



# Universidade Norte do Paraná

---

SISTEMA DE ENSINO PRESENCIAL CONECTADO  
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

MANOEL ROSA DOS SANTOS

**CRIAÇÃO DE EMPRESA**  
**NOVA EMPRESA DE INFORMÁTICA NO MERCADO**

MANOEL ROSA DOS SANTOS

**CRIAÇÃO DE EMPRESA**  
**NOVA EMPRESA DE INFORMÁTICA NO MERCADO**

Trabalho de Conclusão de Curso á UNOPAR -  
Universidade Norte do Paraná, como requisito parcial  
para a obtenção do título de Bacharelado em  
Administração

**Tutora Orientadora:** Aparecida de Cássia da Silva  
**Professor Supervisor:** Henry Nonaka

SANTA LUZ  
2012

MANOEL ROSA DOS SANTOS

**CRIAÇÃO DE EMPRESA**  
**NOVA EMPRESA DE INFORMÁTICA NO MERCADO**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado, apresentado à UNOPAR – Universidade Norte do Paraná, no Sistema de Ensino Presencial Conectado, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharelado em Administração, como conceito final igual a \_\_\_\_\_, conferida pela banca Examinadora formada tutor orientador e pelo professor supervisor:

---

Tutor Orientador  
Universidade Norte do Paraná

---

Professor Supervisor  
Universidade Norte do Paraná

Santa Luz Bahia \_\_\_\_/\_\_\_\_/2012

*Dedico este trabalho A Deus por ter estado sempre ao meu lado a minha família que sempre esteve ao meu lado incentivando e dando apoio condicional para concluir esse curso.*

.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, por ter me concedido, através de sua bondade infinita, o potencial de concretizar mais uma conquista na minha vida.

Ao Grupo da Nova CARITA, e especialmente seus representantes no Brasil Irmã Maria da Penha CICS e na Suíça Jorge Galy – Empresário, por conceder a bolsa integral de estudo neste período de oito semestres 2009 a 2012.

A todos o quadro docente da UNOPAR – Pólo Santa Luz Bahia, por compreender nossas falhas em determinados momentos no decorrer do curso.

A Congregação Imaculada conceição de Castre - Irmãs Azuis, pelo apoio e colaboração especialmente a Irmã Maria do Carmo Tom CICS, Ana Lucia Motanvonelli CICS e Maria Cerli Benacio CICS

Aos amigos de curso pelos bons momentos que passamos juntos, nesses quatros anos.

A personalidade criadora deve pensar e julgar por si mesma, porque o progresso moral da sociedade depende exclusivamente da sua independência.

*Albert Einstein*

## RESUMO DA LÍNGUA VERNÁCULA

ROSA, Manoel. **NOVA EMPRESA DE INFORMÁTICA NO MERCADO**: Plano de Negócios. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) Universidade Norte do Paraná, Santa Luz Bahia, 2012.

### RESUMO

#### Português

Projeto de criação de uma **nova empresa de informática no mercado**. Com esse trabalho espera-se descrever todos os passos cogentes para a consolidação de uma empresa de incremento e benefícios ao ramos de informática. Por meio de informações sobre o mercado, diagnóstico sobre os concorrentes e sobre o público alvo dessa empresa. Transformando-se em um esboço pronto a respeito de sua viabilidade.

#### Francês

Projet de création d'une nouvelle société d'informatique dans le marché. Avec sont les travaux devraient décrire toutes les mesures convaincantes pour la consolidation de la croissance et les bénéfices d'une entreprise aux branches de la science informatique. Grâce à l'information de marché, le diagnostic des concurrents et le public de cette société. Tournage dans un croquis fait sur sa viabilité.

#### Inglês

Project to create a new computer company in the market. With this work are expected to describe all cogent steps for consolidating a company's growth and benefits to the branches of computer science. Through market information, diagnosis of the competitors and the audience of this company. Turning into a sketch done about its viability.

#### Espanhol

Proyecto para crear una nueva compañía de computadoras en el mercado. Con este trabajo se espera para describir todas las medidas convincentes para consolidar el crecimiento y los beneficios de una empresa de las ramas de la informática. A través de la información de mercado, el diagnóstico de los competidores y el público de esta empresa. Girando en un dibujo hecho sobre su viabilidad.

Palavras-chave: Plano de interesses. Consolidação. Benefícios. Estudo

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - (Plano de Negócio).....	20
Tabela 2 - (Planejamento Estratégico) .....	26
Tabela 3 - (Planejamento Financeiro - Investimentos fixos).....	29
Tabela 4 - (Planejamento Financeiro - Investimentos pré- operacionais).....	29
Tabela 5 - (Planejamento Financeiro - Estimativa de custo fixa e variável).....	30
Tabela 6 - (Planejamento Financeiro - Demonstrativo de resultado).....	31



## **LISTA DE SIGLAS E ABREVIações**

CICS Congregação Imaculada Conceição de Catres  
CARITA Solidariedade Diante das Situações Onde a Vida Estiver Ameaçada  
UNOPAR Universidade Norte do Paraná  
MEGABIT Empresa de Produtos de Informática  
HD High Definition  
PC Personal Computer  
CNPJ Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica  
ICMS Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços  
ASCOOB ITAPICURU Cooperativa de Crédito Rural do Vale do Itapicuru  
GPS Guia da Previdência Social  
FGTS Fundo de Garantia do Tempo de Serviço  
DARF Documento de Arrecadação de Receitas Federais  
TI Tecnologia da Informação

