

INSTITUTO POLITÉCNICO DE BEJA
Escola Superior de Tecnologia e Gestão
CTeSP em Redes e Sistemas Informáticos

Empreendedorismo

Projeto

André Reis

Guilherme Vieira

Beja

04/02/2022

Índice

1.	Título do projeto	4
1.1	Nome do projeto	4
2.	Dados do projeto	4
2.1.	Ideia de negócio, Características, Utilidade	4
2.2.	Razões que justificam o projeto	4
2.3.	Características pessoais dos promotores	4
2.4.	Atividade a desenvolver	5
2.5.	Situação geográfica (localização, mapa, plano e justificação)	5
2.6.	Ativos: local, equipamentos, móveis e ferramentas	5
2.7.	Objetivos que se pretendem alcançar.....	5
2.7.1.	Objetivos gerais, responsabilidade social e proteção ao meio ambiente ...	5
2.8.	Forma jurídica da empresa (justificação da forma jurídica).....	6
3.	Desenvolvimento do projeto.....	6
3.1.	Descrição do produto (abordar o carácter inovador do produto)	6
3.2.	Descrição do mercado (análise do meio envolvente geral e meio envolvente específico).....	8
3.3.	Cliente alvo (Idade, profissão, nível cultura, hábitos de consumo e/ou utilização do serviço).....	8
3.4	Descrição da concorrência	8
3.5.	Descrição dos fornecedores.....	8
3.6.	Análises SWOT.....	9
4.	Plano de Marketing.....	9
4.1.	Produto - Ciclo de vida	9
4.2.	Preço (baseado nos custos, concorrência, perceção clientes)	9
4.3.	Distribuição	10
4.4.	Formas de comunicação e publicidade	10
5.	Plano de investimento - Balanço previsional	11
6.	Plano de operações (Vendas, compras, custo pessoal, amortizações).....	11
7.	Plano Financeiro.....	12
7.1.	Fontes de financiamento do projeto.....	12
7.2.	Orçamento de tesouraria.....	12
8.	Plano de Recurso Humanos	13
8.1.	Organograma.....	13

8.2. Criação de emprego (número de trabalhadores necessários, funções, nível profissional, formação, experiência)	14
8.3. Política de pessoal, seleção de pessoal e tipos de contrato.....	15
9. Serviço ao cliente, pré-venda e pós-venda.....	15
10. Implantação de um sistema de gestão empresarial (ERP- CRM) na empresa.	16
11. Criação do website e do comércio eletrónico.	16
12. Documentação administrativa e calendário de início da atividade (Trâmites de constituição da empresa).	18
13. Aplicação da lei de proteção de dados, segundo norma vigente.	18
14. Plano de prevenção de riscos no trabalho segundo norma vigente.....	18
15. Conclusão	19

Lista de Tabelas

Tabela 1 – Amortização	11
Tabela 2 – Gastos mensais	11
Tabela 3 – Finanças geral de 2022	13

Lista de Figuras

Figura 1 – Caixa de Ferro	7
Figura 2 – Caixa em Alumínio	7
Figura 3 – Caixa em Madeira.....	7
Figura 4 – Ventoinha Noctua.....	7
Figura 5 – Ventoinhas Personalizadas.....	7
Figura 6 – Análise SWOT	7
Figura 7 – Organograma Sócios 2022.....	13
Figura 8 – Organograma Empregados 2022.....	14
Figura 9 – Website ColdDesing.....	17
Figura 10 – Website ColdDesing.....	17

1. Título do projeto

1.1 Nome do projeto

O nome do projeto (ColdDesign) baseia-se na junção da palavra “Cold” com palavra “Design”, a palavra “Cold” refere-se à boa refrigeração que as nossas caixas de computadores oferecerem sendo que a palavra “Design” refere se às variadas opções de customização que é possível fazer nas mesmas.

2. Dados do projeto

2.1. Ideia de negócio, Características, Utilidade

A ideia de negócio é criar uma empresa que venda caixas de computadores com uma grande variedade de opções de escolha de materiais, tamanhos, cores e designs.

O produto vendido pela nossa empresa terá a mesma utilidade que os da concorrência, ou seja, armazenar os componentes de um computador dentro da caixa, porém este nosso produto oferece um vasto leque de customizações possíveis.

2.2. Razões que justificam o projeto

Com a investigação feita ao nicho de mercado que nos envolve descobrimos que os produtos atualmente existentes carecem das características que oferecemos, como tal decidimos criar um produto que tivesse essas mesmas características satisfazendo os clientes com os atributos em falta.

