

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA – FACER

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

MÁRCIO OLIVEIRA SANTOS



Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

PLANO DE NEGÓCIO – WAY TECH

RUBIATABA/GO

2010

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA – FACER

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

MÁRCIO OLIVEIRA SANTOS



Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

PLANO DE NEGÓCIO – WAY TECH

Trabalho de Curso submetido à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – Facer, como parte dos requisitos necessários para obtenção do Grau de Bacharel em Administração, sob a orientação do Prof. Francinaldo Soares de Paula.

S-32739

Tombo nº	17700
Classif.	65.012.45
Ex.	1
Origem	d
Data	03.02.11

RUBIATABA/GO

2010

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA – FACER

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

MÁRCIO OLIVEIRA SANTOS Associação Educativa Evangélica
BIBLIOTECA

PLANO DE NEGÓCIO – WAY TECH

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – Facer, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

RESULTADO: _____

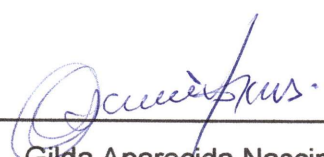
Orientador: _____


Prof.: Francinaldo Soares de Paula
Orientador

2º Examinador _____


Cláudio Roberto dos Santos Kobayashi
Especialista em Gestão de Agronegócios

3º Examinador _____


Gilda Aparecida Nascimento
Especialista em Administração de Sistemas de Informação

Rubiataba, 06 de Janeiro de 2011.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho inteiramente a Deus, por sempre se fazer presente ao meu lado, em todas as escolhas de minha vida e direcionando sempre minhas escolhas da melhor forma.

Dedico também a algumas pessoas importantes, que sempre se fizeram presentes durante toda a minha vida, pois Deus na sua infinita bondade me deu de presente, familiares, que fizeram de mim uma pessoa extremamente capaz de atingir os meus objetivos, pessoas estas que me deram apoio, nos momentos onde encontrei dificuldades durante esta caminhada e sempre me mostraram qual melhor caminho para seguir. Não teria conseguido chegar onde cheguei, concluindo um curso superior, sem o apoio destas pessoas, são elas: **(pais) Isaias e Erli e minha esposa Lorena**, a estes familiares minha eterna gratidão.

AGRADECIMENTOS

Pelos objetivos que alcancei durante esta etapa fica aqui meu muito obrigado a todos vocês.

E também a todos que direta ou indiretamente colaboraram e me apoiaram na construção dos meus conhecimentos adquiridos ao longo dessa caminhada.

*"Na natureza nada se cria,
nada se perde, tudo se
transforma".
"Lavoisier".*

RESUMO: O presente trabalho de conclusão visa demonstrar a viabilidade da criação de uma empresa focada ao ramo de informática dentro do município de Uruana, onde este tem por finalidade a demonstração de forma clara e sucinta, seu objetivo, justificativa, fundamentação teórica. Este foi dividido em Sumário Executivo, demonstrando a execução do plano nas suas variadas fases, onde relata a oportunidade do empreendedor juntamente com seus dados e informações pertinentes à abertura do empreendimento de uma loja de informática no município de Uruana. O plano de marketing aborda temas de suporte estratégico para o empreendedor tais como: descrição dos principais produtos, estudos dos clientes, fornecedores e concorrentes, estratégias promocionais dentre outros. O plano operacional descreve a localização do negócio, juntamente com seu layout e o plano financeiro traz em seu contexto uma análise do empreendimento, através da estimativa dos investimentos, fixos, financeiros, operacionais, pré-operacionais, faturamento mensal da empresa, custos/despesas. Resumindo, uma análise geral da viabilidade da empresa Way Tech, onde procura demonstrar os aspectos relevantes para a implantação deste empreendimento no município de Uruana - GO.

Palavras-chave: Planos de negócio; Informática; Comercialização; Manutenção; Sistemas de Informação.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Análise Swot.....	41
Quadro 2: Dimensionamento de pessoal.....	48

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Logotipo da empresa.....	27
Figura 2: Layout.....	43
Figura 3: Fluxograma.....	47
Figura 4: Organograma.....	50

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Análise do cenário local.....	33
Gráfico 2: Análise do consumidor local sobre produtos de informática.....	34
Gráfico 3: Análise dos produtos que o consumidor possui em sua residência.....	35
Gráfico 4: Análise do interesse do consumidor em estar adquirindo produtos de informática.....	35
Gráfico 5: Análise dos concorrentes existentes no município.....	36
Gráfico 6: Análise do fator decisivo na compra dos produtos.....	37
Gráfico 7: Análise da aceitação da abertura de um novo comércio na região.....	38

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Estimativa dos Investimentos Fixos.....	51
Tabela 2: Estimativa do Estoque Inicial.....	52
Tabela 3: Estimativa dos Investimentos Financeiros.....	53
Tabela 4: Estimativa dos Investimentos Pré- Operacionais.....	53
Tabela 5: Estimativa do Investimento Total.....	54
Tabela 6: Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa.....	55
Tabela 7: Despesas com comercialização.....	55
Tabela 8: Dimensionamento de Pessoal.....	56
Tabela 9: Estimativa dos Custos com Depreciação.....	57
Tabela 10: Estimativa dos Custos Fixos Mensais e Despesas.....	57
Tabela 11: Demonstrativo de resultados.....	57
Tabela 12: Ponto de Equilíbrio.....	58
Tabela 13: Lucratividade.....	58
Tabela 14: Rentabilidade.....	59
Tabela 15: Retorno do Investimento.....	59
Tabela 16: Fluxo de Caixa.....	60
Tabela 17: Taxa Interna de Retorno.....	62
Tabela 18: Valor Presente Líquido.....	62
Tabela 19: Valor Presente Líquido Descontado.....	63

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
1 REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
1.1 A evolução do mercado e o avanço da tecnologia.....	15
1.2 Empreendedorismo.....	16
1.3 Empreendimento.....	18
1.4 Empreendedor.....	18
1.5 Plano de negócios.....	19
2 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	21
2.1 Descrição da oportunidade.....	21
2.2 Dados do empreendedor, perfil e atribuições.....	22
2.3 Dados do empreendimento.....	23
2.4 Setor de atividade.....	23
2.5 Forma jurídica.....	24
2.6 Enquadramento Tributário.....	24
2.7 Capital Social.....	24
2.8 Missão.....	24
2.9 Visão.....	25
2.10 Objetivos.....	26
2.10.1 Objetivos em curto prazo.....	26
2.10.2 Objetivos a médio e longo prazo.....	26
3 PLANO DE MARKETING.....	27
3.1 Estudos dos clientes.....	28
3.2 Estudos dos concorrentes.....	29
3.3 Estudo dos fornecedores.....	29
3.4 Abrangência da cadeia de abastecimento.....	30
3.5 Estratégias promocionais.....	30
3.6 Estrutura de Comercialização.....	31
3.7 O mercado.....	
3.8 Pesquisa de Marketing.....	
3.9 Resultado da pesquisa.....	39
3.10 Atendimento ao cliente.....	40

3.10.1 Venda.....	40
3.10.2 Pós-venda.....	40
3.11 Análise SWOT.....	41
4 PLANO OPERACIONAL.....	42
4.1 Localização do negócio.....	42
4.2 Layout.....	43
4.3 Capacidade comercial.....	44
4.4 Processo de comercialização.....	45
4.5 Fluxogramas do processo comercial e prestação de serviços.....	45
4.6 Fluxograma.....	46
4.7 Dimensionamento de pessoal.....	48
4.8 Organograma.....	50
5 PLANO FINANCEIRO.....	51
5.1 Estimativa dos investimentos fixos.....	51
5.2 Estimativa do estoque inicial.....	51
5.3 Estimativa de capital de giro.....	53
5.4 Estimativa dos investimentos financeiros.....	53
5.5 Estimativa dos investimentos pré-operacionais.....	53
5.6 Estimativa do investimento total (resumo).....	54
5.7 Estimativa do faturamento da empresa.....	54
5.8 Despesas com comercialização.....	55
5.9 Estimativa dos custos com mão-de-obra.....	56
5.10 Estimativa dos custos com depreciação.....	56
5.11 Estimativa dos custos fixos mensais / despesas.....	57
5.12 Demonstrativos de resultados.....	57
5.13 Ponto de equilíbrio.....	58
5.14 Lucratividade.....	58
5.15 Rentabilidade.....	59
5.16 Prazo de Retorno de Investimento.....	59
5.17 Fluxo de caixa.....	60
5.18 Taxa Mínima de Atratividade do projeto (TMA).....	
5.19 Taxa Interna de Retorno – TIR.....	62
5.20 Valor Presente Líquido.....	62

5.21 Valor Presente Líquido – descontado.....	63
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	64
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	65
APÊNDICE.....	66

INTRODUÇÃO

O presente Trabalho visa analisar a viabilidade do negócio, sob os diversos aspectos, da abertura da empresa Way Tech, uma empresa varejista, que terá como finalidade a comercialização de produtos de informática e seus periféricos, assim como também a prestação de serviços de manutenção, monitoramento e reparação de tais produtos, sendo assim a empresa pretenderá se instalar no município de Uruana - GO.

Para obter uma análise concisa da criação de um determinado negócio, faz-se necessário a criação do PN, para que todos os dados possam ser analisados de maneira adequada e de forma a contribuir positivamente para criação do mesmo. O plano de negócios da Way Tech é dividido em: Plano Operacional, Plano de Marketing e Plano Financeiro, onde estes mostram passo a passo a construção do empreendimento, sob todos os pontos de vista do empreendedor.

Estudos comprovam que grande parte dos empreendimentos fecha suas portas devidas falta de planejamento antes da abertura, porém o planejamento não garante o sucesso, mas serve, para minimizar possíveis transtornos decorrentes no processo de abertura de qualquer empreendimento, além do mais, o mesmo é capaz de aperfeiçoar as potencialidades do empreendedor junto ao empreendimento, fazendo disto um fator de diferencial competitivo no cenário econômico atual, visto que este processo de otimização leva os empreendedores a obter um estudo eficaz de suas oportunidades, ameaças, pontos fortes e pontos fracos, fazendo com que assim o empreendimento tenha o mínimo de riscos possíveis no processo de criação.