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2 JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
<b>3. OBJETIVO GERAL.....</b>	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
<b>4. OBJETIVOS ESPECIFICOS .....</b>	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
<b>5. DISCRIÇÃO DA EMPRESA .....</b>	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
<b>6. PRODUTOS E SERVIÇOS .....</b>	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
<b>7. ESTRUTURA DA EMPRESA .....</b>	<b>Erro! Indicador não definido.9</b>
<b>8. PLANO DE NEGÓCIO .....</b>	<b>20</b>
<b>9. ANÁLISE DE MERCADO .....</b>	<b>21</b>
9.1. ANÁLISE DO SETOR E SEGMENTO .....	2Erro! Indicador não definido.
9.2. NICHOS DE MERCADO .....	2Erro! Indicador não definido.
9.3. ESTUDO DOS CONCORRENTES.....	22
9.4. DIFERENCIAL COMPETITIVO.....	22
<b>10. PLANO DE MARKTING .....</b>	<b>24</b>
10.1. ESTRATÉGIA DE MARKETING .....	24
10.2. PREÇOS .....	24
10.3. DISTRIBUIÇÃO E VENDA .....	24
10.4. ESFORÇO PROMOCIONAL.....	25
10.5. ATENDIMENTO AO CLIENTE VIA TELEFONE.....	25
<b>11. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO .....</b>	<b>26</b>
<b>12. PLANO FINANCEIRO .....</b>	<b>28</b>
<b>13. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO .....</b>	<b>33</b>
<b>14. RISCOS.....</b>	<b>34</b>
<b>15. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>35</b>
<b>16. ELEMENTOS PRÉ TEXTUAIS E PÓS TEXTUAIS.....</b>	<b>36</b>
16.1. REFERÊNCIAS.....	36

## **1. INTRODUÇÃO**

E conciso saber ou ter mecanismos para constituir um empreendimento de informática e desenvolver seu empreendimento. Na atualidade a modernidade e constantes e exigente, na qual a maior parte da população ativa de maneira econômica tem um computador em suas residências, adaptar uma empresa de informática é um dos mercados mais prósperos que pode haver. Não basta ter compradores é preciso ainda apurar verificando a concorrência e fornecedores para o segmento na região onde você deseja dispor a empresa. Ainda que as pessoas adquiram um computador preparado para o uso em outro empreendimento do ramo, consecutivamente será preciso um auxiliar ou objetos de reposição e complementação tais como fones, caixas de som, pendrive, cabos complementares, mouse óptico, teclado, memórias, HD, entre outras e ainda existem os clientes que optam por adquirir seu computador personalizado, escolhendo suas adequadas peças, sendo então uma empresa de produtos de informática uma excelente alternativa para o cliente moderno.

## 2. JUSTIFICATIVA

A Empresa de Produtos Informática MEGABIT é um empreendimento que rentabilidade o comprador pelos preços acessível dos produtos e de qualidade. Deste modo, é respeitável suavizar um pouco a margem de lucro no início para aproximar os clientes. Tentar auferir na venda em quantidade e não em um exclusivo produto que irá aproximar o público com maior facilidade. É respeitável perceber que um bom negócio e ter vendedores habilitados para atuar na empresa de informática. Este tipo de empreendimento aproxima dois clientes: o que é conhecedor do ramo e tem a noção do produto que irá adquirir e o que não conhece e por isso necessita de auxílio para saber os benefícios e handicap de um produto. Por isso, é importante que os vendedores e os proprietários sejam preparados para atuar com vendas neste domínio. Institua produtos de duas linhas: as mais custosas e duradouras e as mais acessíveis e de modo igual na qualidade. A Empresa de Produtos Informática MEGABIT não têm um publico alvo estável. É comum pessoas com grande capacidade aquisitiva freqüentar os comprometimentos de informática de meio comerciais para fazer compras em grande número. Proporcione sempre aos dois públicos na hora de comprar produtos para estoque. Os principais temas abordados neste plano caminham por meio de estratégia de inovação para o crescimento dos produtos comercializados o empreendimento praticara inovações no ambiente do negócio com uma visão de empreendedor, assim podendo delinear um sucinto perfil do negocio com tal indivíduo criativo, inovador, que enfrenta os riscos, visualizando as oportunidades precisas para a prática de implementação das idéias, definido no plano de atuação, por fim verificas que o fundamental é transformar as idéias em produtos e serviços de qualidade que resulte no crescimento da empresa, realizando um processamento de análise e coleta de dados para avaliar se a oportunidade terá o sucesso desejado, procedimentos para manter a vantagem competitiva da empresa por meio de um conjunto de forças e estratégias combinadas, por que o plano só irá dar certo se a geração das idéias seja concretizadas e seguidas, mesmo que sejam analisadas as oportunidades oferecidas por outras, a decisão final é do dono do negócio, a ação preciosa de qualquer projeto e a proteção mesmo que seja um risco de que algum ambicioso possa copiá-la, por tanto o desenvolvimento do empreendimento só depende das boas idéias e praticas dos indivíduos empenhados.

*Vivemos em uma economia de conhecimento, O conhecimento, bem como a capacidade para criá-lo de lhe aceder e de usá-lo eficazmente é um instrumento importante da inovação, concorrência e sucesso econômico. Em uma perspectiva mais geral, o conhecimento é um dos motores fundamentais do desenvolvimento econômico e social. A inovação alimenta essa economia do conhecimento (SARKAR, 2008, p. 129-13).*

### **3. OBJETIVO GERAL**

Desenvolver um plano de negócio da Empresa de Produtos Informática MEGABIT como objetivo principal em um ano ser uma empresa de reconhecimento regional por seus produtos diferenciados, qualidade, melhores preços, bom atendimento com seus vendedores habilitados, e além de tudo fazer o diferencial em sua atuação no mercado.