2.3. Características pessoais dos promotores

Nós os constituintes do projeto, André Reis (19 anos) e Guilherme Vieira (20 anos) estudamos no Instituto Politécnico de Beja no curso de Redes e Sistemas assim como somos participantes ativos em alguns eventos, fóruns e estamos sempre atentos aos produtos lançados pelas empresas, assim como temos as qualidades necessárias para criar uma empresa de sucesso: **Proatividade, Responsabilidade, Comprometimento e Organização.**

2.4. Atividade a desenvolver

A nossa empresa trabalha em conjunto com vários fornecedores de materiais para assim ter várias opções de escolha de preços e qualidade.

Os fabricantes de peças fabricam as placas constituintes das caixas dos computadores, para depois estas mesmas peças serem levadas para a respetiva empresa em Lisboa para serem montadas e levarem um acabamento final para depois de finalizadas poderem ser expelidas para as lojas de produtos informáticos e por sua vez serem compradas pelos consumidores.

2.5. Situação geográfica (localização, mapa, plano e justificação)

A localização da empresa foi influenciada pela localização dos materiais pois quanto maior for o deslocamento desses até à própria empresa maior será o custo do produto, para assim compensar o custo do deslocamento. A nossa empresa será situada em Lisboa pois esta localização torna possível a fácil entrega dos produtos tanto para o norte como para o sul do país.

2.6. Ativos: local, equipamentos, móveis e ferramentas

Os ativos são uma pequena construção localizada no centro de Lisboa com 85m², 4 cadeiras, 4 secretárias, 4 computadores e a Internet.

2.7. Objetivos que se pretendem alcançar

2.7.1. Objetivos gerais, responsabilidade social e proteção ao meio ambiente

O Roteiro dos objetivos é bastante importante para delinear metas, não só devido à importância de adquirir clientes e investidores assim como para ter organização, ao delinear objetivos está sendo criado um compromisso para que a empresa alcance os seus objetivos o mais rápido possível. No caso da nossa empresa o roteiro será o seguinte:

- Conseguir estabelecer acordos com novos fabricantes, fornecedores de materiais e transportadoras.
- Inserir no mercado o nosso produto principal, oferecendo um vasto leque de customizações possíveis.
- Ter um site e redes sociais para assim divulgar os produtos.

- Criar várias gamas de produtos.
- Ter parcerias com outras empresas da mesma área.
- Investir na publicidade nas redes sociais, assim como fornecer alguns produtos para canais de tecnologia no Youtube Português conseguindo assim ter mais visibilidade.
- Criar cada vez mais produtos e customizações possíveis.

Para promover a proteção ao meio ambiente a nossa empresa vai trabalhar o máximo possível com materiais recicláveis e com formas verdes de fabrico de produtos. Iremos criar uma gama de produtos feita a partir de materiais reciclados, assim como teremos vários materiais como por exemplo as borrachas antiderrapantes das caixas serão feitas a partir da reutilização da borracha de pneus, os sacos de ar, esferovite e a caixa de cartão que protege o próprio produto serão feitos a partir de materiais reciclados.

2.8. Forma jurídica da empresa (justificação da forma jurídica)

A forma jurídica escolhida para a empresa será uma sociedade por quotas entre os 2 constituintes deste projeto, de entre todas as formas jurídicas existentes esta foi a que melhor se adaptava ao nosso modelo de negócio. Com esta forma jurídica teremos um imposto sobre o rendimento (IRC) com uma taxa fixa de 21% (Portugal continental), dependente do lucro tributável poderemos ou não ter uma taxa extra e teremos um TOC (técnico oficial de contas), que nos ajudará a ter a contabilidade organizada.

3. Desenvolvimento do projeto

3.1. Descrição do produto (abordar o carácter inovador do produto)

Depois de um estudo de mercado com o objetivo de perceber quais os desejos dos clientes chegámos à conclusão de que estes gostavam de ter a possibilidade de escolher diferentes características nos produtos, esta liberdade não lhes é dada por parte dos produtos dos concorrentes. Como tal o produto desenvolvido pela nossa empresa tornou-se uma opção viável para esses mesmos clientes conseguiram escolher entre diferentes cores, tamanhos, tipos de materiais e tipos de acabamentos.