Portanto, este visa mostrar por meio deste PN, a abertura de um empreendimento no município de Uruana - GO. Que seja voltada ao ramo de comercialização de peças de informática, como também, a prestação de serviços na forma de manutenção, conserto e reparação de tais produtos.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 A evolução do mercado e o avanço da tecnologia

A crescente evolução do mercado, assim como também o crescimento da concorrência tem sido evidente no ambiente empresarial, o que exige dos empresários e gestores mais flexibilidade e facilidade de adaptação para conseguir acompanhar essas crescentes mudanças.

Paralelo a essa evolução do mercado, o avanço da tecnologia também tem sido em um ritmo extremamente acelerado, onde é praticamente impossível acompanhar dia a dia as novas ferramentas que a tecnologia tem trazido para dentro das empresas, bem como as facilidades que o computador tem trago para todas as pessoas que têm acesso a este.

Grandes são as vantagens que a tecnologia traz tanto para o ambiente empresarial quanto ao uso pessoal, uma vez que se podem citar as grandes facilidades oferecidas por esta como um dos seus principais benefícios. Em se tratando desses benefícios, Santos (2006, p. 1) diz que “o computador pode ser programado para tomar decisões, além da grande vantagem de armazenar, transformar e processar informações a grandes velocidades”.

Diante dessas e de muitas outras vantagens que o computador oferece percebe-se o quanto à procura pelo mesmo aumentou nos últimos tempos, sendo que os instrumentos que eram utilizados para as mais diversas funções antes de surgir o computador, tem se tornado obsoleto, visto que esse aparelho possui inúmeras ferramentas que pode com facilidade suprir a necessidade desses outros, podendo substituir a máquina de escrever, a calculadora, os grandes espaços antes utilizados para armazenar documentos e assim por diante.

Seja para uso empresarial ou mesmo doméstico, o certo é que o computador vem ganhando grande espaço na vida das pessoas e, muitas das vezes essas pessoas se tornam até dependentes dessa máquina, visto as facilidades e a grande utilização para diversos afazeres que antes exigiam uma enorme disponibilidade de tempo e espaço para realizá-los. Assim, um empreendimento que visa à venda e prestação de serviços nessa área, em uma visão ampla torna-se

viável, levando em consideração a grande procura tanto pelo produto quanto pela prestação de serviços no ramo da informática.

1.2 Empreendedorismo

De um modo geral, o empreendedorismo é definido como a forma e a capacidade do indivíduo de transformar sonhos, ideias concretas, posteriormente fazer com que estas ideias tornem lucrativas para os negócios.

Para Dolabela (1999), empreendedorismo vem da palavra *entrepreneurship*, onde o mesmo é utilizado para designar estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades e seus universos de criação.

A busca pela criação de coisas novas ou melhoria do que já existe é constante, visto que o mercado está em contínua transformação devido às necessidades das pessoas. O que era muito bom antigamente pode não ser hoje, e isso faz com que as coisas se modifiquem ou evoluam, de acordo com as necessidades percebidas. Assim, para que aconteça essa criação ou mesmo a transformação do que já existe para algo ainda melhor é preciso que haja uma necessidade, o que levará a essa ação, que hoje se chama empreendedorismo.

Dornelas (2005, p. 42) diz que

Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades e a perfeita implementação dessas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.

Esse conceito referencia às pessoas que possuem características empreendedoras que mais adiante será discutido a esse respeito. Mas ainda se tratando de empreendedorismo, o autor acima citado o define como um processo que pode ser de criação ou mesmo transformação que terá como consequência ações que levarão ao objetivo final, ou seja, ao produto ou serviço propriamente dito. É claro que antes disso, existe todo um processo de planejamento para dar base a essas ideias e fazer com que os objetivos sejam atingidos. Complementando a definição feita pelo autor acima citado, o empreendedorismo como processo que cria e inova é o principal fator de desenvolvimento econômico e social.

Dolabela (1999, p. 45) nos diz que:

O empreendedorismo deve conduzir ao desenvolvimento econômico, gerando e distribuindo riquezas e benefícios para a sociedade. [...] O empreendedorismo é visto como um ramo da administração de empresas. No Primeiro Mundo, as escolas de administração têm um setor, um grupo, uma área de concentração em empreendedorismo. [...] É comum às universidades, principalmente nos Estados Unidos e Canadá, criarem um Centro de Empreendedorismo, onde, junto à pesquisa e ao ensino na área, são estabelecidas conexões para dar suporte às empresas emergentes.

Não se sabe exatamente a data do surgimento do empreendedorismo, mas se tem notícias de que na década de 50 nos Estados Unidos já haviam estudos relacionados ao tema. Porém, nessa época, os cursos ministrados focavam mais a pequena empresa do que o empreendedorismo propriamente dito. No Brasil, a chegada do empreendedorismo veio algumas décadas depois, contribuindo de forma significativa para o melhoramento e a evolução do país.

No Brasil, pode-se dizer que o empreendedorismo está apenas começando, mas os resultados já alcançados no ensino indicam que estamos no início de uma revolução silenciosa. O primeiro curso de que se tem notícia na área surgiu em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, por iniciativa do professor Ronald Degen e chamava-se "Novos Negócios". Era uma disciplina do CEAG – Curso de Especialização em Administração para Graduados. Em 1984, o curso foi estendido para a graduação, sob o nome de "Criação de Novos Negócios – Formação de Empreendedores", e hoje é uma das "trilhas" obrigatórias a serem percorridas pelos alunos de graduação. Mais tarde, o ensino do empreendedorismo foi inserido nos cursos de mestrado, doutorado e MBA. (DOLABELA, 1999, p. 55)

Com base nessas informações, acredita-se que o Brasil ainda tem um longo caminho para galgar em se tratando de empreendedorismo, mas sabe-se também que os passos que já foram dados merecem destaques e espera-se que os próximos sigam o mesmo rumo.

De uma maneira global, pode-se dizer que o empreendedorismo nada mais é do que o mecanismo que tem por finalidade estudar, analisar e subjugar os

passos do empreendedor nas suas mais diversas formas, visto que todos estão suscetíveis a erros.

1.3 Empreendimento

O empreendimento, nada mais é do que a transformação dos sonhos do empreendedor, em algo concreto, tendo como foco a visão que o mesmo possui anteriormente do negócio.

Quando se fala na criação ou expansão de um negócio, fala-se de empreendimento, ou seja, através da percepção de uma oportunidade ou necessidade vão surgir ideias que posteriormente serão transformadas em ações e que irão de encontro à criação ou construção desse empreendimento de fato.

Bernardi (2007, p. 57), diz que:

“a ideia de empreendimento ou novo projeto surge de várias formas: da observação, da percepção e análise de atividades, necessidades, tendências e desenvolvimentos, na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo, ou até como desenvolvimento natural de um negócio existente. [...] Normalmente, a ideia de empreender é concretizada de cinco formas: montagem de um empreendimento compra de uma empresa em funcionamento, sociedade num novo empreendimento, sociedade num empreendimento em funcionamento, franquias, muito utilizada quando não se conhece o ramo, o que economiza muitas etapas e estudos, além de proporcionar diluição de riscos.”

Assim, o empreendimento diz respeito àquilo que é o negócio em questão, do que se trata, onde se localiza. O empreendimento é o ambiente criado pelo empreendedor, o qual será referido em seguida.

1.4 Empreendedor

O empreendedor é aquele que pratica o empreendedorismo, ou seja, dedica esforço e assume os riscos necessários para colocar em prática aquilo que acredita.

Schumpeter (apud CHIAVENATO, 2004, p. 5) nos fala que “o empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias”.

Assim, o empreendedor tem um olhar diferente para mundo, uma percepção mais acurada sobre sua evolução e consegue visualizar oportunidades onde a maioria não enxerga. Esse diferencial é um, dentre vários outros que faz com que este assuma os riscos impostos pelo ambiente e siga em frente, pois é perseverante e não se intimida com as dificuldades ao longo da jornada. Cada etapa para o empreendedor é vista com um aprendizado, mesmo que algumas vezes as coisas não saiam como previstas. Se isso acontece, ele analisa o que deu errado e continua tentando, pois tem a certeza de que logo dará certo.

Desse modo, Dolabela (1999, p. 23), assim o define:

O empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não só. Deve saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro. Além de energia e perseverança, uma grande dose de paixão é necessária para construir algo a partir do nada e continuar em frente, apesar obstáculos, armadilhas e da solidão. “O empreendedor é alguém que acredita que pode colocar a sorte a seu favor, por entender que ela é fruto do trabalho duro”.

Desse modo, o empreendedor supera os desafios e não se intimida com as dificuldades que estarão no caminho, tendo em vista sua percepção de que essas dificuldades lhe trarão benefícios no futuro.

1.5 Plano de negócios

Principalmente nos dias atuais é imprescindível que o empresário ou gestor saibam ao certo os caminhos que estão trilhando, a fim de saber pela qual direção está indo para facilitar o bom andamento das atividades. Assim, para que o empresário tenha em mãos as informações pertinentes ao seu negócio, bem como os objetivos a serem alcançados com o mesmo, é preciso anteriormente planejar o

que deve ser feito para que os objetivos propostos sejam atingidos da melhor maneira possível. A falta de planejamento tem levado muitas empresas ao fracasso.

Assim, Chiavenato (2004, p. 128) diz que:

O planejamento produz um resultado imediato: o plano. Todos os planos têm um propósito comum: a previsão, a programação e coordenação de uma sequência lógica de eventos, os quais, se bem-sucedidos, deverão conduzir ao alcance dos objetivos que se pretende. [...] um plano é um curso predeterminado de ação sobre um período especificado de tempo e proporciona respostas às seguintes questões: o que, quando, como, onde e por quem. Na verdade, é uma tomada antecipada de decisões sobre o que fazer, antes de ação ser necessária.

O Plano de Negócios torna-se então uma ferramenta capaz de auxiliar os gestores, no processo da criação de um novo, visto que nele estarão contidas informações importantes referentes ao negócio e que se espera dele. Vale lembrar que as informações contidas nesse plano são as mais completas possíveis, partindo desde a missão do empreendimento, passando pelas suas metas e os objetivos a serem atingidos, análise do mercado, plano de marketing, financeiro e demais itens necessários para que o mesmo apresente de forma clara e objetiva as características do negócio.