#### **4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Elaborar um plano de viabilidade financeira da Empresa de Produtos Informática MEGABIT
- O projeto proporciona elementos e estimativas para instituição de uma empresa de produtos de informática;
- Estatura especial no município de Nordestina, no bairro central da cidade;
- Será uma grande viabilidade devido à procura por esses produtos; em consequência ao aumento de máquinas PC, s na cidade e poucas opções de empreendimento do ramo. Constatado a falta de oferta para esse público assinalado.

## 5. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Empresa de Produtos Informática MEGABIT

ENDEREÇO: Avenida Vital Guimarães, 106, centro Nordestina Bahia

TELEFONE: (75) 3650-2304

E-MAIL PARA CONTATO: manoel2008@yahoo.com.br

### ADMINISTRADORES:

Empresa de Produtos Informática MEGABIT equivale a um empreendimento circunspeto por um dono, responsável por desempenhos como aquisição, comercializações, domínio e administração; um gerenciador, um técnico em informática e dois vendedores (as) interno e externo, que serão habilitados para que possa também orientar na compra dos produtos adequado. Em princípio a empresa equivaler a médio porte, assim sendo:

#### **Nome: Maria Rosa dos Santos**

Função: Proprietária.

Encargo no projeto: dirigir todas as atividades fundamentais da empresa, como aquisição de produtos, transações com fornecedores, domínio da parte financeira, gerenciamento da empresa e controle de estoque.

Telefone: 75 9931-0679

Email: [maria.rosa@gmail.com](mailto:maria.rosa@gmail.com);

#### **Nome: Antonio Carlos Amorim**

Função: Gerente

Encargo no empreendimento: responsável pela busca aos clientes, gerenciamento dos setores, financeiros, contábil supervisão, e controladoria;

Telefone: 75 – 9162-9074

E mail: [amorin@oi.com.br](mailto:amorin@oi.com.br)

#### **Nome: Sergio Rosa dos Rossi**

Função: Técnico em Informática

Encargo na empresa, prestar acessórias técnica na confecção dos seus produtos de informática,

Telefone: 75 9179-7763

Email: sergio.nta@hotmail.com



**Nome: Jonathan Godoy Alcântara**

Função: Vendedor externo

Encargo no projeto: representante comercial na venda de produtos em outros estabelecimentos nas cidades vizinhas

Telefone: 75 9146-9834

Email: [jonathan.alcantara@hotmail.com](mailto:jonathan.alcantara@hotmail.com)

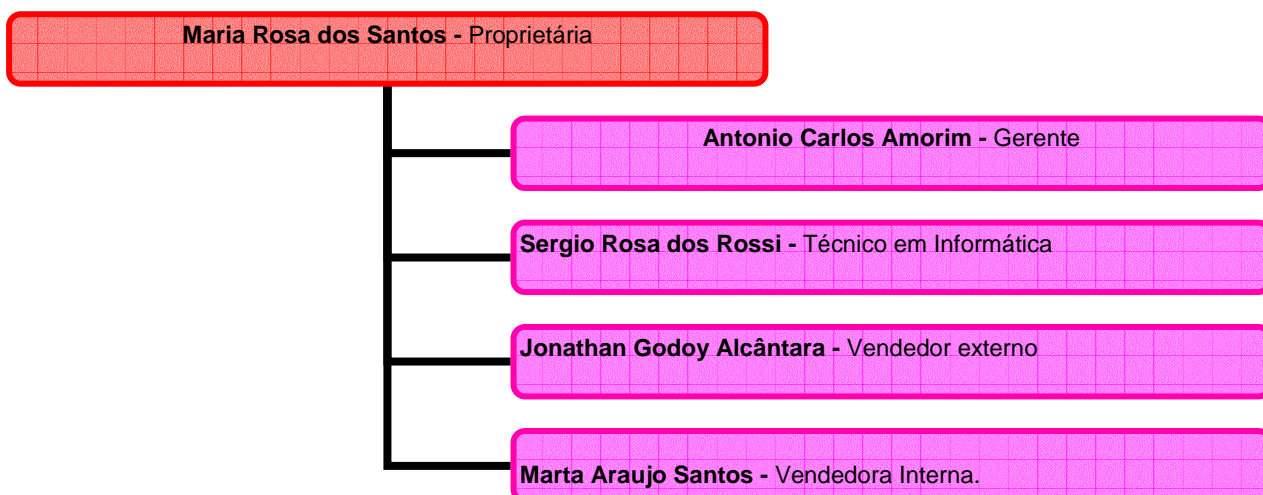
**Nome: Marta Araujo Santos**

Função: Vendedora Interna.

Encargo no projeto: responsável pelo atendimento aos clientes e orientação nas compras.

Telefone: 75 9160-9077

Email: [marta.orlando@gmail.com](mailto:marta.orlando@gmail.com)



- **DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO**

Empresa de Produtos Informática MEGABIT irá operar em comercialização de equipamento de informática, pois, será uma viabilidade ótima para a cidade devido a pouca existência de outros empreendimentos do ramo.

- **VISÃO**

Em um tempo de seis meses Empresa de Produtos Informática MEGABIT, se distinguirá no mercado como a empresa que um bom negócio e com uma estatura admirável e revelará capaz de preencher a brecha apurada nesse domínio.

- **MISSÃO**

Comercializar equipamentos de informática de excelente qualidade nas tendências globais da informatização.

