



Fundação CECIERJ - Vice Presidência de Educação Superior a Distância

Curso de Tecnologia em Sistemas de Computação

Disciplina: Empreendedorismo e Ética Profissional

AP2 2º semestre de 2015

GABARITO

- 1) **(1 ponto) Descreva sucintamente os grandes itens que compõem um Plano de Negócios. Uma sugestão: organize a sua descrição como se ela fosse o índice de um Plano de Negócios, comentando brevemente o que deve constar em cada item.**

0. Introdução

1. Resumo Executivo

2. O Produto/Serviço

Neste item descrevemos as Características do Produto/Serviço, seu Diferencial Tecnológico e Pesquisa e desenvolvimento

3. O Mercado

Aqui apresentamos Os Clientes, seus Concorrentes, seus Fornecedores e sua Participação no Mercado

4. Capacidade Empresarial

Neste item demonstramos a Capacidade Empresarial da Empresa, qual a sua definição da Empresa, a Missão da Empresa e sua Estrutura Organizacional. Possíveis Parceiros e Empreendedores: Perfil Individual dos Sócios (Formação/Qualificações)

5. Estratégia de Negócio

Neste item são apresentadas As Ameaças e Oportunidades apontando seus Pontos fortes e fracos, seus Objetivos e suas Estratégias

6. Plano de marketing

Qual a Estratégias de Vendas e o Diferencial Competitivo do produto, sua Distribuição, sua Política de preços e qual a Projeção de vendas. Como se estruturam seus Serviços Pós-venda e Garantia

7. Planejamento e Desenvolvimento do Projeto

Qual o Estágio atual e seu Cronograma. Qual o seu plano de Gestão das Contingências

8. Plano Financeiro

Qual o Investimento Inicial e suas Receitas. Quais devem ser seus Custos e Despesas e seu Fluxo de caixa. Aqui apresenta-se um Demonstrativo de Resultados / Lucratividade Prevista e o Ponto de Equilíbrio da empresa e seu Balanço Patrimonial.

- 2) **(2,5 pontos) Leia com atenção o trecho abaixo, publicado no jornal Valor Econômico em 19/06/2015 (às 05h00)**

CNC reduz projeção de vendas em 2015

Por Alessandra Saraiva | Do Rio

Com juros altos, crédito caro, e renda do trabalhador em desaceleração, além de aumentos em preços administrados importantes como luz, água e esgoto, a intenção de consumo das famílias em junho atingiu o pior nível em cinco anos. O

indicador Intenção de Consumo das Famílias (ICF), da Confederação Nacional de Comércio, Bens, Serviços e Turismo (CNC) mostrou recuo de 4,8% em comparação com maio e de 23,8% ante junho de 2014. Esse é o mais baixo patamar da série do índice, iniciado em 2010.

O cenário levou a entidade a revisar para baixo, pela quarta vez consecutiva, a projeção de variação no volume de vendas do comércio varejista restrito para 2015 que passou de -0,4% para -1,1%.

Caso seja confirmada a projeção, seria o pior resultado para o varejo desde 2003 (-3,7%), e bem abaixo do desempenho de 2014, quando as vendas subiram 2,3%. Para a economista da CNC, Juliana Serapio, não há sinais de reversão do atual quadro desfavorável para o consumo no curto e médio prazos.

Juliana ressaltou o impacto, no orçamento das famílias em junho, dos aumentos em preços administrados, como energia elétrica. Segundo ela, as famílias, que já estavam com orçamento apertado, tiveram que lidar este mês com a energia elétrica mais cara. Isso, na prática, deixou o consumidor ainda mais cauteloso com novas compras.

"Podemos ver, pelas datas comemorativas que tivemos até então, que o consumo opera em nível baixo, pois as vendas do comércio foram fracas", afirmou a economista da CNC. "Além disso, temos o ajuste fiscal, com as medidas promovidas pelo governo - o que é um fator que ajuda a enfraquecer a atividade econômica".

"Ao mesmo tempo", afirmou Juliana, temos um cenário político cada vez mais complicado", porque os embates políticos dificultam a aprovação de medidas com impacto macroeconômico. "Não prevejo melhora [na intenção de consumo das famílias este ano]", afirmou a economista.

Quais são os principais cuidados a registrar no Plano de Negócios quando se elabora a projeção de vendas? Responda procurando indicar as relações possíveis da sua resposta com o texto lido acima

Primordialmente, deve ser feita uma estimativa do quanto a empresa pretende vender ao longo do tempo, levando-se em conta a participação de mercado planejada. A demonstração das projeções deverá ser elaborada de acordo com a finalidade que se deseja:

se o desejo é por um controle operacional diário, as projeções deverão se iniciar em períodos diários, passando a semanais, mensais e assim por diante;

se o desejo é por um controle estratégico de médio prazo, como mostra o trecho citado, os períodos da demonstração poderão ser mensais, trimestrais, e assim por diante;

se o desejo é por um controle estratégico de longo prazo, como mostra o trecho citado, os períodos da demonstração poderão ser anuais; etc.

A seguir, sugere-se uma forma bastante razoável de demonstração destas projeções para um período de 5 anos, conforme abaixo:

mensalmente para o primeiro semestre,
trimestralmente para o segundo,
semestralmente para o segundo ano e
anualmente para os três últimos.

O empreendedor pode optar por adotar a técnica de cenários. Ou seja, ao invés de fazer uma única projeção, o que pode ser considerado extremamente arriscado num contexto de tanto incerteza e instabilidade como o atual, o empreendedor pode fazer, por exemplo, três projeções:

uma tendencial (se as coisas continuarem como estão...), como se pode verificar no trecho citado
uma pessimista (se isto ou aquilo der errado...)
e uma otimista (se isto ou aquilo der certo...).