Sendo esta, uma ferramenta de grande importância, Bernardi (2007) enfatiza a necessidade de grande atenção na qualidade do Plano, pois apesar de não garantir o sucesso empresarial, este facilita o andamento do negócio:

“o plano de negócios em si não garante o sucesso da empresa ou sua lucratividade; no entanto, quando desenvolvido com boa qualidade, aumenta as chances do empreendimento, pois através da reflexão e da compreensão das necessidades, cria bases sólidas para o monitoramento do modelo e da estratégia de negócios”.
(BERNARDI, 2007, p. 4)

Isso quer dizer que, além da existência de um bom plano é preciso que se coloquem em prática as orientações nele contidas, bem como as alterações e adaptações necessárias, de acordo com o que se pretende.

2 SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 Descrição da oportunidade

O negócio trata-se da criação de um comércio varejista que tem como atividade econômica principal, o comércio varejista especializado de equipamentos e suprimentos de informática, e como atividade secundária, reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos, no município de Uruana atendendo a todos que necessitarem deste tipo de serviço no município de Uruana, como também vilarejos e cidades circunvizinhas ao mesmo.

Kotler (2003, pag. 336) diz que: "Varejo engloba todas as atividades envolvidas na venda de bens ou serviços diretamente a consumidores finais para seu uso pessoal e não empresarial".

Os principais clientes serão: a população do Município de Uruana, vilarejos e cidades do entorno, que enxergam no município uma oportunidade de compra por produtos que não possuem em suas cidades, e também na busca por serviços de qualidade, aliados a bons preços.

Analisando os aspectos do município de Uruana de acordo com o último censo realizado no ano de 2010 pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), nota-se um crescimento considerável da população no que diz respeito ao último censo realizado no ano de 2000, conforme dados extraídos da pesquisa, o número de habitantes é de 13.821 que residem no município, ainda nesse ponto de vista óptico, analisando os aspectos dos comércios da região, no ramo do presente PN, percebe-se que muitas vezes os comércios locais, adotam práticas de preços inadequadas na venda de seus produtos, objetivando sempre o lucro em cima das vendas, muitos comerciantes acabam por não utilizar uma política adequada de preços, forçando o consumidor a adquirir os produtos.

Com advento do processo de globalização juntamente com o crescente avanço tecnológico a cada dia que passa o surgimento de novas tecnologias, baratas e modernas vem sendo inseridas dentro do mercado, de forma a atender todas as necessidades impostas por consumidores e empresas. A facilidade de aquisição de tais produtos faz com que cresça a quantidade de pessoas que deles necessitem, várias empresas preocupam-se apenas em vender seus produtos,

deixando assim ao consumidor uma assistência técnica, quando for o caso dele precisar

Observando a inexistência de um comércio local focado apenas nesse ramo de comercialização de periféricos de informática e prestação de serviços técnicos especializados a Way Tech surgirá para atender a demanda da população da cidade de Uruana, caso aconteça algo com o produto adquirido, com isso pretende-se através da criação deste empreendimento oferecer aos consumidores, além de produto de qualidade, um acompanhamento adequado, destinado à manutenção e conservação de tais produtos ou componentes de seus equipamentos que se encontram em crescente desenvolvimento social e econômico, oferecendo-lhes produtos com qualidade, bons preços e boas condições de pagamento.

2.2 Dados do empreendedor, perfil e atribuições

O empreendedor Márcio Oliveira Santos, casado, residente e domiciliado na cidade de Uruana – GO, concluindo o 8º período do curso de Administração de Empresas, pela instituição de ensino superior de Rubiataba – FACER. O mesmo possui as seguintes experiências profissionais: formação no curso Técnico em Informática pela Escola Agrotécnica Federal de Ceres – GO, trabalhador autônomo na área em que se pretende trabalhar através da criação deste PN, durante um período de três anos.

O empreendedor possui experiências nas atividades relacionadas à venda de periféricos de informática e assistência técnica especializada no conserto e manutenção de tais equipamentos, conhecimento na área de venda e pós vendas, além de possuir um grande conhecimento no ramo que se pretende atuar com a criação deste empreendimento, pretende-se ainda através dos conhecimentos adquiridos na graduação do curso de administração, especializar-se na área de Tecnologia de Informação, e assim adquirir conhecimentos necessários para atuar na área de Informática e Sistemas de Informação.

Destacam-se como principais características do empreendedor: conhecimento na área do presente empreendimento, gerir processos gerenciais e administrá-los de acordo com a individualidade de cada um, saber trabalhar em

equipe, ser um profissional dinâmico pró-ativo, saber comportar frente às exigências e constantes mudanças do mercado de trabalho, como também ser criativo na busca por inovações, tendo em vista as rápidas mudanças dos produtos de informática.

2.3 Dados do empreendimento

Nome da empresa: **WAY TECH PRODUTOS DE INFORMÁTICA**, denominação social Way Tech Informática Ltda.

A empresa se localizará na cidade de Uruana, devido à inexistência de uma empresa focada no ramo de comercialização de produtos de informática e periféricos, como também na prestação de serviços de manutenção e conservação de tais produtos, também devido ser a cidade onde o empreendedor reside.

Tendo em vista ser este um PN, que se encontra em estado de criação, o CNPJ e demais documentos da empresa, serão criados no momento em que o empreendedor for colocar em prática as atividades do empreendimento.

2.4 Setor de atividade

O setor de atividade do negócio que se pretende atuar no presente PN é o de comércio varejista e serviços, haja vista que a empresa comprará mercadorias e produtos de outros fornecedores e repassará na forma de venda aos consumidores finais.

2.5 Forma jurídica

A empresa será titulada por uma única pessoa, atuando na forma de Empresário em nome individual.

2.6 Enquadramento Tributário

Visto que se trata de um empreendimento de pequeno e médio porte, onde possui como atividade primária, o comércio varejista especializado de equipamentos de informática e como atividade secundária a reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos, o presente PN irá se enquadrar no sistema tributário determinando a tributação especificava para cada tipo de atividade, onde será atribuído o valor que lhes compete de acordo com a classificação da junta comercial.

2.7 Capital Social

O capital social será um valor de: R\$ 59.910,00 (cinquenta e nove mil e novecentos e dez reais).

Sendo este valor dividido em Estimativa dos Investimentos Fixos R\$ 12.729,00 (doze mil, setecentos e vinte e nove reais) Estimativa dos Investimentos Financeiros R\$ 41.681,00 (quarenta e um mil, seiscentos e oitenta e um reais) e Estimativa de Investimentos Pré-Operacionais R\$5.500,00 (cinco mil e quinhentos reais),

2.8 Missão

O principal foco de todo e qualquer empreendimento está na obtenção de resultados no final de cada período, atingindo assim as metas pré-estabelecidas, objetivando o alcance destas visando sempre oferecer produtos com qualidade, capaz de atender as necessidades dos clientes e acima de tudo vivenciando o dia a dia da empresa dentro do seu processo de produção.

A Way Tech objetivando o alcance de suas metas e de seus objetivos estabelece como missão "A acessibilidade para a oferta de produtos e serviços na área de informática no município de Uruana, tendo como foco principal a busca de melhorias na oferta do serviço de manutenção em equipamentos de informática,

bem como na venda destes equipamentos novos a toda população de Uruana – GO, atendendo as necessidades da sociedade uruanense, tanto na compra de novos equipamentos como no descarte de seus equipamentos obsoletos, visando assim preservar o meio ambiente de possíveis contaminações pelos agentes encontrados nesses equipamentos”.

Sendo a missão, uma forma de definir as características da empresa em cima do perfil de cada consumidor. A missão da Way Tech será “Fornecer soluções confiáveis e acessíveis na área de informática, que possam criar viabilidade nas ações empresariais, sendo convertidas no atendimento das expectativas da sociedade ante suas necessidades, bem como promover a coleta dos refugos de componentes eletrônicos em desuso”.

2.9 Visão

Estabelecer a visão de um empreendimento nada mais é do que criar sua característica, focado na missão, com isso a visão é estabelecida de forma a satisfazer desejos futuros dos empreendedores e também com o intuito de uma melhor alocação dentro do mercado de trabalho, servindo como um instrumento de direção capaz de direcionar os empreendedores sobre qual caminho deve-se seguir.

A visão da Way tech é ofertar serviço de qualidade e confiabilidade, respeitando os aspectos socioambientais através do manuseio adequado de seus produtos, satisfazendo as necessidades dos clientes e assim consolidar o nome da empresa, dentro e fora do município de Uruana, tornar-se a melhor empresa do ramo de comercialização de produtos de informática dentro do município, e futuramente expandir seus negócios, através da abertura de novos empreendimentos em outros municípios”.

2.10 Objetivos

O principal objetivo do empreendedor quanto à abertura do empreendimento está em: Conquistar a clientela do município de Uruana,

oferecendo produtos com qualidade, confiabilidade, embasados nas questões de responsabilidade socioambiental, através da coleta dos produtos não mais utilizados pelos consumidores, alcançar uma posição estável dentro do mercado em que está inserida, visando sempre buscar por novas tecnologias e mecanismos acessíveis que estejam voltados a comunidade local.

2.10.1 Objetivos a curto prazo

Como todo empreendimento almeja, o objetivo em curto prazo está na conquista pelo maior número de clientes dentro e de fora do município, utilizando políticas de marketing no foco da venda dos produtos, almejando sempre estar oferecendo aquilo que se faz necessário para o consumidor, atendendo a todos que necessitarem dos produtos e serviços, sendo pessoas jurídicas ou físicas desde que necessitem de algum dos produtos oferecidos pelo empreendimento.

2.10.2 Objetivos a médio e longo prazo

Tornar-se-á melhor empresa do ramo de comercialização e assistência técnica de produtos de informática no município de Uruana, satisfazer as necessidades dos clientes, conquistarem a maior clientela possível e acima de tudo consolidar o nome e a marca da empresa frente ao mercado do ramo que o presente PN atua.

3 PLANO DE MARKETING



Figura 1. Logotipo da empresa

Fonte: imagem adaptada pelo autor, 2010.

A **Way Tech** tem como objetivo principal atuar no ramo de comercialização e manutenção de produtos de informática no município de Uruana, abrangendo todos os aspectos do município no que se refere à classe social e nível econômico da população, objetivando sempre atender todos os perfis de clientes, valorizando sempre os clientes locais.