## **6. PRODUTOS E SERVIÇOS**

Exposição equipamentos de informática mix de produtos, CPU, monitores, mouse, teclados, impressoras, peças de computadores, escâner, noobreks, estabilizadores, fontes de energia, cabos conectores, pendrives, memórias, leitores, moveis de escritório, câmeras, celulares, cartões de memória, caixas de sons, microfones, recargas de cartuchos e tonher, venda de refis de tintas, papeis e com serviços de assistência técnica a equipamentos de informática. Isso com diversificados tamanhos, capacidades, preços acessíveis e com embalagens característica da empresa, também com um diferencial na entrega imediata dos produtos vendidos, o responsável pela assistência técnica será o mesmo que irá fazer a entrega juntamente com seus serviços de montagem, instalações e manutenção das maquinas que os nossos clientes possuírem ou venha adquirir, ou seja, os serviços prestados serão gratuitamente para os clientes confieis, e para os não clientes que precise dos serviços da empresa terá seu honorário pago pelo solicitante dos serviços em suas residências, por fim a metodologia de atuação do técnico de serviços será por meio de agendamento previamente a depender da urgência de cada um (a) cliente.

## **7. ESTRUTURA DA EMPRESA**

A Empresa de Produtos Informática MEGABIT será na cidade de Nordestina Bahia no bairro central, ressalvo que dentre os recursos usados, tais como, acessórios de informática e outros, o estabelecimento proporcionará aos funcionários, computadores, balcão central, expositores, terminais de cartões de crédito, telefones, impressora, poltronas, aparelho de som, e embalagens personalizada.

- **TEMPO PARA OBSOLESCÊNCIA**

Os produtos durarão, em média, 06 meses, ou seja, cálculo com a obsolescência planejada: necessitam mudar a cada temporada do ano.

- **FORNECEDORES**

O empreendimento buscará fornecedoras em lojas particularizadas em comercialização de produtos de informática em varejos.

- **SISTEMAS DE QUALIDADE DOS PRODUTOS**

Serão avaliados em sociedades com empresas convenientes e estabilizados no mercado, para avaliar a boa característica dos produtos proporcionados e resistência e durabilidade das peças. Os funcionários praticarão treinos na área de venda e consultoria de informática, assim sendo os clientes conhecerão com maior segurança em quando for à busca de produtos. A maior prova da qualidade dos produtos será verificada pelo retorno e a presença dos clientes – julgamento em médio prazo.

- **REGISTROS NECESSÁRIOS**

Os registros indispensáveis para fatura do estabelecimento serão de encargo de uma empresa terceirizada de contabilidade. Serão necessários:

- ✓ Registro da empresa e a definição da forma jurídica a ser seguida para exploração da atividade;
- ✓ Consulta prévia junto à Prefeitura de Nordestina para requerer a liberação da atividade onde a empresa será instituída;
- ✓ Consulta à Junta Comercial para agenciar a liberação da razão social;
- ✓ Registro na Junta Comercial da Bahia para aquisição do CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica), bloco de nota fiscal ou eletrônica;
- ✓ Inscrição estadual para Cadastro de Contribuintes do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) da Secretaria da Fazenda Estadual.

## 8. PLANO DE NEGÓCIO

### SUMÁRIO EXECUTIVO

TABELA 01

<b>O QUE?</b>	Empresa de comercialização de produto de informática
<b>ONDE?</b>	Na cidade Nordestina Bahia, localizada na região do sisal, á 300 km da capital Salvador, com uma população segundo o censo 2006 de 12 mil habitantes.
<b>POR QUÊ?</b>	Atendendo a crescente demanda e procura devido à grande aquisição de computadores, em um município com a população de 12 mil habitantes, no qual 80% desses possuem ou tem a acesso a computadores ligados a internet.
<b>QUANTO?</b>	Uma loja matriz de comercialização com sede e fórum na cidade de nordestina Bahia, com possíveis filiais em longo prazo.
<b>COMO?</b>	Essa será concretizada com apoio financeiro do banco de investimentos em pequenas empresas e iniciativas de geração de emprego e renda. ASCOOB ITAPICURU, Cooperativa de Crédito Rural do Vale do Itapicuru.
<b>QUANDO?</b>	Essa a previsão de efetivação em termos de funcionamento, com alvará entre outr1os, no inicio do 1º semestre 2013.

## **9. ANÁLISE DE MERCADO**

Nesta análise de mercantil, falarei um pouco da Empresa de Produtos Informática MEGABIT, como está esquematizada e quais são os produtos e/ou serviços que proporcionará, e ainda estudará um pouco do negócio no qual seu empreendimento está situado, dos seus concorrentes e do formato com que seu o mesmo reage ao mercado e aos concorrentes, agirá em um domínio e em um seguimento desse setor, seus quefazeres nesse ponto equivalem a mostrar esse seguimento, avaliando o mercado local desse segmento, avaliando a circunstância financeira local no que ela possa intervir no seu empreendimento positivamente ou negativamente.

### **9.1. ANÁLISE DO SETOR E SEGMENTO**

Segmento venda de produtos de Informática é um empreendimento com enfocada em proporcionar serviços metódicos e eficientes aos clientes. Procurar conservar o alto grau de contentamento dos seus fregueses, a empreendimento manterá uma grupo técnica presente com as inovações no ativo comércio da Informática.

Proporcionaremos benefícios distinguidos para poder completar a precisão de nossos clientes. O Segmento de venda de produtos de Informática buscara proporcionar aos seus clientes uma companhia proeminente e constitucional no método de conquistas de novos produtos tecnologias, tornando-se mais uma ferramenta, trazer bons frutos e facilidades, para que seus clientes enfoquem como exclusiva e somente em nossos produtos.