A nível de cores teremos mais de 20 opções de cores, podendo serem feitos desenhos ou estampar imagens de acordo com a escolha do cliente, a nível de materiais teremos várias opções: o normal ferro (Figura 1), alumínio (Figura 2) e madeira (Figura 3) ou plástico reciclado, podendo constituir a caixa com mais de 1 destes materiais, por exemplo ter a caixa em ferro e madeira.

A nível de acabamentos será possível escolher o formato das zonas de saída e entra de ar das caixas, as opções possíveis: pequenos buracos, rede de retenção de pó removível (Figura 1) ou em vidro, é ainda possível escolher entre painéis em acrílico, vidro temperado ou em chapa, sendo possível misturar o uso dos mesmos.

O cliente ainda poderá personalizar ventoinhas conforme o seu gosto podendo escolher qual a marca das mesmas ou então ser o próprio a personalizar como é demonstrado na figura 5. As seguintes figuras (1,2,3) são apenas para fins explicativos não são referências ao produto final.



Figura 1 – Caixa de Ferro



Figura 2 - Caixa em Alumínio



Figura 3 – Caixa em Madeira



Figura 4 – Ventoinha Noctua



Figura 5 – Ventoinhas Personalizadas

3.2. Descrição do mercado (análise do meio envolvente geral e meio envolvente específico)

Atualmente não existem empresas que oferecem produtos nem permitem ter uma configuração tão livre como a nossa, muitas das empresas estabelecidas no mercado ou já tem um design que as referencia ou optam por inovar no design das caixas porém nenhuma delas dá ao comprador a opção de escolha das características da sua caixa.

O nosso produto traz para o mercado uma maior variedade de customização, algo que é cada vez mais procurado pelos consumidores, pois a exigência destes cada vez é maior, como tal ao construirmos um produto mais versátil ajudará a angariar novos clientes.

3.3. Cliente alvo (Idade, profissão, nível cultura, hábitos de consumo e/ou utilização do serviço)

O cliente alvo deste produto são todas as pessoas que querem ter um computador desktop, este produto não tem uma faixa etária definida pois podemos ter pessoas a usufruir do mesmo tendo apenas 10/12 anos até idosos, a profissão pouco influência pois este produto pode ser usado por quem trabalha na área da informática ou noutra área qualquer, este pode tanto servir para trabalho ou para entretenimento. Como este produto tem várias gamas de preços e diferentes configurações aplicáveis este pode ser tanto desejado por quem apenas quer algo barato ou por clientes bastante exigentes.

3.4 Descrição da concorrência

A maioria da concorrência apesar de já estar no mercado há anos não têm produtos com as características que os nossos produtos proporcionam assim não conseguindo satisfazer os clientes mais exigentes.

3.5. Descrição dos fornecedores

Os fornecedores estão todos situados em Portugal Continental facilitando assim a entrega dos produtos com custos de entrega mais acessíveis, os materiais fornecidos são: metais que constituem a caixa desde ferro a alumínio fornecido pela - Ferro Alumínios Cacém, as placas de vidros dos produtos vêm da – VidroSegur, os materiais reciclados vêm da Fitexar e por fim as madeiras vêm da Madeiras de Coa.

Esta escolha de fornecedores foi feita tendo em conta a qualidade das matérias, preço, preço do transporte do mesmo e localização.

3.6. Análises SWOT

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">- Variedade de opções e customizações;- Preços para diferentes segmentos de mercado;- Vários fornecedores de matérias.	<ul style="list-style-type: none">- Sem fidelização de clientes;- Falta de um grande investimento inicial.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">- Boa localização;- Grande crescimento na área da informática;- Crescente procura de uma maior variedade de customização.	<ul style="list-style-type: none">- Produto novo no mercado;- Forte concorrência no mercado.

Figura 6 – Análise SWOT

4. Plano de Marketing

4.1. Produto - Ciclo de vida

O produto que fornecemos está numa fase de introdução no mercado como tal vai levar ainda muitos anos no mercado não só por ter sido um produto introduzido no mercado há pouco tempo mas também porque a função que este desempenha ainda não consegue ser substituída por algo melhor.

4.2. Preço (baseado nos custos, concorrência, percepção clientes)

Os preços dos produtos já têm em conta os gastos nos transportes, no nosso caso é possível praticar preços mais “acessíveis” em relação à concorrência porque todas as partes constituintes do nosso produto são provenientes do território nacional.