Como toda empresa do ramo pretende-se oferecer produtos de informática, novos, diretamente da fábrica, assim como todos os periféricos e máquinas como: mouse, teclado, placas de memória, placa wireless, placa de rede, notebooks, computadores completos de última geração, estabilizadores, caixas de som, impressoras, dentre outros e com garantia definida pelo fabricante. Pretende-se também oferecer serviços de manutenção preventiva, corretiva e reparação de tais produtos feitos por profissionais altamente capacitados para tal atividade, um fator diferencial, competitivo que estará diretamente ligado à variedade de produtos que a Way Tech irá oferecer, onde contará com uma assistência técnica interna no empreendimento e se assim desejar o cliente poderá solicitar uma visita de algum

técnico até sua empresa ou casa, visando sempre à maior comodidade do cliente, como também satisfazer e atender as suas necessidades.

3.1 Estudo dos clientes

Foi realizada uma pesquisa de marketing onde foram distribuídos 20 questionários para os consumidores locais existentes no município de Uruana, pessoas de ambos os sexos e faixa etária diferentes, com intuito de analisar o grau de satisfação do consumidor local, no que se refere à comercialização de produtos de informática no município.

Após a pesquisa, houve também uma conversa informal com os empreendedores existentes dentro do município, que atuam no ramo de comercialização que se pretende atuar através deste PN, com intuito de analisar quais seriam os principais clientes e foi detectado que os mesmos primeiramente são pessoas e empresas que residem no município e nas suas proximidades, pois enxergam dentro deste uma oportunidade por compra de produtos que satisfaçam suas necessidades e que possuam bons preços e boas condições de pagamento.

De um modo em geral pode-se dizer que as características dos clientes ficam definidas como sendo pessoas de ambos os sexos e de diferente faixa etária, podendo ser residentes ou não no município de Uruana. Outro aspecto é que o empreendimento não define o nível social, com isso pode-se dizer que o mesmo pretende abranger todos os níveis sociais, sem haver distinção de renda, nível de escolaridade, enfim algum predicativo necessário para adquirir um determinado produto, o mesmo ocorre para as empresas as quais pretendem através da criação deste, atender o microempresário, como também empresas de grande porte instaladas no município.

3.2 Estudo dos concorrentes

No município existem empresas que atuam no mesmo segmento de comercialização de peças e produtos de informática, porém o que as difere do empreendimento que se pretende criar é que estas não realizam serviço de manutenção, conservação e reparo de tais equipamentos, para tanto se destaca como principais concorrentes e suas atividades os seguintes empreendimentos:

- ✓ Compuway – situada na cidade de Uruana - GO tem como foco principal de atividade a realização de Cursos de Informática.
- ✓ Flash Center digital, situada na cidade de Uruana - GO, onde possui como atividade principal e secundária, o comércio de eletrônicos em geral, destacando-se a venda de outros produtos que não estejam diretamente ligados a comercialização específica de produtos de informática.
- ✓ Device Informática, situada no município de Uruana - GO, onde assim como a primeira mencionada, possui como atividade principal e secundária a realização de Cursos de Informática, caracterizando-se como sendo uma Escola e não especificadamente um comércio.

Essas empresas têm como ponto forte a grande variedade de produtos e marcas, porém identifica como ponto fraco, os preços aplicados pelos mesmos, à demora no processo de entrega de tais equipamentos, como também a não exclusividade da realização de serviços que sejam voltados apenas à informática, onde ambas possuem como atividade principal, o desempenho de outra atividade.

Analisando esse contexto, a Way Tech terá como objetivo suprir todas as necessidades de usuários, onde irá atuar em cima dos pontos fracos dos concorrentes potenciais e potencializando ainda mais o ponto forte acima identificado, onde se pretende através deste trabalhar com marcas já conhecidas no mercado de informática, marcas estas que trazem segurança e conforto para os clientes.

3.3 Estudo dos fornecedores

Os principais fornecedores de equipamentos de informática para a realização de serviços localizam-se em Goiânia – GO, São Paulo – SP, sendo as

empresas Hard-Tech em Goiânia-GO, Hard-Tech em São Paulo-SP, e um grande distribuidor chamado Officer também localizado no estado de São Paulo, estes foram escolhidos por já trabalharem a algum tempo no mercado e acima de tudo por terem mercadorias de boa qualidade dando uma maior segurança para a empresa, como também bons preços aliados a boas condições de pagamento e assim conseqüentemente pretende-se repassar esses benefícios adquiridos no ato da compra dos produtos para benefícios dos clientes.

3.4 Abrangência da cadeia de abastecimento

Através da conversa informal que se teve com os comerciantes locais, nota-se que a maioria dos clientes, prefere ir até a loja para realizar a compra, porém pretende-se ter um profissional de prontidão para atender o cliente a domicílio, seja no serviço de reparação e manutenção como também no processo de venda se assim o mesmo desejar, isto seria como citado anteriormente um diferencial competitivo para o empreendimento. Este tipo de venda em domicílio poderá ser utilizado como sendo uma estratégia da empresa em estar levando até o cliente os demais produtos existentes dentro do empreendimento, podendo fazer com que assim o mesmo desperte interesse por algum outro tipo de produto.

3.5 Estratégias promocionais

Assim como a promoção, as estratégias promocionais tornam-se a maneira mais fácil e rápida que as empresas possuem de aproximarem mais de seus clientes, visto que a mesma possibilita ao empreendimento mostrar a qualidade de seu produto nas suas mais diversas formas.

A Way Tech, como todas as empresas, pretende inicialmente investir no preço de venda dos produtos, onde se pretende oferecer aos clientes produtos que tenham qualidade aliados a bons preços, outro aspecto a ser adotado estão no pacote de desconto que irá oferecer ao cliente que angariar novos clientes para a loja, assim pretende-se criar um banco de dados com o nome de todos os clientes,

pois aquele cliente que trouxer novos clientes para o empreendimento ganhará um cupom , quando o mesmo tiver cinco cupons, este ganhará desconto de 30% nos produtos que desejarem adquirir, sendo este dado a cada vez que o cliente comprar cinco vezes algum tipo de mercadoria no empreendimento.

As estratégias promocionais podem melhor ser definidas da seguinte maneira:

- ✓ Distribuição de cartão de visitas, panfletos, informativos, no município de Uruana e nas cidades que localizam nas proximidades do município, pretende-se trabalhar com matérias biodegradáveis, para diminuir os impactos no meio ambiente.
- ✓ Divulgação da loja, através da mídia local, carro de som, rádio, com intuito de propagar o produto na mente do consumidor.
- ✓ Oferecimento de pacotes de desconto para clientes que conseguirem angariar novos clientes, conforme método acima mencionado.
- ✓ Publicidade na rádio local, patrocínios culturais de eventos na região, dentre outros mecanismos que se fizerem necessários para a divulgação dos produtos.

3.6 Estrutura de Comercialização

A estrutura de comercialização da Way Tech será a venda com vendedores internos, e vendedores externos, como também técnicos realizando serviços externos de acordo com as necessidades dos clientes.

Muitos clientes optam por ir até o empreendimento escolher os produtos que necessitam, porém pretende-se oferecer como diferencial competitivo para o empreendimento a venda em domicílio, ou seja, o cliente que quiser solicita a visita de um vendedor e o mesmo irá até sua residência e com um catálogo atualizado sobre os produtos existentes na loja colocará o cliente a par das novidades do mercado de informática e se assim desejar o mesmo poderá estar realizando de imediato suas compras sem se preocupar em sair do conforto de sua residência.

3.7 O mercado

A Way Tech irá atuar no ramo de comercialização de produtos de informática em geral como também no ramo de conserto e reparação dos mesmos tendo uma assistência técnica especializada, objetivando fazer um devido acompanhamento do produto tanto na venda como no processo de pós venda do mesmo.

Sabe-se que o mercado de informática é um mercado que está em constante movimento, visto que a cada dia que passa há o surgimento de novas tecnologias, que ultrapassam as já existentes dentro do mesmo, com isso as pessoas passaram a ficar totalmente dependentes dessa tecnologia para conseguir realizar suas atividades no dia a dia, o numero de computadores existentes a cada dia que passa cresce, visto que há o surgimento de modelos novos capazes de ultrapassar os já existentes, suprimindo as faltas estabelecidas pelos clientes.

A região do município de Uruana encontra-se em pleno crescimento e estruturação, tendo em vista que a cidade está situada frente a dois grandes centros industriais, como Ceres e Jaraguá, fazendo com que haja uma grande concentração de trabalhadores nesses dois pólos produtivos e residem no município em alojamento, casas e outros.

3.8 Pesquisa de Marketing

Foi realizada uma pesquisa de marketing no município de Uruana, direcionada ao segmento de comercialização de produtos de informática, com a população local, onde se deseja implantar o empreendimento, com o objetivo de analisar a viabilidade do ponto de vista dos consumidores locais.

Foram distribuídos vinte questionários no município com sete questões objetivas.

A primeira pergunta refere-se ao setor de comercialização de vendas dos produtos de informática no município de Uruana, esta teve como objetivo verificar o grau de satisfação do consumidor local sobre a comercialização de tais produtos na

região. No gráfico 01 observa-se que as opiniões foram diferentes, destacando-se 30% para péssimo, 25% ruim, 20% como regular, 20% bom, e 5% como ótimo.

01) Como você avalia o setor de vendas e prestação de assistência técnica de produtos de informática dentro do município de Uruana?

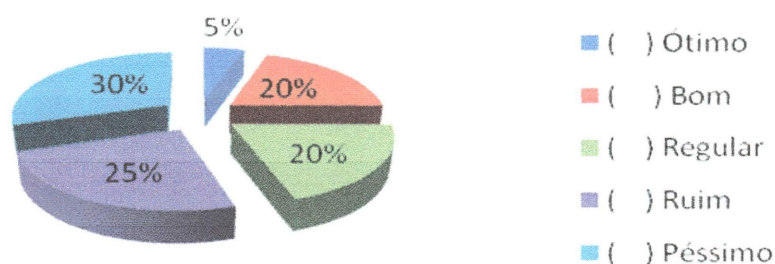


Gráfico 1. Análise do comércio local

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

A segunda pergunta tem como objetivo analisar se a população local tem algum tipo de produto de informática, esta pergunta teve como intuito verificar o nível de tecnologia que a população está tendo dentro de suas residências, para assim poder analisar possíveis clientes potenciais.

O gráfico 02 mostra que 70% dos consumidores locais, possuem algum tipo de produto de informática em sua residência, contra 30% que informaram não possuir.

02. Você possui algum produto de informática em sua residência?, sua resposta for sim passe para a pergunta de número 03, se for não pule direto para a 04 pergunta.