### **9.2. NICHOS DE MERCADO**

O aumento da procura pelos os equipamentos de informática e móveis também provocou um novo nicho de mercado, os produtos portáteis com notebooks, tablete e celulares de alta tecnologia esses produtos, mesmo com preços bem acima da média mundial, aumentou sua participação no mercado. O rápido desenvolvimento dos netbooks pode ser compreendido pela expressiva ampliação do número de marcas que comerciam o aparelho no Brasil, com isso a modernização crescente a cada dia percebe o empreendimento viável no mercado, em especial em nossa região que dispomos de poucos estabelecimentos que comercializam estes

produtos, pois observamos que no comércio eletrônico seria o melhor meio para aquisição desses equipamentos, porém devido a penúrias de fraudes por meio de comércio online os compradores sempre ficam com receio em compras pela internet, ou seja, no mercado consumidor de região prefere comprar seus produtos com orientações e levar para casa o que foi adquirido no ato da compra, logo quando procuram um produto é por que precisam de imediato para atender a necessidade do momento.

### 9.3. ESTUDO DOS CONCORRENTES

A dificuldade maior da concorrência é pós-venda, o grau técnico dos profissionais é abjeto além de existir uma rotação muito grande, e treinos muito pouco profundos, além de muitas vezes os clientes adquirirem gato por lebre. A concorrência preocupa-se fundamentalmente com a venda que depois de executada, faz com que o cliente seja deslembado. Os profissionais têm nível baixo, devido baixa remuneração, os competentes crêem que conveniências melhores em outros centros ou empresas ou se aventuram em abrir o seu próprio negócio. Logo o cliente anseia um nível de treino mais aprofundado, não localiza profissionais na região que contenham respostas às suas interrogações e então se viram sozinhos ou buscam um profissional de fora para lhes treinar. E muitas vezes vêem empresas gastarem muito dinheiro para obterem uma saída, enquanto deveriam conseguir excelentes efeitos reduzidas despesas. E tudo isto motiva uma admirável constrição do cliente, perpetrar ele praticamente aborrecer a área de informática, ao oposto de vê-la como fonte de informações estratégicas. São estes concorrentes que conflagram a imagem dos profissionais responsáveis, tornando o nosso trabalho mais complexo, pois temos que convencer o cliente que não equivaler a uma nova fonte causadora de enigmas.

### 9.4. DIFERENCIAL COMPETITIVO

O diferencial dos nossos produtos será pela marca em que esta em auge no mercado, ou seja, um produto que ninguém da região possua, e além de tudo o preço e forma de pagamentos acessível para todos, e também a facilidade de acesso aos produtos, informações por meio de telefone, até mesmo com o banco de dados de clientes assim que surgir alguma novidade no empreendimento fará o contato de imediatos para oferecer os produtos novos.

Ainda faremos de todo para que os clientes fiquem satisfeitos com nossos serviços e com isso possa fazer o marketing boca a boca, ou seja, os atuais recomendarem aos amigos, parentes, vizinhos entre outros os nossos serviços e produtos. Com isso tornado um empreendimento diferencial e procurado pelos as pessoas da região.

## **10. PLANO DE MARKETING**

### **10.2. ESTRATÉGIA DE MARKETING**

A empresa comercializará, produtos como: provedor, CPU, monitores, mouse, teclados, impressoras, peças de computadores, escâner, noobreks, estabilizadores, fontes de energia, cabos conectores, pendrives, memórias, leitores, moveis de escritório, câmeras, celulares, cartões de memória, caixas de sons, microfones, recargas de cartuchos e tonher, venda de refis de tintas, papeis e com serviços de assistência técnica a equipamentos de informática. Isso com diversificados tamanhos, capacidades, preços acessíveis e com embalagens característica da empresa, também com um diferencial a entrega imediata dos produtos vendidos.

### **10.3. PREÇO**

Os preços de venda das mercadorias se darão por meio de compras a prazos e a vista, ou seja, compras efetuadas a vista com descontos de 10% e compras a prazo mantendo o preço a vista por trinta dias a partir desse prazo se cobrara um acréscimo de 10 % em cima dos produtos vendidos, a comparação dos preços com os concorrentes será observada por pesquisas de mercado, e no ato da compra fazer uma breve comparação dos nossos preços com a concorrência isso sem citar nomes, os nossos preços serão o melhores da região por que os nossos produtos serão adquiridos por meios de compras em grandes escalas nos fornecedores.

### **10.4. DISTRIBUIÇÃO E VENDA**

A venda e distribuição dos produtos serão diretamente aos clientes, ou seja, comprou levou ou em casos específicos faremos a entrega a domicílios nos casos de necessidade de acessórios em instalações entre outras, alem disso termos sempre um estoque de nossos produtos para assim que o cliente procurar termos a disposição e quantidade, e em nossos balcões e em comércios de outros ramos ou ate mesmo do mesmo teremos sempre revistas dos que temos a oferecer e os preços.