Como a nossa empresa é recente no mercado é necessário primeiro estabelecer uma base firme de clientes e para tal no início é necessário ter preços mais em “conta”, estando dispostos a sacrificar a percentagem de lucro para poder acolher o maior número de cliente possível e no futuro consoante o lançamento de novos produtos irá estabelecer se a margem de lucro que a empresa pretende.

O preço do produto vai de encontro às expectativas do cliente destacando a nossa empresa de entre as demais empresas no seu nicho de mercado.

Preços de cada gama/segmento e as suas respetivas características:

Segmento Premium - Preço (130€ a 300€)

Existe uma grande margem de preços pois este dependente muito da escolha dos materiais e os tipos de customizações.

Características:

- Sendo esta a gama premium o cliente pode fazer qualquer escolha na customização, o preço final do produto dependerá da quantidade e tipo de escolhas do mesmo.

Segmento mediano - Preço (80€ a 130€)

Características:

- Escolha mais limitada onde podemos escolher alumínio e aplicar cores (20 possíveis) mas não podemos inserir imagens na caixa.
- Livre escolha entre os diferentes tipos de filtros de ar.

Segmento base Preço (40€ a 80€)

Características:

- Apenas podemos aplicar cores e temos apenas chapa como opção de construção do produto.
- A caixa apenas poderá ter painéis em acrílico ou em chapa, ao contrário dos outros segmentos que podem ter qualquer opção.

Segmento de equipamentos feitos com materiais recicláveis - Preço (30€ a 200€)

Neste segmento existe uma grande margem de preços pois o mesmo depende muito da escolha dos materiais e os tipos de customizações.

Características:

- Podemos ter uma caixa completamente feita em madeira ou plástico reciclável, dependendo das customizações irá haver um acréscimo no preço do produto.

4.3.Distribuição

O nosso produto irá estar tanto disponível na nossa loja física como no nosso site oficial, também será possível comprar os nossos produtos em outras lojas online que existem em Portugal, lojas essas que poderão ter parcerias e produtos de edição limitada num breve futuro.

4.4. Formas de comunicação e publicidade

O meio de publicidade que a nossa empresa está a apostar é no marketing passa-a-palavra, onde os clientes são a maior influência da publicidade, pois estes ao comunicarem com amigos e familiares vão lhes dar a conhecer os produtos da nossa empresa, esta técnica é usada atualmente e fez empresas como a Xiami crescer.

Ao usar este meio de publicidade não se investe praticamente nada mas consegue se dar a conhecer os nossos produtos a cada vez mais clientes e assim angariar mais vendas. Os nossos produtos também vão se encontrar disponíveis nas lojas online mais conhecidas de Portugal.

5. Plano de investimento - Balanço previsional

Nas duas tabelas abaixo estão descritos os gastos mensais que variam consoante o crescimento de mercadoria que precise de ser transportada e a amortização são parte dos gastos feitos nos ativos necessários, estes são calculados a partir do tempo de vida útil dando assim o gasto mensal do mesmo.

Amortização		
4 - Computadores	2000	$2000/36=55,56\text{€}$
4 - Kits de ferramentas	200	$200/24=8,34\text{€}$
Material de escritório (4 cadeira e 4 secretária)	600	$600/48=12,5\text{€}$
Licenças de software	200	$200/12=16,67\text{€}$
Total		93,07

Tabela 1 – Amortização

Gastos Mensais	
Material para a empresa (Variado)	100
Arredamento do espaço (Mês)	400
Eletricidade	70
Água	50
Transporte das mercadorias (Custo Variável)	1500
Limpezas	50
Seguros	100
Sistema de segurança	50
Total	2320

Tabela 2 – Gastos mensais

6. Plano de operações (Vendas, compras, custo pessoal, amortizações)

Juntamente com a criação da nossa empresa vem os gastos, vendas e lucro.

Para conseguir mitigar os gastos a nossa empresa optou sempre por escolher produtos/serviços que nem fossem muito baratos nem muito caros, estes tinham de cumprir o requisito qualidade/preço, como tal nas figuras acima podemos ver os gastos mensais, estes são gastos controlados.

Na parte da amortização temos apenas o essencialmente necessário a um preço razoável, nos gastos mensais podemos ver que não existe uma grande variação de preço no que diz respeito à água, eletricidade, limpeza e afins, os gastos que mais variam são os valores dos transportes de mercadorias.

Os salários apesar de serem bons, ainda conseguem ter uma boa correlação com os gastos da empresa e estes refletem-se nas vendas, à medida que as vendas foram aumentando vai sendo necessário contratar empregados.

