



Fundação CECIERJ - Vice Presidência de Educação Superior a Distância

Curso de Tecnologia em Sistemas de Computação

Disciplina: Empreendedorismo e Ética Profissional

AD2 / 1º semestre de 2008

GABARITO

1) 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. (3 pontos)

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) Simule que você está iniciando uma empresa de Informática e estabeleça um Plano de Marketing? (3 pontos)

O Plano de Marketing apresenta como o empreendedor pretende vender seu produto/serviço e conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda, sempre de acordo com a estratégia definida anteriormente no Plano de Negócios acerca do posicionamento da empresa no mercado.

Empresa: “Site fácil”

Desenvolvedora de projetos personalizados e hospedagem de websites

Estratégias de Vendas da Empresa “Site fácil”

- público-alvo: profissionais autônomos, micro e pequenas empresas.
- o serviço deve ser apresentado ao cliente potencial como a maneira mais atraente, rápida, econômica e segura de expor seus produtos/serviços na Internet, e assim ter a oportunidade de expandir seu mercado. Deve se ressaltar ao potencial cliente a importância de conquistar mercado via Internet, mostrando-lhe alguns números que indicam o extraordinário crescimento dos negócios eletrônicos. Também deve ser ressaltado o fato de que é necessário ter seus produtos/serviços expostos na Internet, pois esta é a tendência do mercado, de forma que quem estiver ausente da Internet tenderá a perder espaço para os concorrentes.
- destacar para o cliente potencial que o plano de desenvolvimento, hospedagem e manutenção de website que a “Site Fácil” oferece é bastante acessível em termos de preço, que inclui ainda serviço de suporte e atualização do site.

Diferencial Competitivo do serviço da Empresa “Site fácil”

O serviço é oferecido para pequenos clientes que têm necessidade de expor seus produtos/serviços na Internet, a preços acessíveis, sem necessidade de contratar profissionais e comprar equipamentos. Por uma taxa de adesão ao serviço, o cliente terá sua página desenvolvida de forma personalizada, pagando a seguir uma taxa mensal de manutenção de hospedagem do seu sítio em provedor seguro, com suporte e direito a atualizações. Evidenciar especialmente a tecnologia de segurança utilizada pela “Site Fácil” como um diferencial importante para assegurar a integridade e a confiabilidade dos sites por ela hospedados.

O maior diferencial oferecido pela “Site Fácil” é a especialização em clientes de pequeno porte, ou seja, de baixo orçamento.

Distribuição da Empresa “Site fácil”

A “Site Fácil” oferece seus serviços através de seu site na Internet, onde o cliente potencial poderá solicitar a visita de um representante comercial

Plano de marketing e comercialização da Empresa “Site fácil”

Os serviços da “Site Fácil” deverão ser anunciados e divulgados:

- em catálogos telefônicos do tipo “Listas Amarelas”;
- em suplementos de informática dos principais jornais;
- em suplementos de bairros dos principais jornais;

- em feiras de negócios de informática patrocinadas pelo SEBRAE, por Associações Comerciais, etc;
- através de mala direta eletrônica;
- estabelecimento de convênios com associações profissionais (CREMERJ, CREA, etc) com descontos para seus associados

Defina uma marca para sua empresa e/ou produtos/serviços

“Site Fácil” – marca escolhida para enfatizar a facilidade da qual dispõe o cliente potencial para ter o seu próprio site na Internet.

Defina uma estratégia de posicionamento/imagem em relação ao mercado

A “Site Fácil” privilegia soluções de baixo custo, pois pretende conquistar o profissional autônomo, a micro e a pequena empresa que necessitam de uma solução web, com um atendimento de qualidade a um preço acessível.

Política de preços

Os preços devem ser os menores possíveis, apostando em margens de lucro reduzidas compensadas por um maior volume de vendas.

Explicitar os valores da taxa de adesão e da taxa de manutenção mensal, procurando indicar os preços maiores oferecidos pelos concorrentes.

3) O que é uma Incubadora de Cooperativas Sociais? Quais são os seus objetivos ?(2 pontos)

Uma incubadora de cooperativas sociais – ICS – é uma entidade cujo trabalho consiste na incubação de cooperativas populares, oferecendo um suporte de caráter dialógico e educativo à formação e desenvolvimento de cooperativas de trabalhadores. Desta forma, uma ICS contribui igualmente para o fortalecimento do cooperativismo popular como alternativa de política pública. O objetivo maior de uma ICS é o de promover as organizações populares, buscando gerar alternativas de trabalho, renda e cidadania através de empreendimentos solidários e de autogestão. Algumas ICS também objetivam a incubação de outras incubadoras.

4) Quais são os principais aspectos que o profissional de Informática deve ter em conta segundo seu código de ética e deontologia profissional? (2 pontos)

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;