### **10.5. ESFORÇO PROMOCIONAL**

No esforço promocional focaremos na divulgação dos produtos por meio de comunicações existente, catálogos, web site, e mail, blogs, e alem disso disponibilizamos de técnico para montagens, manutenção, orientações, isso para os



clientes que adquiriram nossos produtos será um serviços prestado gratuitamente a primeira vez, e a segunda vez e outros que necessite dos serviços será cobrados um taxa que são honorários, deslocamento, entre outros dos técnicos e com esses serviços sugira a necessidade de reposição de peças e outros, onde a empresa com seu vasto estoque poderão vender e produtos a ser substituído ou até mesmo com uma breve avaliação técnicas por meios de contatos com os clientes a ser visitados para efetivação dos serviços já levar as possíveis peças a ser repostas nos equipamentos dos clientes. Do mesmo modo para agradar a todos os clientes teremos uma política de brindes, por meios de chaveiros, suporte para mouse, e outros isso tudo com o logo do empreendimento contendo: telefone, e mails, web site, e pessoas responsáveis por todos os serviços.

#### 10.6. ATENDIMENTO AO CLIENTE VIA TELEFONE

Os clientes sempre terão a disposição os telefones da empresa para verificação de produtos existente, valores, agendamentos e tira duvida, para quando vir até o local de instalação e comercialização já terem a certeza que irão achar o que precisa, pois atualmente com a evolução mercadológica e o pouco tempo que tem devidos os seus quefazer a agilidade por meios de comunicação previas será a peça chave para o sucesso de vendas e desenvolvimento do negócio.

## 11.PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

TABELA 02

<b>Especificação do produto/serviços</b>	Produtos/peças/serviços	Provedor, CPU, Monitores, Mouse, Teclados, Impressoras, Peças de computadores, Escâner, Noobreks, Estabilizadores, Fontes de energia, cabos conectores, Pendrives, Memórias, Leitores, Moveis de escritório, Câmeras, Celulares, Cartões de memória, Caixas de sons, microfones, Recargas de cartuchos e tonher, Venda de refis de tintas, Papeis e Serviços de assistência técnica a equipamentos de informática.
	Especificações	Todos os produtos comercializados darão por meios da alta tecnologia e de marca característica, para que possa ser um produto preferencial pelos clientes da cidade em que será instalado o empreendimento, pois os clientes atualmente compram geralmente e a marca e não a qualidade dos produtos, mas porem será o diferencial da empresa por alem da marca a qualidade dos equipamentos.
<b>Modo de operações: projeto ou atividade continua</b>		Nessa conjuntura altamente competitiva, a agilidade, a facilidade de ajustamento e prática de estratégias e a disposição de proporcionar novos produtos e serviços tornam-se prerrogativas importantes e, em alguns segmentos, pré-requisitos para a sobrevivência das empresas. A inovação do empreendimento que ter em vista ao desenvolvimento da inovação seja ela um novo produto, ação ou serviço, juntamente com o acordo das mudanças do ambiente empresarial e o planejamento das ações imprescindíveis para objetar a essas mudanças.

	Com isso o projeto será controlado por meia verificação do desenvolvimento do mesmo, ou seja, avaliação constante do executado, o que ainda está a ser executado, e além de tudo fazendo uma análise se o projeto está sendo viável ou não.
<b>Sistema de gestão de qualidade garantia e controle de qualidade</b>	Terá a finalidade de aprovisionar os meios indispensáveis para que o produto permaneça em conformidade com os preceitos do cliente e regras nacionais. Por isso, A Empresa de Produtos Informática MEGABIT vai adotando por venda de produtos modernos e característicos, com controles essenciais da qualidade de nossos produtos, processos e serviços com finalidade garantir que os clientes sejam consentidos, empregando especificações internas, pessoal distinguido de controle dos produtos e serviços, auditorias, diagnóstico de prática de desempenhos corretivos, preventivos e de desenvolvimento do empreendimento.
<b>Projeto de processos de fornecimento dos produtos ou serviço</b>	As máquinas como computadores adquiridos serão montados e instalados nas empresas e residências dos clientes a cargo do técnico responsável do empreendimento.
<b>Projeto de instalações</b>	A empresa terá uma sede própria, com todas as instalações necessárias para o funcionamento, como: ambiente de exposição dos produtos, estocagem, escritório, balcões, caixa, área de montagem e manutenção dos equipamentos, e estacionamento, isso tudo em uma área de 250 <sup>2</sup> m, para distribuição dos setores de funcionamento.

<p><b>Fornecedores e cadeia de suprimentos</b></p>	<p>Os equipamentos serão adquiridos, por meio de análise de preço, qualidade, empresas fornecedoras fiéis e isso com aquisição em grande escala, e entrega imediata, essa política servirá para permanência dos preços acessível, e cliente, além disso, ter um controle informatizado interno de entrada e saída dos produtos, para que não venha faltar à mercadoria a ser vendido, o cliente sempre tem que encontrar o que procura, com isso não irá à busca do que quer em outros estabelecimentos</p>
<p><b>Controle de estoques</b></p>	<p>No gerencia estoques de mercadorias, a uso de uma ferramenta que permita seguir as entradas e saídas é categórico para um domínio concretizado. Também de acolher a estimativa a reverência de quais os produtos que têm mais e menos saída. O sistema de verificação e controle de estocagem vai ser por meio de sistema de eletrônico em um banco de dados de entrada e saída de mercadorias</p>

## 12.PLANEJAMENTO FINANCEIRO

- INVESTIMENTOS FIXOS

TABELA 03

Itens	Discriminação	Qtde.	Valores unitários	Valor total
1	Vitrines de vidro	3	1.000,00	3.000,00
2	Computador	3	1.500,00	4.500,00
3	Impressora fiscal HP. Lasejet 2605n – nota fiscal	1	399,00	399,00
4	Impressora laser multifuncional Collor laser HP M17a	1	1.164, 00	1.164,00
5	Kit mesa para computador Espanha	2	503,00	1.006,00
6	Cadeira Escritório	2	199,00	399,00
7	Longarina Executiva 3 lugares	3	150	450,00
8	Arquivos 4 gavetas versátil Teca	2	518,00	1.036,00
9	Maleta de ferramentas Tramontina 65 peças	1	236, 55	236,55
10	Provedor – montagem	1	10.000,00	10.000,00
11	Motocicleta	1	6.000,00	6.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>28.190,55</b>

- CAPITAL DE GIRO

R\$ 48% ao ano

- INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

R\$ 50.000,00

TABELA 04

Itens	Discriminação	Qtde.	Valores unitários	Valor total
1	Aquisição de espaço de funcionamento (Compra do Imóvel)	01	20.000,00	20.000,00
2	Taxas de regularização	x	1.000,00	1.