7. Plano Financeiro

7.1. Fontes de financiamento do projeto

O projeto é financiado pelos 2 envoltentes do projeto, contribuindo cada envolvente com metade do financiamento, a distribuição dos diferentes componentes do investimento já foi decidida. Cerca de 50% do lucro da empresa será reinvestido no projeto para assim fazer com este cresça ainda mais e para financiar pesquisas de novos produtos.

7.2. Orçamento de tesouraria

Este orçamento anual de tesouraria contempla todos os fluxos financeiros independentemente da sua origem ou destino, tais como, ciclos das operações de exploração, das operações de investimento e das operações financeiras. Este orçamento agrega o saldo inicial, os recebimentos, pagamentos e saldo final mais ou menos sintetizado.

Este planeamento financeiro serve para a empresa se informar acerca dos recursos financeiros que tem ao seu dispor, de que recursos necessita e onde pode procurar recursos. Neste orçamento são abordados todos os pequenos investimentos da empresa como um todo consolidado e projetados os resultados que, no seu conjunto, poderão gerar no horizonte temporal definido (ano de 2022).

O orçamento resulta dos planos de ação, evidenciando estimativas de custos, proveitos e outras relativas à atividade económica e financeira da empresa.

Ano 2022	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total
1. Saldo Inicial	9000	10000	12500	13000	13000	13500	14500	15000	13500	15500	16500	18500	
2. Recebimentos	8000	12000	11000	15000	18000	19000	18000	20000	25000	23000	27000	32000	228000
Vendas	8000	12000	11000	15000	18000	19000	13000	20000	25000	23000	27000	32000	228000
Serviços prestados							5000						5000
Outros rendimentos													
Empréstimos													
Sócios/Acionistas/Capital													
Desinvestimentos													
Reembolso de aplicações de tesouraria													
Juros e rendimentos similares													
Outros renecebimentos													
3. Pagamentos	4928,8	7318,8	8793,8	10826,6	10526,6	14321,6	15974,6	17389,6	17021,6	18506,6	20196,6	23176,6	168961,8
Salários						3000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	
Compras	2000	3400	3200	4000	4500	5000	4500	5700	6500	6000	7000	8500	
Amortizações	93,07	93,07	93,07	93,07	93,07	93,07	93,07	93,07	93,07	93,07	93,07	93,07	
Estado/impostos	215,73	1005,73	2980,73	3233,53	3233,53	3628,53	4181,53	4576,53	3628,53	4813,53	5603,53	7183,53	40656,43
Fornecimentos e serviços externos													
Aplicações de tesouraria													
Investimentos													
Reembolso de empréstimos													
Juros de empréstimos													
Gastos mensais	2320	2320	2320	2500	2500	2500	2800	2800	2500	3000	3000	3000	31560,00
Gastos na exploração/criação novos produtos	300	500	200	1000	200	100	400	200	300	600	500	400	4700
Outros pagamentos													
4. Saldo final	12071,2	14681,2	14706,2	17173,4	20473,4	18178,4	16525,4	17630,4	21478,4	19993,4	23303,4	27323,4	

Tabela 3 – Finanças geral de 2022

8. Plano de Recurso Humanos

8.1. Organograma

Com este organograma é possível perceber a separação de tarefas/responsabilidades de cada envolvente da empresa, na figura 7 é possível perceber que cada sócio tem responsabilidades diferentes porém estas podem ser partilhadas entre todos pois todos os sócios têm a mesma autoridade nas decisões da empresa.



Figura 7 – Organograma Sócios 2022

Como era de esperar os empregados têm responsabilidade em algumas funções dentro da empresa mas como é obvio estes não podem participar diretamente nas funções dos sócios, por isso foram atribuídas responsabilidades sobre diferentes departamentos que estes podem ficar a cargo.

O Artur que por já ter trabalhado em outras empresas está mais habituado a trabalhar com atendimento aos clientes e a gerir encomendas, este depois em conjunto com o Luís participa nos serviços de pesquisa, serviços esses que fazem pesquisas para criação de novos produtos.

O Luís participa com o João nos projetos, esses estão relacionados com as pesquisas, se as mesmas forneceram dados positivos estas então serão avaliadas e aplicadas na criação de novos produtos, esses produtos são depois desenvolvidos nos projetos.

O João tem de tratar do website da empresa, pois este tirou licenciatura e nela aprendeu sobre criação de websites e programação, este é o mais apto ao trabalho.