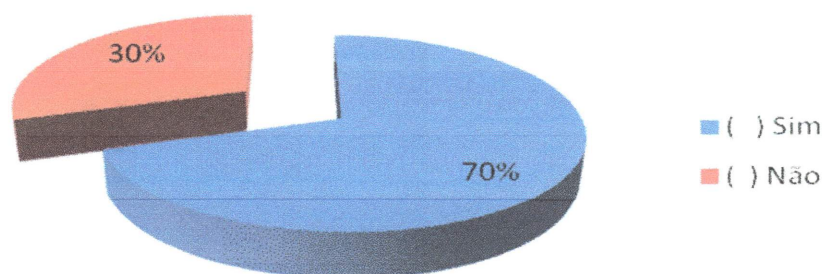


Gráfico 2. Análise do consumidor local sobre produtos de informática
Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

A terceira pergunta faz uma avaliação sobre os produtos que os consumidores possuem dentro de suas residências, perguntou-se ao consumidor que respondeu sim na questão anterior: "Marque os produtos que você possui em casa?".

Analisando os resultados obtidos pode-se perceber que 70% dos entrevistados possuem computadores de mesa em sua residência, contra 30% que dizem possuir computadores portáteis (notebook). Percebe-se que maioria das pessoas entrevistadas possui algum tipo de produto que está diretamente ligado ao ramo de informática, dentro de sua residência, o que se torna de suma importância para o negócio que se pretende criar.

03. Marque os produtos que você possui em casa?

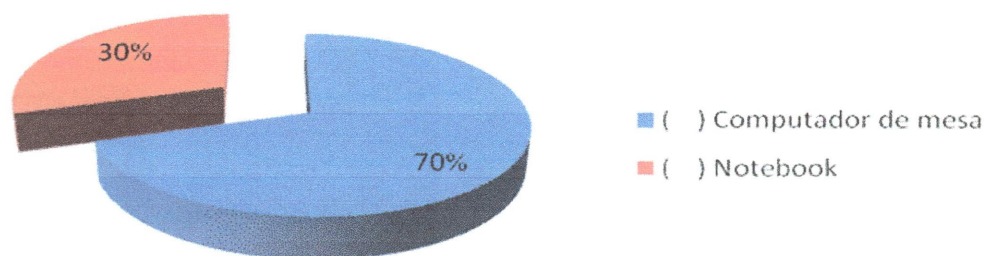


Gráfico 3. Análise do produto que o consumidor possui em sua residência
 Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

Com intuito de analisar o interesse do consumidor local, em estar adquirindo algum tipo de produto de informática, perguntou-se ao mesmo: “Você tem interesse em estar adquirindo algum dos produtos citados na questão anterior?”

O gráfico 04 nos mostra que 65% dos entrevistados afirmaram possuir algum tipo de produto de informática dos que foram citados na questão anterior, porém não descartou a possibilidade por estar adquirindo outro produto, tendo em vista que o mercado de informática a cada dia traz novidades no que dizem respeito aos produtos, 25% disseram que sim, 10% disseram não possuir.

04. Você tem interesse em estar adquirindo algum dos produtos citados na questão anterior?

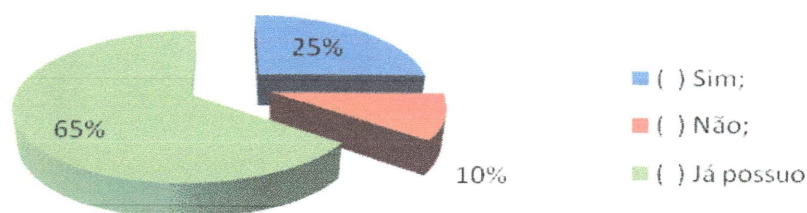


Gráfico 4. Análise do interesse do consumidor em estar adquirindo produtos de informática
 Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

A quinta questão traz em seu contexto os concorrentes existentes dentro do município de Uruana, onde foi perguntado aos entrevistados em qual dos empreendimentos abaixo citados, os mesmos costumam realizar as compras de produtos de informática, 45% dos entrevistados afirmaram adquirir tais produtos na Flash Center Digital, contra 30% que disseram na Compuway, e 25% disseram comprar na Device Informática, o que nos mostra que o gosto do consumidor local está bem dividido entre este três concorrentes.



Gráfico 5. Análise dos concorrentes existentes no município
 Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

A sexta pergunta fala sobre o fator decisivo que leva o consumidor a determinar sua compra em uma determinada loja. As opções de resposta foram levantadas de forma a identificar os principais pré-requisitos que os fazem comprar em um determinado empreendimento, os quais são: preços, boas condições de pagamento, atendimento, diversidade de produtos e consolidação no mercado.

O gráfico 06 demonstra que levando em consideração estas opções 50% dos entrevistados afirmaram que o principal fator que os leva a comprar um determinado tipo de produto é o preço e as condições de pagamento dos mesmos e a qualidade dos produtos, contra 25% disseram ser o atendimento que os leva a comprar em uma loja, contra 15% que diz ser a consolidação da empresa dentro do mercado, 10% disseram ser a diversidade do produto.

O resultado obtido através desta questão só nos mostra, que a preferência por parte dos consumidores está maior na questão que envolve o preço

com as boas condições de pagamento, onde a empresa que consegue realizar esta junção tem um grande diferencial competitivo dentro do mercado em que atua, analisando estes resultados a Way Tech, pretende trabalhar com produtos de qualidade que possuam em seu contexto, estes pré-requisitos definidos pelo consumidor.

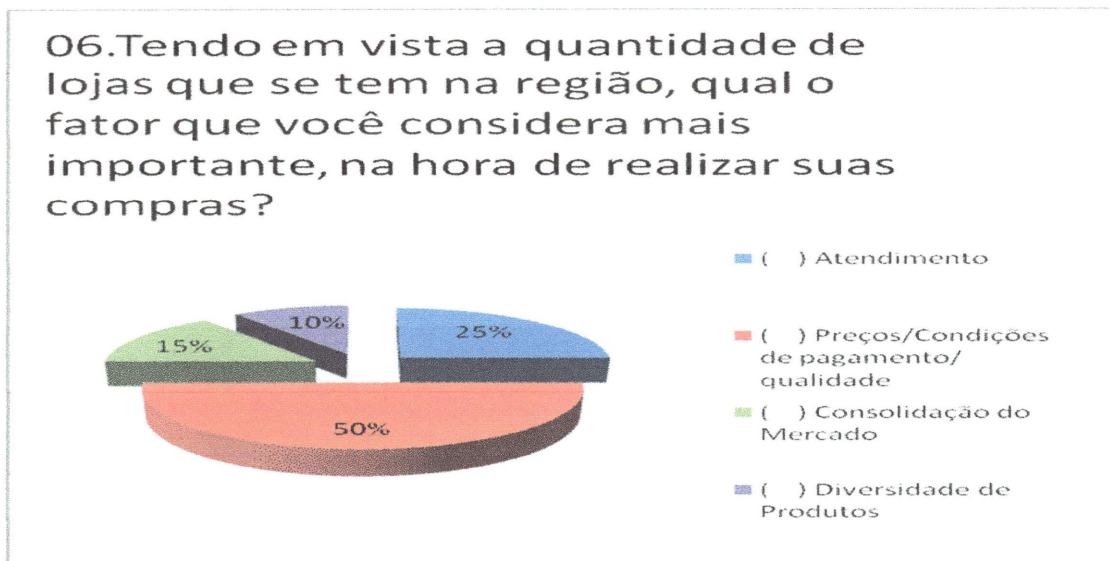


Gráfico 6. Análise do fator decisivo na compra dos produtos
Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

E por fim, finalizando a pesquisa de marketing no município de Uruana, a sétima pergunta teve como objetivo avaliar os consumidores locais sobre a abertura de um empreendimento que trabalhe focado no ramo de comercialização de produtos de informática, na manutenção e reparação de computadores e periféricos, no município de Uruana que traga em seu contexto mercadoria de qualidade com bons preços e acima de tudo boa condições de pagamento e que preste serviço técnico especializado no que se refere aos serviços de conserto e reparo de tais produtos de informática.

Analisando os mercados existentes dentro no município de Uruana, percebe-se que grande parte dos empreendimentos localizados no município trabalha apenas com a venda de produtos de informática e periféricos, deixando assim muitas vezes a desejar no que se refere à prestação de serviços de manutenção e reparo de tais produtos.

Analisando os resultados obtidos no gráfico 07, pode-se perceber que no município de Uruana, a população afirmou haver espaço para a abertura de um

comércio que trabalhe nesse ramo de comercialização de produtos de informática e assistência técnica em computadores e periféricos. O gráfico demonstra uma aceitação de 53% dos entrevistados, tido como (ótimo), 42% como (bom), e 5% como ruim para a abertura de um comércio desse segmento dentro do mercado.

07. Qual a sua opinião sobre a abertura de um novo comércio, que trabalhe no ramo de comercialização de produtos e informática, prestando serviços como assistência técnica especializada, conservação e manutenção de computadores e periféricos, onde trabalhe

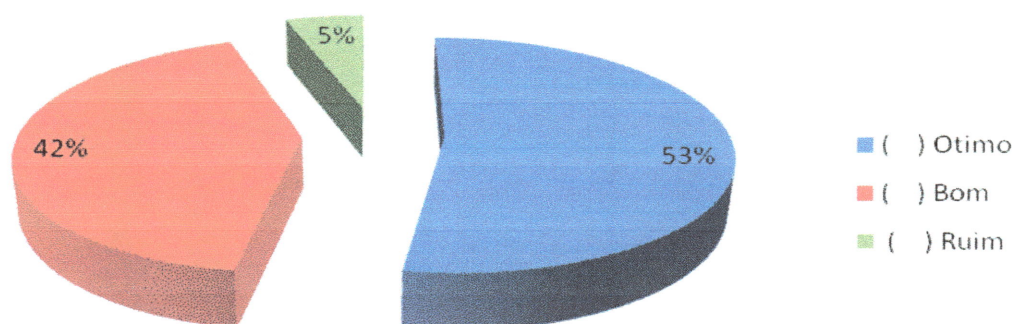


Gráfico 7. Análise da aceitação da abertura de um novo comércio na região

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

3.9 Resultado da pesquisa

O resultado da pesquisa feita através do questionário aplicado com a população já era esperado e não poderia ter sido melhor, como também a conversa informal com os empresários do ramo existentes na região. Pois analisando as respostas obtidas através dos questionários aplicados, pode-se perceber uma grande aceitação por parte dos entrevistados quanto à abertura de um empreendimento que trabalhe no ramo de comercialização de produtos de informática e que preste serviço de reparo e manutenção de tais produtos.