				000,00
3	Divulgação dos produtos	x	500,00	500,00
4	Adequação do espaço	x	2.900,00	2.900,00
5	Construção do escritório	01	10.000,00	10.000,00
6	Reforma e padronização	x	15.600,00	15.600,00
<b>TOTAL</b>				<b>50.000,00</b>

- INVESTIMENTO TOTAL

R\$ 104.570,00

- ESTIMATIVAS DE CUSTO FIXOS E VARIÁVEIS

TABELA 05

Item	Discriminação	Custo total mensal
<b>CUSTOS FIXOS</b>		
1	Salário e encargos dos funcionários FGTS, GPS, DARF	3.600,00
2	Contador – honorários contábeis	150,00
3	Despesas com água e luz	80,00
4	Telefone fixo e celular	200,00
5	Manutenção de máquinas	500,00
6	Encargos bancários	50,00
7	Material de uso	150,00
8	Material de escritório	200,00
9	Combustível	300,00
10	Pró-labore	2.000,00
11	Depreciação	500,00
<b>TOTAL</b>		<b>7.730,00</b>
<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>		
12	Embalagens padronizadas	10.900,00
13	Impostos sobre produtos comercializados	5.500,00
14	Comissão de desempenhos das funções	2.250,00
<b>TOTAL</b>		<b>18.650,00</b>

- **PREVISÃO DE RECEITAS**

Pretendemos faturar mensalmente um liquido de R\$ 20.000,00, com a venda de provedor, CPU, monitores, mouse, teclados, impressoras, peças de computadores, escâner, noobreks, estabilizadores, fontes de energia, cabos conectores, pendrives, memórias, leitores, moveis de escritório, câmeras, celulares, cartões de memória, caixas de sons, microfones, recargas de cartuchos e tonher, venda de refis de tintas, papeis e com serviços de assistência técnica a equipamentos de informática.

- **DEMONSTRATIVO DE RESULTADO**

TABELA 06

		<b>Semestre I e II</b>	<b>Exercício</b>
Discrição	N/E	31/12/2013	2012
Receitas		250.000,00	250.000,00
Despesas		120.000,00	120.000,00
Outras receitas e despesas operacionais		100.000,00	100.000,00
Resultado operacional		30.000,00	30.000,00
Resultado não operacional		5.000,00	5.000,00
<b>Resultado liquido</b>		<b>35.000,00</b>	<b>35.000,00</b>

- **INDICADOR DE VIABILIDADE ANALISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO, LUCRATIVIDADE, RENTABILIDADE.**

- **PONTO DE EQUILÍBRIO**

Receita total = R\$ 250.000,00

Custos fixos = 7.730,00

Custos variáveis = 18.650,00

$$PE = \frac{250.000,00 - 18.650,00}{250.000,00}$$

IMC = 0,25

PE = 30920.

- **LUCRATIVIDADE**

$$L = \frac{35.000,00 \times 100}{250.000,00}$$

14% aa.

- RENTABILIDADE

$$R = \frac{35.000,00 \times 100}{104.570,00}$$

$$R = 33.\% \text{ aa}$$

.

- PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO

$$PRI = \frac{104.570,00}{35.000,00}$$

$$PRI = 3 \text{ anos}$$



### **13. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO**

Permanecemos consecutivamente prontos a não consentir estas dúvidas lhe sobressaltarem e revolver a TI Tecnologia da Informação uma forte agrupada para sustentar sua empresa competitiva e proporcional, A empresa terá 03 (três) máquinas: CPU, impressora funcional e impressora de notas fiscais, um computador será de consulta de produtos e valores, outros de cadastros de dados dos clientes, e provedor de distribuição de internet estabelecerá e conduzirá em espaço seguro para registro de dados da à empresa de forma a elevar ao máximo sua segura e não admitir que a empresa pare, terão um servidor trabalhado é com potente computador que opera 24 horas por dia, processa enormes quantidades de dados e possibilita uma vasta gama de funcionalidades para sua empresa, tais como:

- Cuidar pelo penhor da rede da empresa;
- Consentir compartilhamento de documentos dentre seus funcionários;
- Limitar, a determinadas pessoas, licença de acesso a esses arquivos;
- Permitir que você hospedasse seu próprio website;
- Cuidar de seus e-mails, bancos de dados e outros.