Tal como no organograma dos sócios todos os trabalhadores podem participar uns nas tarefas dos outros, assim ajudando-se caso haja dificuldades, porém os sócios têm sempre a decisão final sobre as ações, como por exemplo estes é que decidem se consoante a pesquisa feita pelos colaboradores se vão avançar e criar um novo produto ou não.

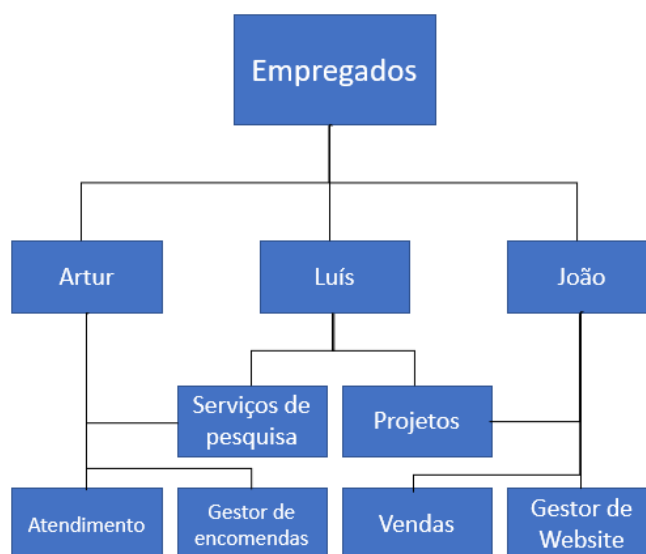


Figura 8 – Organograma Empregados 2022

8.2. Criação de emprego (número de trabalhadores necessários, funções, nível profissional, formação, experiência)

Atualmente (Fevereiro) ainda não é necessário ter empregados porém como já foi feita uma estimativa tento por base o crescimento nos seguintes meses o que vai fazer com

que seja necessário contratar vários empregados, no ponto anteriormente falado foram já estruturadas as tarefas necessárias a fazer por 3 colaboradores.

Os 2 trabalhadores licenciados João e Luís (nomes representativos) irão ser contratados em Junho e o Artur, trabalhador não licenciado porém tem mais experiência de trabalho que os demais irá ser contratado em Julho.

No total a empresa terá 5 pessoas no ano de 2022, dependendo do crescimento da mesma irão ser contratados depois mais trabalhadores. Nós sócios estaremos encarregues das tarefas administrativas, do marketing e encarregues do departamento de planeamento e Tesouraria, enquanto os colaboradores estarão encarregues do atendimento, desenvolvimento de projetos e outras tarefas.

8.3. Política de pessoal, seleção de pessoal e tipos de contrato

Durante o processo de seleção temos em consideração as qualificações de cada candidato, vemos se este frequentou alguma universidade/politécnico e qual o seu aproveitamento, também temos em consideração se este tem experiência dentro da área ou não e quais os seus objetivos de carreira e ambições. Com tudo isto em mente temos diferentes contratos com algumas diferenças tanto a nível salarial como a nível de responsabilidades.

O João e Luís que são licenciados têm direito a um salário um pouco mais elevado que o Artur e diferentes responsabilidades, no caso o Artur como tem mais experiência fica encarregue do atendimento ao cliente, gestão de encomendas e serviços de pesquisa, como já esteve em outras empresas este tem uma melhor noção do que precisa ser feito e sabe tratar dessas tarefas melhor que os seus colegas. No entanto este apesar de ganhar um pouco menos, o seu salário tem em conta a sua experiência de trabalho, algo que valorizamos tanto ou mais que o conhecimento teórico que o João e o Luís.

9. Serviço ao cliente, pré-venda e pós-venda.

Serviço/atendimento ao cliente irá ficar a cargo dos empregados da nossa empresa.

A pré-venda é uma etapa importante para identificar futuros clientes como tal a nossa empresa já tem uma estratégia preparada, algo que trará mais benefícios a um custo menor otimizando assim as vendas.

Depois de uma compra finalizada é importante que a empresa continue tendo contacto com o cliente mesmo que pouco, pois este assim sentir-se-á acolhido pela empresa o que poderá ser um fator que ajude o mesmo a fazer futuras compras ou até mesmo divulgar os produtos a amigos e familiares. A nossa empresa irá entrar em contacto com o comprador via email alguns dias depois de este efetuar a sua compra para saber se o

mesmo está satisfeito ou se existem problemas com a sua compra para assim conseguir resolver o problema o quanto antes.