A pesquisa revelou que 53% dos entrevistados afirmaram que a abertura de um comércio que trabalhe nessa segmentação de mercado, não só atenderia suas necessidades como também seus interesses, tendo em vista que na maioria

das vezes os mesmos precisam dirigir até outros municípios para fazerem algum serviço de reparação e 65% afirmaram já possuir algum tipo de produto de informática, porém não descartaram a possibilidade de comprar algum tipo de produto dentro do empreendimento, 25% afirmaram ter interesse em estar adquirindo tais tipos de produto.

Assim pode-se dizer que a Way Tech, no município de Uruana, terá uma boa aceitação por parte dos consumidores locais, visto que dentro dos questionários não houve rejeição e sim uma boa aceitação, onde grande parte dos entrevistados demonstrou grande interesse em estar adquirindo produtos que se pretende vender dentro do empreendimento.

Nota-se que nessa pesquisa 50% dos entrevistados afirmaram que possuem interesse em estar adquirindo produtos que tenha qualidade aliado a bons preços e condições de pagamento, e 25% que disseram possuir preferência por um bom atendimento, 15% disseram ter preferência por empresas que possuem consolidação do mercado, 10% possuir diversidade de produtos.

Outro aspecto importante a ser relatado é que 70% dos entrevistados quando interrogados se possuem algum tipo de produto de informática em sua residência, afirmaram que possuem, contra 30% que afirmaram não possuir.

Pode-se dizer que com isso a Way Tech no município de Uruana obterá um bom índice de aceitação por parte dos consumidores locais, tendo em vista que grande parte dos entrevistados possui algum tipo de produto que esteja diretamente ligado ao ramo de informática.

A pesquisa realizada deu base para o empreendedor perceber e analisar o mercado nas suas mais diversas fases e vendo a inexistência de um comércio focado no segmento que se propõe trabalhar, o mesmo terá uma grande oportunidade dentro do cenário do comércio local, devido à diferenciação de mercado dentro do presente PN.

Com isso acredita-se que o presente PN é viável para o comércio Uruanense por possuir características inexistentes nos comércios da região, onde se pretende oferecer produtos que possuam boa qualidade, aliados a um bom preço, e acima de tudo produtos que satisfaçam as necessidades e os interesses dos consumidores.

3.10 Atendimento ao cliente

3.10.1 Venda

A venda será realizada dentro e fora do empreendimento por vendedores internos e pelo proprietário da loja. Haverá também a venda em domicílio, onde o cliente poderá solicitar a visita de um funcionário até sua residência.

3.10.2 Pós-venda

Pretende-se fazer um acompanhamento com um profissional capacitado, para o serviço de manutenção e conservação de tais produtos vendidos, dando ao cliente uma maior comodidade sobre os produtos que estão sendo adquiridos.

3.11 Análise SWOT

Análise Interna	Análise Interna
Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> - Funcionários treinados para atender a clientela da melhor maneira possível. - Rapidez e agilidade no atendimento. - Fornecimento de produtos e serviços de qualidade, voltados às questões da área de informática, inexistentes no mercado. - Ambiente agradável e receptível - Bons preços aliados à boa forma de pagamento. - Formas diferenciadas de pagamento; - Responsabilidade na execução de tarefas e pedidos. - Serviço de assistência técnica, na reparação e manutenção. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dificuldade inicial da empresa de obter clientela e conseguir deixá-los, por não ser conhecida no mercado em que pretende atuar. - Empreendimentos existentes no município que vendem algum tipo de produto iguais aos que se pretende comercializar.
Análise Externa	Análise Externa
Oportunidades	Ameaças

<p>- Ser o único empreendimento do ramo no município de Uruana, que presta serviço de assistência técnica especializada, na manutenção, reparação e conservação de computadores e periféricos</p>	<p>- A concorrência dos comércios que oferece produtos de informática - A empresa terá de competir com empresas que já possuem sua clientela fixa. - Resistência de início por parte da população por ser um empreendimento novo que irá adentrar ao mercado.</p>
---	---

Quadro 1. Análise SWOT

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

3.12 Plano de Ação

O plano de ação trata-se de todo o planejamento juntamente com todas as ações que se fizer necessário, para o alcance de um resultado almejado, a Way Tech, define seu plano de ação da seguinte forma: Fornecimento de produtos importados inexistentes no mercado com qualidade>

O QUE	QUANDO	QUEM	POR QUE	ONDE	COMO
Fornecer produtos e serviços de qualidade, através da área de informática.	Durante todo o processo de compra e venda do empreendimento	Todos os funcionários do empreendimento	A fim de conquistar o maior numero de clientes possíveis, e ser um diferencial competitivo dentro do mercado de trabalho do município de Uruana - GO	Dentro e fora da empresa Way Tech	Através de um bom atendimento aos clientes, e do oferecimento de produtos e serviços de qualidade, dando-lhes segurança naquilo que o mesmo está consumido
Bons preços aliados à boa forma de pagamento.	Processo de vendas, serviços de reparo e manutenção.	Todos os funcionários.	Conquistar o cliente, através de sua satisfação.	Dentro de fora da empresa Way Tech	Oferecendo desconto para os clientes, e quando solicitado nas vendas a prazos
Formas diferenciadas de pagamento.	Processo de vendas, serviços de reparo e manutenção.	Todos os funcionários.	Conquistar o cliente, através de sua satisfação.	Dentro de fora da empresa.	Quando o mesmo solicitar algum tipo de serviço

					prestado pelo empreendimento.
Responsabilidade na execução de tarefas e pedidos.	Processo de vendas, serviços de reparo e manutenção, atendimento ao cliente.	Todos os funcionários.	Conquistar o cliente, através de sua satisfação, e demonstrar o preparo dos funcionários.	Dentro de fora da empresa.	Quando os funcionários estiverem realizando algum serviço de reparo, nos equipamentos deixados pelos clientes junto ao empreendimento, ou quando o mesmo for realizar algum serviço na casa do cliente.
Serviço de assistência técnica, na reparação e manutenção.	Processo de vendas, serviços de reparo e manutenção.	Todos os funcionários.	Conquistar o cliente, através de sua satisfação, e demonstrar o preparo dos funcionários.	Dentro de fora da empresa.	Quando o funcionário estiver realizando algum serviço de reparo, nos equipamentos deixados pelos clientes junto ao empreendimento, ou quando o mesmo for realizar algum serviço na casa do cliente.

Quadro 2. Plano de Ação

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

4 PLANO OPERACIONAL

4.1 Localização do negócio

A Way Tech estará localizada em um ponto estratégico da cidade, no centro de Uruana - GO. Este local foi escolhido por estar situado em um ambiente estratégico dentro do município, visto que o mesmo está na área dos grandes comércios existentes na região e também por fornecer uma maior visibilidade da empresa, junto aos seus clientes e fornecedores. Outro fator preponderante da escolha do imóvel está na facilidade que o mesmo representa para o empreendedor, no momento da entrega dos produtos, visto que este estará localizado em uma das principais vias de acesso ao município.

4.2 Layout

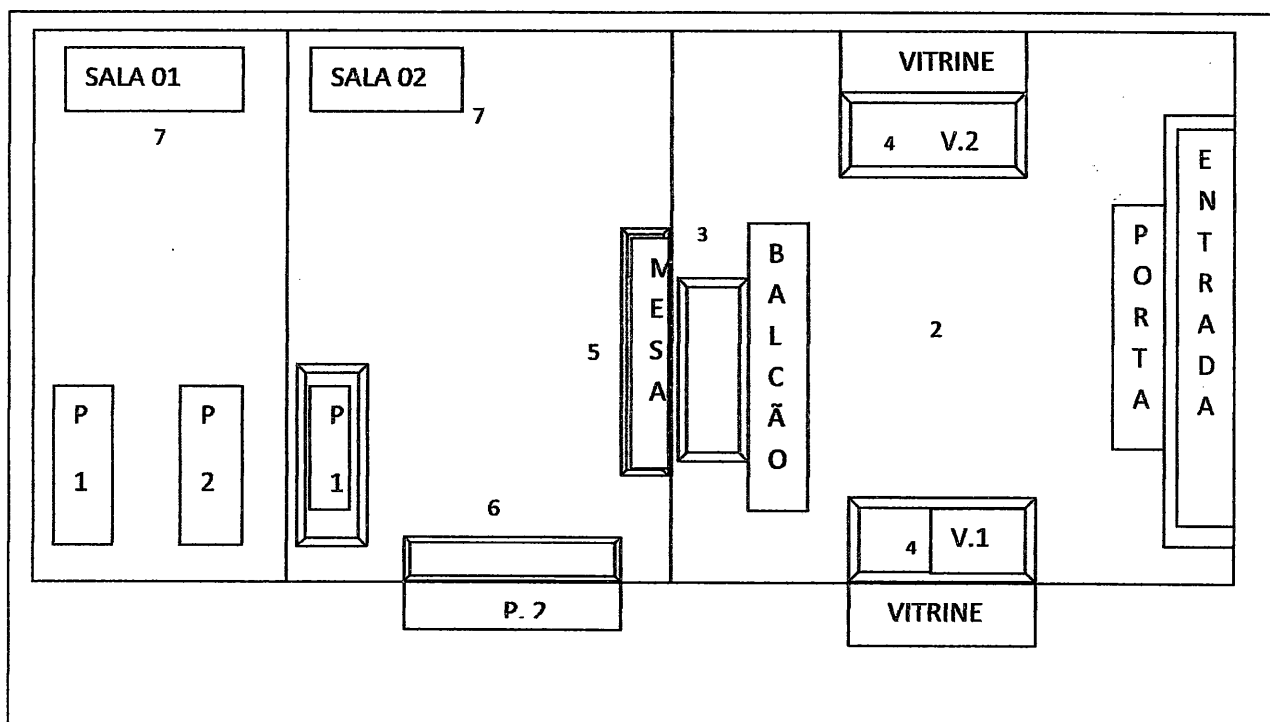


Figura 2. Layout

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

A empresa será dividida da seguinte forma:

1. Entrada da Loja
2. Recepção e Vendas
3. Balcão de exposição
4. Vitrine
5. Mesas de Assistência
6. Prateleiras para estoque
7. Sala para Estoque de Produtos e Assistência técnica



A Estrutura da Way Tech será de um espaço de 80 m², onde contará com os equipamentos e divisões conforme mostra a figura acima.