## 14. RISCOS

O ramo de informática é muito amplo porém existe suas penúrias no nosso caso o riscos que poderemos enfrentar são os produtos comercializados ilegalmente, ou seja, vendem sem notas fiscais ocasionando prejuízos e perda de clientes por acharem produtos mais baratos, gerando problemas para os lojistas que vendem legalmente. Já na concorrência todo ramo de informática tem com se desenvolver no mercado, pois, é um meio crescente gradativamente no mundo da informação, muitos abrem o negócio mais muitos fecham por falta de um melhor estudo do ramo. Determinados comerciantes de informática que um dia foram pequenas mas cresceram e se firmaram no mercado. Acredito que ao realizar um estudo de viabilidade característico do ramo que se deseja investir o risco diminui. Por isso busquei estudar bastante sobre essa viabilidade que pretendo concretizar. Em relação aos fornecedores, quando constitui uma empresa, alcança os diretos a representantes de fábrica geralmente os fornecedores são importadores ou são exclusivos nas vendas é difícil encontrar fornecedores com preços abaixo ou naturalmente os preços proporcionais. Representantes comerciais diretos de fábrica é meio complexo, logo eles só vendem grandes quantidades a exemplo, 2000 (duzentas) peças, isso vai depender do quanto você vender. Outro risco a surgir decorrente do funcionamento dos negócios pode ser a questão dos sinistros e coisa que não devemos ignorar, do mesmo modo levamos em conta também os desastres ou acidentes naturais,

## 15. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo pode observar que para constituir um empreendimento, não é somente dizer tenho a verba e vou abrir um negócio, não isso geralmente não funcionará, para com este plano de negócio noto que o mesmo é o primeiro passo fundamental, pois, sem ele poderá ter início e logo o seu fim por motivos óbvios sem rumos do que fazer, ou seja, para ter uma empresa de sucesso no tempo determinado devemos seguir rigorosamente as etapas de constituição:

- A busca por financiamento se for o caso, onde o empreendedor deve usar sua capacidade de planejamento e a informação para buscar as melhores alternativas para injetar capital em seu negócio;
- Parceiros estratégicos, em uma empresa devem usar todas as alternativas possíveis para manter seu capital de giro e o fluxo de caixa, e para atingindo esses objetivos faz o uso de parcerias como: fornecedores, parceiros estratégicos, clientes e funcionários;
- Capital de risco, esse tem como foco principal encontra: empresas e negócios com alto potencial de desenvolvimento em 3 a 5 anos, com retorno de capital muito acima da meia, por isso são chamados de capital de risco,
- Busca de acessória para o negócio;
- Legalização conforme o código civil brasileiro;
- Construindo um negócio de sucesso e duradouro;
- Colhendo recompensas;
- Cultura organizacional;
- Ciclo de vida do empreendimento;
- Característica do empreendimento;
- Reconhecimento das oportunidades

Alem desses tópicos mencionados, reforço que nas etapas de desenvolvimento do plano em suas definições de produtos e serviços, análise de setor, nicho de mercado, análise da concorrência, diferencial competitivo, plano de marketing, plano operacional, estrutura da empresa, e plano financeiro. Vejo que todos eles têm sua importância no crescimento do negócio. Reforço que qualquer empreendimento sem um bom PLANO DE NEGÓCIO não irá ser saudável para o investimento.

## 16. ELEMENTOS PÓS TEXTUAIS

### 16.1 REFERÊNCIAS

ABREU, Paulo F. Simas P. de & STEPHAN, Christian. **Análise de Investimentos**. Rio de Janeiro, Editora Campus, 1982.

AIUB, George Wilson, et al. **Plano de negócios**: serviços. 2. ed. Porto Alegre: SEBRAE, 2000.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

SILVA, José Pereira. **Análise Financeira das Empresas**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BIRLEY Sue; MUZYKA, Daniel F. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Pearson/PrenticeHall, 2004.

COSTA, Nelson Pereira. **Marketing para empreendedores**: um guia para montar e manter um negócio. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

BARBOSA, Mônica de Barros; LIMA, Carlos Eduardo de. **A. Cartilha do ponto comercial**: como escolher o lugar certo para o sucesso do seu negócio. São Paulo: Clio Editora, 2004.

STEVENS, Robert E. et al. **Planejamento de Marketing**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2005.

CAMPOMAR, Marcos Cortes; IKEDA, Ana Akemi. **O planejamento de marketing e a confecção de planos**: dos conceitos a um novo modelo. São Paulo: Saraiva, 2006.

BASTOS, Antonio Virgilio B. Organização e cognição: o que emerge desta interface? In: RODRIGUES, Suzana Braga; CUNH, Miguel Pina (org.). **Estudos organizacionais**: novas perspectivas na administração de empresa. São Paulo: Iglu, 2000.p.173-2011.

NEVES, Cesar das. **Análise de Investimentos**: projetos industriais e engenharia econômica. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1982.

SAMARA. Beatriz Santos; MORSCH, Marcos Aurélio. **Comportamento do consumidor**: conceitos e casos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

MALHOTRA, Neresh K. **Introdução a pesquisa de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

ZAWISLAK, Paulo Antonio. **A relação entre o conhecimento e desenvolvimento**: essência do progresso técnico. Nov. 1994.

ASSEF NETO, Alexandre; SILVA, César Augusto Tibúrcio. **Administração de Capital de Giro**. 3ª Edição. São Paulo: Atlas, 2002.

BETHLEM, Agrícola. **Estratégia empresarial: conceitos, processo e administração estratégica**. 4 ed. São Paulo : Atlas, 2002.

CERTO, Samuel C.; PETER, J. Paul. **Administração estratégica: planejamento estratégico**. São Paulo: Makron Books, 1993.

SANTOS, Edno Oliveira dos. **Administração Financeira da Pequena e Média Empresa**. São Paulo: Atlas, 2001.

WOILER, Samsão; MATHIAS, Washington Franco. **Projetos: Planejamento, Elaboração e Análise**. 1ª Edição. São Paulo: Atlas, 1996.

.