10. Implantação de um sistema de gestão empresarial (ERP-CRM) na empresa.

A implementação de um sistema de gestão empresarial na nossa organização é algo que ajuda a gerir vários componentes/tarefas importantes, conseguindo automatizar variados processos, sendo os mais importantes a contabilidade e cobrança (gerenciamento financeiro), endereço E-mail da empresa, telefonemas, o chatbot entre outras tarefas.

11. Criação do website e do comércio eletrónico.

Como já foi falado anteriormente e com não podia faltar foi criado um website para mostrar todos produtos da nossa empresa, na figura 9 está representado o mesmo.

Na figura 10 está representada a melhor funcionalidade do nosso site, o ChatBot, este responde a muitas perguntas/dúvidas automaticamente, algo que ajuda bastante no atendimento ao cliente, pois muitos clientes fazem perguntas comuns, logo ter um serviço que não precise de interação humana para responder é algo que facilita bastante. Se as respostas do Bot não foram satisfatórias a comunicação será redirecionada aos colaboradores da empresa para estes assim satisfazerem as necessidades dos clientes.

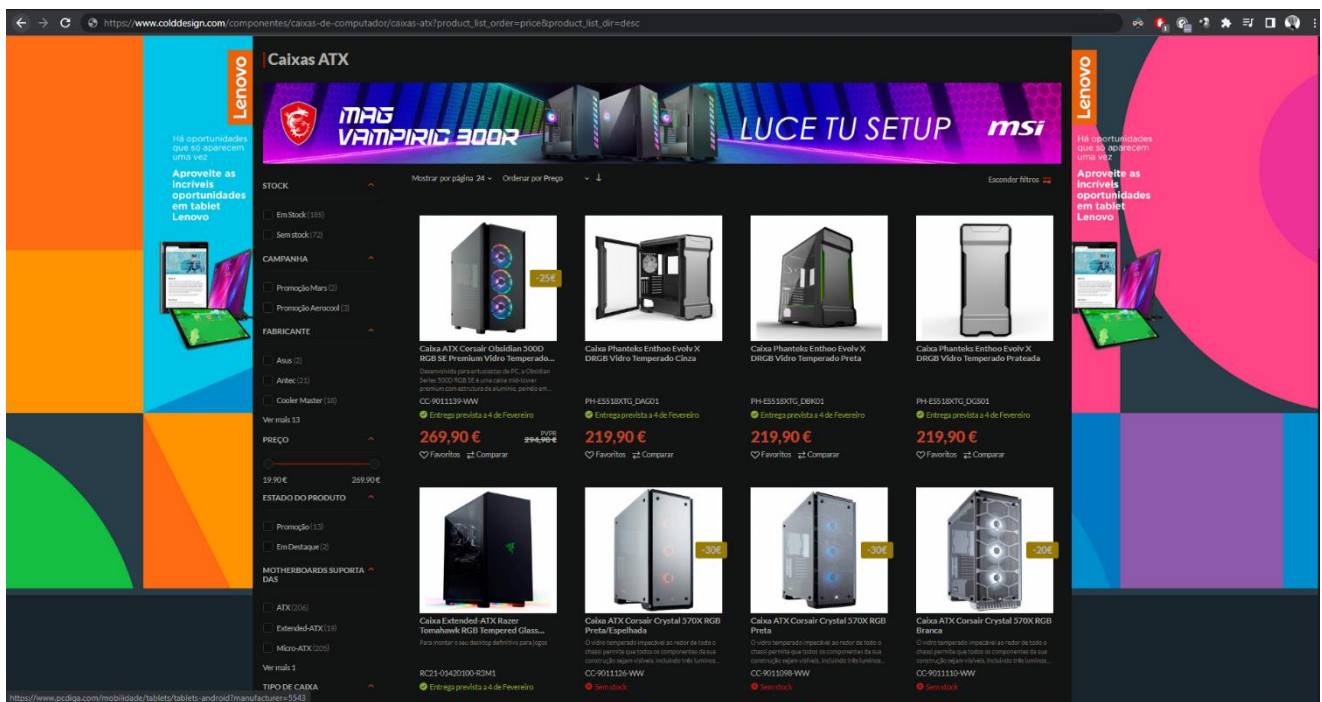


Figura 9 – Website ColdDesing

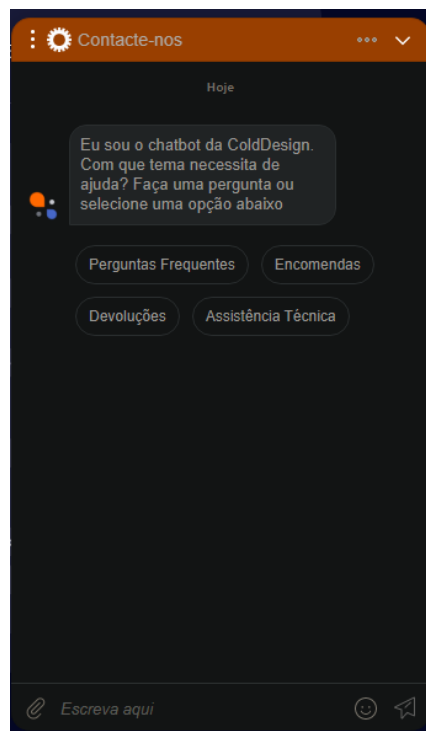


Figura 10 – Website ColdDesing

12. Documentação administrativa e calendário de início da atividade (Trâmites de constituição da empresa).

Documentação administrativa são os documentos dos quais a empresa se serve no seu âmbito interno, no caso da nossa empresa temos as autorizações, avisos/anúncios e cartões de visita/cortesia.

A autorização surge como resposta à petição que um empregado/a faz aos chefes, esta não tem um formato ou estilo a seguir apenas precisa de expressar clareza, brevidade, e racionalização para cumprir seu objetivo.

Avisos/Anúncios são informações ou notícias de caráter geral que afetam à organização por consequente o pessoal da empresa, esta coloca-se no quadro de avisos e não têm um modelo concreto tendo apenas de ser clara, breve e ter um objetivo a cumprir.

Cartões visita/cortesia no caso estes são para uso pessoal da empresa e de atividades profissionais. Conteúdo a apresentar: nome e apelido do titular, cargo que ocupa na empresa, o domicílio da empresa, nº de telefone e de e-mail.

O projeto deu início em Outubro (início da disciplina) porém apenas a 1 de Janeiro é que a empresa começou a operar ativamente sendo essa a data para qual o calendário aponta o início de atividade.