4.3 Capacidade comercial

Na Way Tech o cliente terá a facilidade de encontrar os produtos, a empresa os oferecerá sempre expostos em vitrines e balcões, com grande espaço na área de vendas, vendedores especializados em atendimento ao cliente.

A Way Tech venderá em média, por mês, *40 mouses, 32 teclados, 24 placas de memórias, 2 placas de rede, 15 placas wireless, 2 placa mãe, 2 gabinete com fonte, 8 monitor, 45 pendriver, 4 notebook, 8 Micro computadores, 5 impressora multifuncional, 4 modem, 15 antena Wi-Fi, 8 roteador, 2 placa de vídeo, 2 disco rígido, 1 no-break, 12 cartuchos, 2 estabilizador, 4 caixa de som, 6 fones de ouvido com microfone, 6 web cam.* Totalizando assim uma venda de aproximadamente de R\$ 25.426,00.

A empresa funcionará em uma vasta área comercial, com instalações seguras e funcionais. As horas de trabalho na empresa serão de 44 horas semanais.

4.4 Processo de comercialização

A Way Tech informática irá trabalhar com assistência técnica especializada no serviço de conserto e reparo dos equipamentos de informática, e para isso ela contará com uma equipe qualificada para atender seus clientes, a Way Tech contará também com equipamentos de última geração facilitando assim o trabalho de seus técnicos, sendo a equipe composta por dois técnicos em informática aptos e capacitados para prestar o melhor atendimento possível aos clientes, a empresa terá capacidade para atender em média 12 clientes, sendo, 6 clientes internos e 6 clientes externos ao dia, totalizando assim uma renda de aproximadamente 600 reais por dia.

As vendas de mercadoria ocorrerão como todo empreendimento: o cliente dirige-se até o empreendimento, escolhe o produto de sua necessidade, efetua o pagamento no caixa, e se assim desejar poderá também por comprar em domicílio onde solicita a visita de um representante da loja, o funcionário irá até o mesmo levando os variados tipos de produtos existentes dentro do empreendimento.

4.5 Fluxogramas do processo comercial e prestação de serviços

Um ponto crucial em um processo é a identificação da necessidade dos clientes, portanto iremos iniciar o processo de comercialização identificando a necessidade do cliente, logo em seguida recepcionar o cliente, saber qual sua necessidade (compra de produtos ou aquisição de serviços), se for serviço encaminhar a área operacional, se for compra, apresentar os produtos ao cliente, informar preço e condições de pagamento, se o cliente aprovar, realizar o seu cadastro e aprovar condição de pagamento, por fim emite nota fiscal de venda de produtos, finalizarem a venda e agradecer o cliente. No caso de encaminhamento para a área operacional, a mesma ira receber o produto, identificar o problema, providenciar orçamento com o valor do serviço, se o cliente aprovar, consertar ou reparar, realizar o seu cadastro e aprovar condição de pagamento, por fim emitir nota de prestação de serviços ou peças, finalizar a venda e agradecer o cliente.

4.6 Fluxograma

O fluxograma é uma ferramenta utilizada pelos empreendedores para se ter uma noção sobre o processo de comercialização de um determinado empreendimento, tendo em vista que o mesmo traça o caminho que o cliente faz para adquirir um determinado tipo de produto, como exemplo:

A figura abaixo mostra como será o processo de comercialização dentro do empreendimento, desde sua etapa inicial de chegada do cliente a loja até a etapa final do momento em que o mesmo adquire o produto e leva para sua casa.

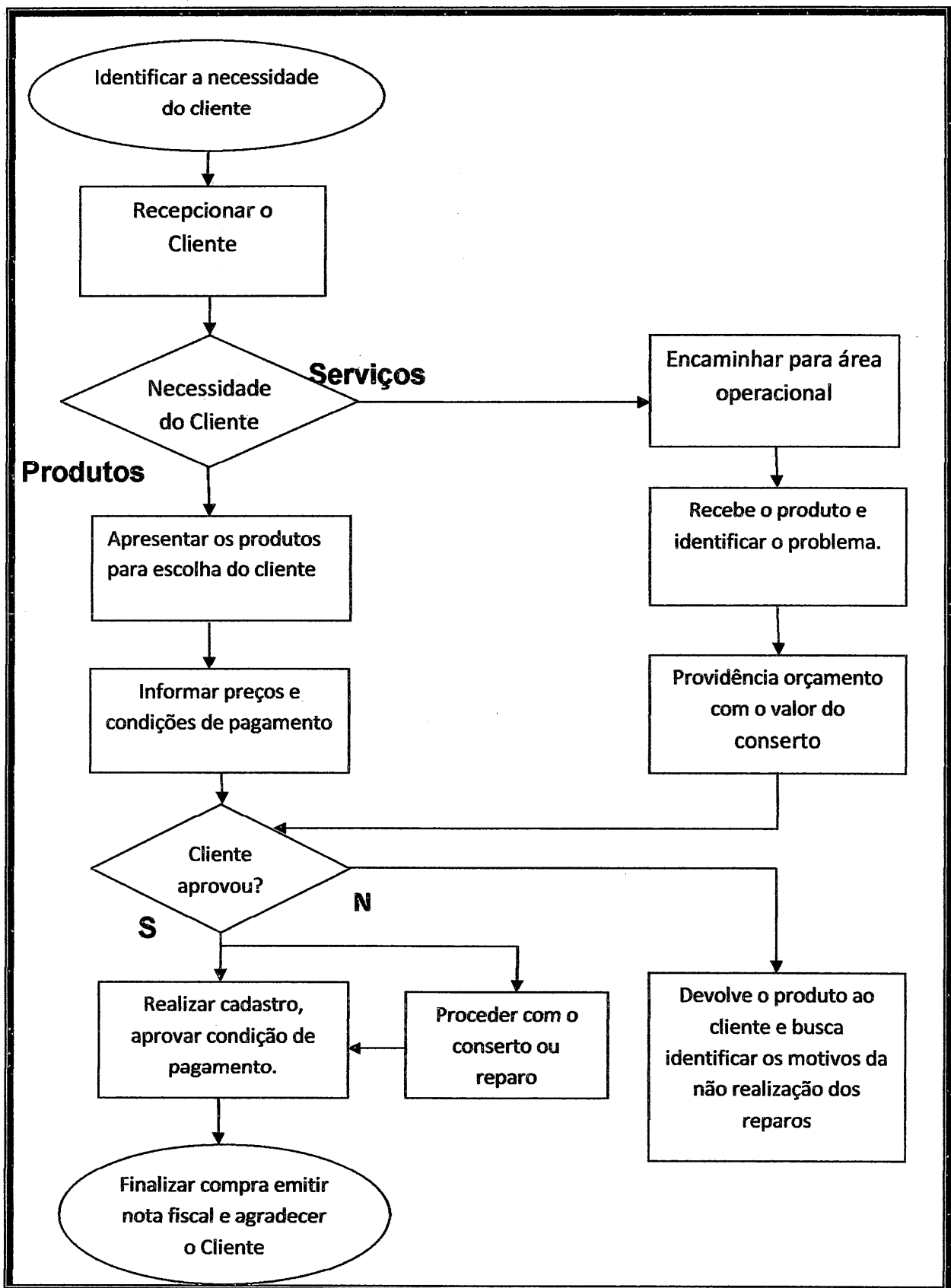


Figura 3. Fluxograma

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

4.7 Dimensionamento de pessoal

Inicialmente a empresa contará com o quadro de 04 funcionários distribuídos em três diferentes áreas de atuação sendo: dois técnicos responsáveis pela área operacional e divididos em operações interna e externa, um gerente comercial e de recursos humanos que também será responsável pela área de vendas e uma recepcionista que estará apta para realização da venda dos produtos, conforme demonstrado no organograma abaixo:

Qtd	Cargo	Atribuições	Salário (R\$)	Encargos (FGTS+INSS)	TOTAL
01	Gestor	Gerir as operações da empresa, definir objetivos e metas, analisar fluxo de caixa, administrar o departamento de marketing e finanças e auxiliar nas atividades cotidianas que forem necessárias.	R\$ 1.100,00	R\$ 121,00	R\$ 1.221,00
02	Técnicos	Responsável pela área operacional da empresa, tanto interna como externa, onde o mesmo realizará serviços de manutenção, e reparação.	R\$ 1.200,00	R\$ 96,00 + R\$ 96,00	R\$ 1.392,00
01	Recepcionista	Atender os Clientes, organizar o estoque de matérias primas da empresa, realizar serviços de limpeza na área externa do empreendimento, Entregar pedidos feitos pelos clientes.	R\$ 650,00	R\$ 104,00	R\$ 754,00

Quadro 2: Dimensionamento de Pessoal

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

A Way Tech adotará uma política de contratações baseada em alguns fundamentos e conceitos pré-determinados pelo empreendedor levando em consideração alguns pré-requisitos para se ingressar no quadro funcional da empresa.

Essas serão as políticas adotadas pela empresa em seu processo de seleção e recrutamento:

- ✓ Ser maior de 18 anos e estar em dia com suas obrigações eleitorais e militares (candidatos do sexo masculino);
- ✓ Possuir segundo grau completo para cargo de nível básico e curso específico para cargo técnico;
- ✓ Não possuir grau de parentesco com o empreendedor;
- ✓ Ser aprovado em processo seletivo realizado pela empresa;

Diante do desenfreado desenvolvimento, dos constantes avanços e da acelerada modernização na área de informática, a empresa entende que seus profissionais deverão estar sempre se atualizados.

Para isso a empresa investirá em cursos e treinamentos para seus colaboradores com o método de TLT (Treinamento em Local de Trabalho) e ainda buscando estabelecer uma parceria com seus fornecedores a fim de capacitar seus técnicos para trabalharem com os produtos comercializados pela empresa, assim estarão aptos a desenvolver suas atividades e levar aos clientes uma maior confiança na hora de adquirir um equipamento.

A empresa incentivará seus colaboradores a se elevarem em relação a seu cargo, conforme suas qualificações e surgimento de vaga, sendo necessário que o mesmo esteja devidamente qualificado e apto a desenvolver o novo cargo pleiteado, onde isso será possível através de treinamentos, internos que os mesmos receberão dentro do empreendimento, e palestras, work shops que os mesmos poderão estar assistindo, buscando sempre uma melhora contínua, em seus conhecimentos.

