realizados afim de verificar sua viabilidade (tanto economicamente como também para satisfazer os clientes).

Com base nos dados adquiridos, podemos concluir a viabilidade positiva do negócio, pois, numa era onde o tempo é tão importante, cada minuto pode fazer a diferença para a satisfação do cliente, e o *CaixaExpress* veio suprir a deficiência das lojas nesse requisito.

11. Anexos

11.1 Gráfico do Fluxo de Caixa

Gráfico detalhado do Fluxo de Caixa da *InfoTech* para os primeiros 8 semestres de vida da empresa.



11.2 Interface

Aqui é detalhada uma possível interface para o sistema do *CaixaExpress* e como os usuários realizariam as ações para efetuar as compras utilizando o nosso produto.

Tela Inicial:

- O usuário apenas pressiona o botão para inicializar a compra;

Logo e Nome do estabelecimento

Inicializar compra

- O usuário passa o código de barras do produto no leitor;

Logo e Nome do estabelecimento
Passe os códigos de barras no leitor
Sair

- Aparecerá na tela a lista de produtos que o cliente já passou no leitor de código de barras, assim como o total computado. A qualquer momento o usuário poderá cancelar um produto;

Logo e Nome do estabelecimento

1231243 Água Sanitária	R\$4,50	Cancelar
2312343 Livro Ele e Ela	R\$1,00	Cancelar
3435435 CD Ivete	R\$2,00	Cancelar
TOTAL	R\$7,50	FINALIZAR

Sair

- Após escolher a opção FINALIZAR, o usuário passará o cartão de crédito no leitor;

Logo e Nome do estabelecimento
TOTAL: R\$7,50
Passe seu cartão de crédito no leitor
Sair

- Então o usuário digitará a senha e a compra será efetuada;

Logo e Nome do estabelecimento

Digite a senha:

Sair

- Agora, o usuário passará os produtos no desativador de etiquetas inteligentes;

Logo e Nome do estabelecimento

Obrigado!

Compra efetuada com sucesso

Passe os produtos no desativador de tags:

Sair

- Aparecerá na tela a lista de produtos que o cliente já desabilitou;

Logo e Nome do estabelecimento

1231243 Água Sanitária	R\$4,50	Liberado
2312343 Livro Ele e Ela	R\$1,00	Liberado
3435435 CD Ivete	R\$2,00	Liberado

Volte Sempre!!!
Sair