13. Aplicação da lei de proteção de dados, segundo norma vigente.

As normas da lei de proteção de dados são bastante importantes pois são um tópico sensível e como tal não podiam ser esquecidas, para isso a ColdDesign irá criptografar qualquer tipo de dados que permita identificar uma pessoa, tais como: nome, sobrenome, E-mail, cartões de crédito, dados bancários, localização, endereços IP e os chamados “testemunhos de conexão”, mais conhecidos como cookies.

14. Plano de prevenção de riscos no trabalho segundo norma vigente.

O estabelecimento de um plano de riscos no trabalho tem como objetivo definir uma metodologia de ação para garantir e preservar a segurança e integridade dos trabalhadores face aos riscos existentes no ambiente de trabalho. No nosso caso para evitar acidentes no trabalho foi dada uma pequena ação de sensibilização aos colaboradores a fim de alertar os mesmos para os possíveis perigos no trabalho, os principais riscos assinalados foram o cuidado no manuseio de placas de vidros, chapas

de ferro pois são superfícies cortantes, assim como o uso de líquidos perto das bancadas de trabalho e o cuidado no embalamento de encomendas.

Não estando relacionado diretamente com risco físicos aos próprios colaboradores da empresa, os mesmos também foram sensibilizados em relação à divulgação de informações críticas da empresa para o exterior assim como foram sensibilizados para não serem alvos de engenharia social (atos dissimulados feitos por terceiros com o objetivo de recolher informação).

15. Conclusão

Inicialmente tivemos algumas dificuldades a estruturar os passos e as ideias que tínhamos no relatório do projeto, assim como distinguir os diferentes tópicos do mesmo, contudo com a ajuda do professor Joaquim Gomes e da professora Alice Diniz foi possível esclarecer as nossas dúvidas prosseguindo até a conclusão do projeto.

Este projeto foi bastante desafiador pois nunca tínhamos feito um projeto deste âmbito, contudo ficámos satisfeitos com o resultado do mesmo, conseguimos estruturar o mesmo com os conteúdos aprendidos em tempo de aula assim como consolidámos os mesmos com informações encontradas durante as pesquisas efetuadas.

Com todos estes pontos acima referidos queremos deixar claro que este projeto foi bastante importante para desenvolver de maneira mais aprofundada o nosso conhecimento e adquirir novas ferramentas de trabalho.