O empreendedor que se sente confortável para fazer estas diferentes projeções de maneira coerente e fundamentada comprova bom conhecimento de seu ambiente de negócios, porque precisa ter uma noção de tendências acerca das mais diversas variáveis que podem afetar sua empresa.

Finalmente, cabe lembrar que o empreendedor não deve esquecer na projeção de vendas de considerar se os produtos/serviços estão sujeitos a oscilações sazonais

3) (1,5 ponto) Cite alguns aspectos nos quais o empreendedor deverá refletir ao definir as estratégias no Plano de negócios.

O empreendedor deve despertar para o fato de que para que sua empresa obtenha êxito, não basta ter um bom produto: é preciso ter um negócio. Produtos não geram receita por si só; negócios geram receita. E para que se tenha um negócio, é preciso ter uma estratégia e uma estrutura que permitam posicionar o produto em seu mercado. É comum empresas que possuem um bom produto "morrerem" porque não conseguiram encontrar uma maneira de posicionar este produto no mercado.

Alguns exemplos para ilustrar o que se quer dizer com tomar cuidado ao definir as estratégias no Plano de Negócios: não basta uma empresa ter um produto tecnologicamente revolucionário, se o preço dele está acima do que seu cliente pode pagar; não basta ter um produto "quentíssimo", que pode gerar receita a curto prazo para a empresa, se os empreendedores não identificaram outros espaços no mercado para explorar depois que este espaço inicial estiver esgotado (uma empresa não nasce para viver por apenas dois ou três anos – deve ter perspectiva de vida indeterminada e crescer continuamente); não adianta uma empresa ter o produto ideal para seu cliente, se não for encontrada uma maneira viável de fazer este produto chegar até ele; não adianta ter um produto interessante mas sem diferencial, que qualquer empresa possa fazer igual, sem dificuldade.

4) (2,5 pts) Responda:

4.1 - (0,5 pt) Qual a finalidade do “Resumo Executivo” de um Plano de Negócios?

4.2 - (1,0 pt) O que nele deve constar?

4.3 - (0,5 pt) Quais as principais características que devem ser assumidas na redação deste item?

4.4 - (0,5 pt) Em que momento este item deve ser elaborado?

4.1 - O Resumo Executivo é comumente apontada como a principal seção do Plano de Negócios, pois através dele é que o leitor perceberá se o conteúdo a seguir o interessa ou não e, portanto, se continuará, ou não, a ler o documento. Portanto, sua finalidade maior é a de "conquistar" o leitor.

4.2 - Nesta seção do Plano, deve constar um breve resumo da empresa ou negócio, sua história, área de atuação, foco principal e sua missão. É importante que esteja explícito ao leitor o objetivo do documento (ex.: requisição de financiamento junto a bancos, capital de risco, apresentação da empresa para potenciais parceiros ou clientes, apresentação de projeto para ingresso em uma incubadora etc.). Devem ser enfatizadas:

- as características únicas do produto ou serviço em questão, seu mercado potencial, seu diferencial tecnológico e competitivo.
- as perspectivas de futuro do negócio (oportunidades identificadas, o que se pretende fazer para abraçá-las, o que é preciso para tal, porque os empreendedores acreditam que terão sucesso, etc).

4.3 - Vale salientar para a redação do Resumo Executivo as seguintes características: redação sucinta, sem detalhes, mas em estilo claro, com cerca de uma a duas páginas, no máximo.

4.4 - Quanto ao momento de sua elaboração, o empreendedor terá condições de elaborar o Resumo Executivo apenas ao final da elaboração do Plano de Negócios, pois ele depende de todas as outras informações do Plano para ser feito.

5. (1 ponto) Quais são os principais aspectos que o profissional de Informática deve ter em conta segundo seu código de ética e deontologia profissional?

Por ser uma área profissional relativamente nova e em evolução, os códigos de conduta profissional desta área ainda não estão suficientemente consolidados. Atualmente, os principais aspectos a ter em conta pelos profissionais de informática e demais profissionais correlatos abrangidos pelo código de ética e deontologia profissional são:

- Acesso não-autorizado a recursos computacionais (hackers, crackers, vírus, etc.);
- Direitos de propriedade de software (pirataria);
- Confidencialidade e privacidade dos dados;
- Software que suporte atitudes preconceituosas;
- Software que possa causar riscos ao ambiente ou ao bem-estar humano.
- Riscos da computação e sistemas críticos com relação à segurança;
- Responsabilidade e regulamentação profissional;

6) (1,5 pontos) Comente 5 iniciativas que poderiam ser tomadas (ou que já estão sendo tomadas) por nós e/ou por empresas para diminuir o impacto negativo da informática sobre o meio-ambiente.

Usar máquinas pelo maior tempo possível.

Comprar equipamentos usados, pois fazer upgrade em computadores usados oferece de cinco a 20 vezes mais economia de energia do que reciclar.

Incentivar reciclagem, o reuso e a remanufatura de produtos ou componentes. Por exemplo telefones celulares, cartuchos de toner ou câmeras fotográficas descartáveis, já estão sendo remanufaturados com sucesso.

Algumas empresas vem recondicionando e revendendo computadores de seus mercados empresariais, e em troca de uma pequena taxa recolhem máquinas velhas para reciclagem.

Também mudança nas leis de tributação poderia permitir uma maior flexibilidade na dedução dos gastos com computação, recompensando, por exemplo, aqueles que comprarem computadores usados.