



Fundação CECIERJ - Vice Presidência de Educação Superior a Distância

Curso de Tecnologia em Sistemas de Computação

Disciplina:

AP 2 1º semestre de 2009

GABARITO

- 1) **Uma das visões mais disseminadas a respeito do empreendedorismo é que trata-se de uma decorrência do indivíduo empreendedor, geralmente descrito como um sujeito disciplinado, que assume riscos, que é inovador, orientado a mudanças, persistente, enfim, que é um líder visionário. Explícite alguns dos problemas desta visão. (1,5 ponto)**

É muito difícil imaginar um único indivíduo como sede da ação empreendedora, uma vez que:

- características individuais não são “universais” (são históricas e culturais – correspondem a um tempo e a um lugar);
- nenhum estilo de liderança é bem sucedido o tempo todo;
- as supostamente “necessárias” características psicológicas e de sociabilidade do empreendedor nem são necessárias nem sequer suficientes (por exemplo, basta imaginar os problemas de financiamento dos negócios empreendedores, um tópico intimamente vinculado às questões de políticas públicas).

- 2) **Descreva quais devem ser as preocupações do empreendedor quando analisar no Plano de negócios a questão da política de preços. (2 pontos)**

Neste item será indicada a estratégia de preços a ser adotada pela empresa e as margens de lucro praticadas, sendo interessante listar um *ranking* de preços que permita um comparativo com a concorrência. Neste ponto, o empreendedor deve demonstrar a lógica de sua estratégia:

- por que o preço praticado é efetivamente o melhor preço em termos de resultado para a empresa?
- É melhor porque permite maior volume de vendas?
- É melhor porque oferece maior margem de lucro?

Neste último caso, é importante ressaltar porque o cliente estaria disposto a pagar por esta maior margem.

Enfim, o empreendedor deve buscar subsídios (em outras partes do próprio Plano de Negócios) para demonstrar que existe harmonia entre as diversas estratégias propostas.

- 3) **O que deve constar no Plano de Negócios referente ao quadro de pessoal? (2 pontos)**

Primeiramente, deve ser elaborada uma seção denominada “Perfil Individual dos Sócios (Formação/Qualificações)”, na qual conste um breve resumo da formação, qualificações, habilidades e experiência profissional dos sócios. Se os empreendedores desejarem disponibilizar o currículo completo dos sócios, devem colocá-lo em anexo. É bom lembrar que o sucesso de uma empresa pode ser determinado pela capacidade dos donos do negócio e pela quantidade de tempo que eles serão capazes de dedicar a este negócio.

Em seguida, uma outra seção deverá indicar o quadro de pessoal necessário ao negócio. Nesta seção deve ser dimensionada a equipe de trabalho, relacionando número de empregados, cargos, salários e encargos sociais esperados. Deve ser feito também um resumo das responsabilidades e qualificações de cada pessoa. É recomendável que se faça inicialmente um organograma da empresa, definindo claramente as funções e linhas hierárquicas, pois isso com certeza ajudará a definir o perfil das pessoas que deverão ser contratadas. Assim é possível definir com clareza o número de pessoas, quais serão seus cargos, funções e responsabilidades e principalmente a qualificação exigida para realizar o trabalho a contento. Com estas informações, haverá condições de procurar no mercado o profissional adequado às necessidades da empresa aliado aos recursos disponíveis.

4) 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. (1 ponto)

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.

5) Simule que você está iniciando uma empresa de automação comercial e estabeleça um Plano de Marketing? (1,5 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: “Varejo fácil”

Desenvolvedora de projetos personalizados de automação comercial

Estratégias de Vendas da Empresa “Varejo fácil”

- público-alvo: profissionais autônomos, micro e pequenas empresas.
- o serviço deve ser apresentado ao cliente potencial como a maneira mais rápida, econômica e segura de comercializar seus produtos/serviços, e assim ter a oportunidade de estabelecer um controle eficaz do seu processo comercial. Deve se ressaltar ao potencial cliente a importância desse controle, mostrando-lhe alguns números que indicam as extraordinárias possibilidades de um melhor controle de estoque, de compras e de caixa.
- destacar para o cliente potencial que o plano de automação comercial que o “Varejo Fácil” oferece é bastante acessível em termos de preço, que inclui ainda serviço de suporte e atualização dos aplicativos.

Diferencial Competitivo do serviço da Empresa “Varejo fácil”

O serviço é oferecido para pequenos clientes que têm necessidade de controlar seu processo de comercialização, a preços acessíveis, sem necessidade de contratar profissionais. Por uma taxa de adesão ao serviço, o cliente terá sua aplicação de automação comercial desenvolvida de forma personalizada, pagando a seguir uma taxa mensal de manutenção, com suporte e direito a atualizações. Evidenciar especialmente a tecnologia de segurança utilizada pelo “Varejo Fácil” como um diferencial importante para assegurar a integridade e a confiabilidade dos seus aplicativos. Evidenciar também que, contrariamente ao que faz a concorrência, a empresa não se propõe a oferecer pacotes de software fechados, mas sim procura desenvolver aplicações adequadas às necessidades dos clientes.

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

Distribuição da Empresa “Varejo fácil”

O “Varejo 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 “Varejo fácil”

Os serviços do “Varejo 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

“Varejo Fácil” – marca escolhida para enfatizar a facilidade da qual dispõe o cliente potencial para ter o seu próprio software de automação comercial.

Defina uma estratégia de posicionamento/imagem em relação ao mercado

O “Varejo Fácil” privilegia soluções de baixo custo, pois pretende conquistar o profissional autônomo, a micro e a pequena empresa que necessitam de uma solução de automação comercial, 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.

6) Quais são os principais aspectos que o profissional de Informática deve ter em conta segundo seu código de ética e deontologia profissional? (1,0 ponto)

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;

7) Quais os aspectos positivos da remanufatura para o meio ambiente ? (1,0 ponto)

Além da reciclagem, o reuso e a remanufatura de produtos ou componentes podem ser uma opção ecológica e econômica ainda melhor para a economia de ciclo, desde que a oferta e demanda estejam em equilíbrio. Computadores de marca, telefones celulares, cartuchos de toner ou câmeras fotográficas descartáveis, já estão sendo remanufaturados com sucesso. A tradição em remanufatura, que era ajustada aos investimentos de longa duração, como no caso das máquinas operatrizes, aviões, equipamentos militares e motores de automóveis, também foi estendida para um grande número de bens de consumo com tempo de vida inferior e valores relativamente baixos.

Telefones sem fio, rádios FM e computadores pessoais são exemplos destes novos produtos que são reprocessados. É possível afirmar que a remanufatura constitui uma alternativa à reciclagem convencional na missão de atender as taxas de recuperação de produto e a redução de impacto no meio ambiente. Quando conduzida pelos fabricantes originais de equipamentos, a remanufatura é alta e rotineiramente e integrada ao desenvolvimento de produto, marketing, distribuição, processos de logística reversa e produção.

Casos de remanufatura mais usuais: fabricantes de fotocopiadoras, cartuchos de toner e câmeras.