4.8 Organograma

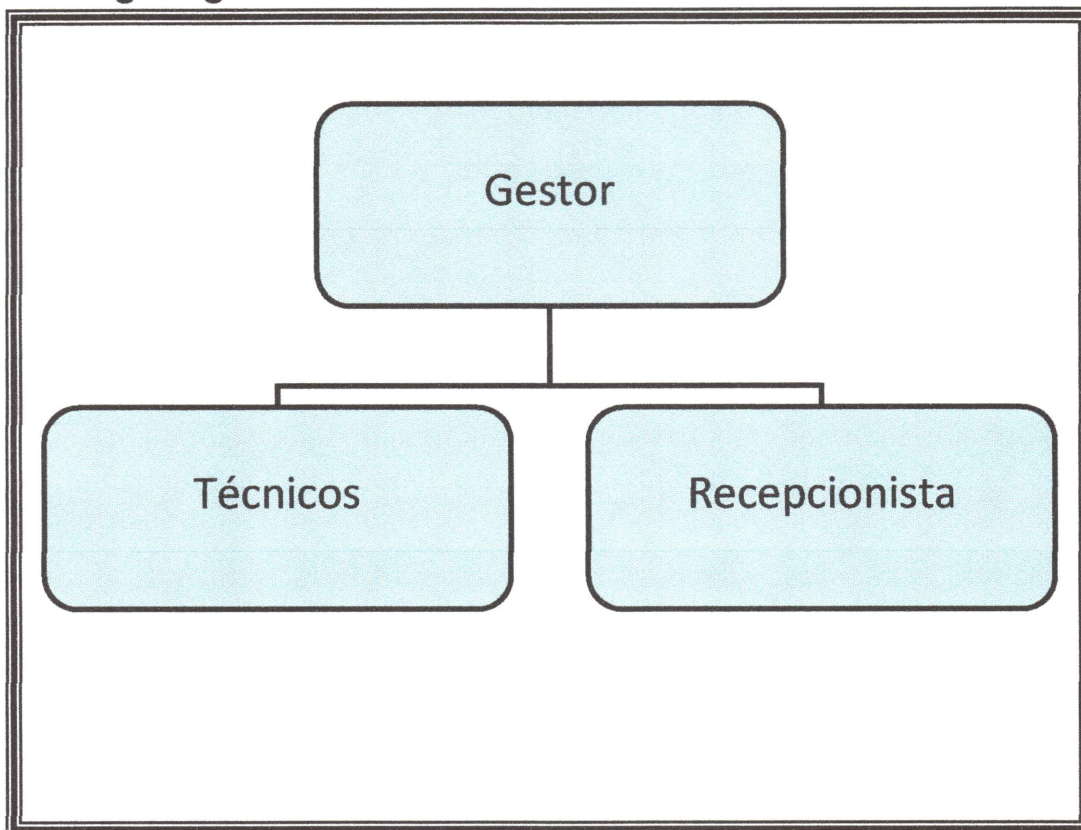


Figura 4. Organograma

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5 PLANO FINANCEIRO

5.1 Estimativa dos investimentos fixos

Tabela 1: Estimativa dos Investimentos Fixos

Estimativa de Investimentos Fixos				
Itens	Descrição	Quant.	Valor Unitário	Total
1	Móveis e Utensílios			R\$ 4.954,00
	Balcão expositor	1	R\$ 220,00	R\$ 220,00
	Vitrines	2	R\$ 400,00	R\$ 800,00
	Mesas para manutenção	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00
	Prateleiras para estoque	3	R\$ 60,00	R\$ 180,00
	Cadeiras giratórias	5	R\$ 75,00	R\$ 375,00
	Mesa recepção	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
	Mesas atendimento	2	R\$ 240,00	R\$ 480,00
	Sofá 3 lugares	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
	Purificador de água	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
	Geladeira	1	R\$ 799,00	R\$ 799,00
	Kit de ferramentas para manutenção	4	R\$ 150,00	R\$ 600,00
2	Equipamentos de informática			R\$ 7.775,00
	Micro computador completo c/ Windows vista	4	R\$ 1.200,00	R\$ 4.800,00
	Impressora multifuncional	1	R\$ 210,00	R\$ 210,00
	Impressora fiscal térmica	1	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00
	Impressora matricial	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
	Modem adsl	1	R\$ 65,00	R\$ 65,00
Total Investimentos Fixos				R\$ 12.729,00

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.2 Estimativa do estoque inicial

A estimativa do estoque inicial é determinada por todos os gastos que o empreendimento terá na aquisição por mercadorias, que o empreendedor utilizará no processo de venda dentro da sua organização.

A tabela abaixo demonstra os itens que irá compor o estoque inicial da Way Tech:

Tabela 2: Estimativa do Estoque Inicial

Descrição	Quantidade/mês	Custo de aquisição de venda	Total/mês
Mouse USB	20	R\$ 15,00	R\$ 300,00
Mouse PS2	20	R\$ 12,00	R\$ 240,00
Teclado	32	R\$ 17,00	R\$ 544,00
Modem	4	R\$ 65,00	R\$ 260,00
Roteador	8	R\$ 90,00	R\$ 720,00
Monitor 15,6" LCD	2	R\$ 299,00	R\$ 598,00
Monitor 18,5" LCD	4	R\$ 480,00	R\$ 1.920,00
Monitor 21,5" LCD	2	R\$ 540,00	R\$ 1.080,00
Placa mãe	2	R\$ 359,00	R\$ 718,00
Gabinete com fonte	2	R\$ 70,00	R\$ 140,00
Notebook	4	R\$ 1.100,00	R\$ 4.400,00
Micro computador completo	8	R\$ 850,00	R\$ 6.800,00
Placa de vídeo	2	R\$ 140,00	R\$ 280,00
Placa de rede	2	R\$ 8,00	R\$ 16,00
Placa wireless	15	R\$ 52,00	R\$ 780,00
Placa de memória 1gb	6	R\$ 54,00	R\$ 324,00
Placa de memória 2gb	18	R\$ 70,00	R\$ 1.260,00
Pen drive 1gb	2	R\$ 18,00	R\$ 36,00
Pen drive 2gb	10	R\$ 20,00	R\$ 200,00
Pen drive 4gb	18	R\$ 26,00	R\$ 468,00
Pen drive 8gb	15	R\$ 38,00	R\$ 570,00
Web cam	6	R\$ 40,00	R\$ 240,00
Fone de ouvido c/ microfone	6	R\$ 12,00	R\$ 72,00
Antena captura wi-fi	15	R\$ 80,00	R\$ 1.200,00
Caixa de som	4	R\$ 25,00	R\$ 100,00
Impressora multifuncional	5	R\$ 210,00	R\$ 1.050,00
Estabilizador	2	R\$ 65,00	R\$ 130,00
No-break	1	R\$ 240,00	R\$ 240,00
Cartucho preto	6	R\$ 32,00	R\$ 192,00
Cartucho colorido	6	R\$ 38,00	R\$ 228,00
Disco rígido	2	R\$ 160,00	R\$ 320,00
Valor Total			R\$ 25.426,00

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.3 Estimativa de capital de giro

O capital de giro compreende o valor definido pelo empreendedor de forma a cobrir os custos em cima das despesas pré-definidas dentro do empreendimento.

O capital de giro é a reserva de caixa em dinheiro para cobrir os custos e as despesas da empresa até que entre contas a receber no caixa terá o valor de R\$ 16.255,00 (dezesesseis mil, duzentos e cinquenta e cinco)

5.4 Estimativa dos investimentos financeiros

Tabela 3: Estimativa dos Investimentos Financeiros

Investimento financeiro	Total
A - Estoque inicial	R\$ 25.426,00
B - Capital de giro	R\$16.255,00
Total dos investimentos financeiros (A + B)	R\$ 41.681,00

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.5 Estimativa dos investimentos pré-operacionais

A estimativa dos investimentos pré-operacionais compreende os gastos realizados antes do início da atividade da empresa.

Tabela 4: Estimativa de Investimentos Pré-Operacionais

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	TOTAL
Abertura da empresa	R\$ 500,00
Reforma no prédio	R\$ 5.000,00
TOTAL	R\$ 5.500,00

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.6 Estimativa do investimento total (resumo)

Investimento Total compreende todos os investimentos realizados pelo empreendedor para abertura da empresa, dando ao mesmo uma visão necessária no que compete a abertura do empreendimento.

Tabela 5: Estimativa de Investimentos Total

Descrição	Valor Total R\$
Estimativa de Investimentos Fixos	12.729,00
Estimativa de Investimentos Financeira	41.681,00
Estimativa de Investimentos Pré-Operacionais	5.500,00
Total	59.910,00

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.7 Estimativa do faturamento da empresa

A previsão do faturamento da empresa é estimada com o cálculo da quantidade de produtos vendidos no mês, multiplicado pelo seu valor de venda.

Tabela 6: Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa

Discrição	Estimativa de vendas (QTD)	Valor de revenda	Total/mês	Total/anual
Mouse USB	20	R\$ 19,50	R\$ 390,00	R\$ 4.680,00
Mouse PS2	20	R\$ 15,60	R\$ 312,00	R\$ 3.744,00
Teclado	32	R\$ 22,10	R\$ 707,20	R\$ 8.486,40
Modem	04	R\$ 84,50	R\$ 338,00	R\$ 4.056,00
Roteador	08	R\$ 117,00	R\$ 936,00	R\$ 11.232,00
Monitor 15,6" LCD	02	R\$ 388,70	R\$ 777,40	R\$ 9.328,80
Monitor 18,5" LCD	04	R\$ 624,00	R\$ 2.496,00	R\$ 29.952,00
Monitor 21,5" LCD	02	R\$ 702,00	R\$ 1.404,00	R\$ 16.848,00
Placa mãe	02	R\$ 466,70	R\$ 933,40	R\$ 11.200,80
Gabinete com fonte	02	R\$ 91,00	R\$ 182,00	R\$ 2.184,00
Notebook	04	R\$ 1.430,00	R\$ 5.720,00	R\$ 68.640,00
Micro computador completo	08	R\$ 1.105,00	R\$ 8.840,00	R\$106.080,00
Placa de vídeo	02	R\$ 182,00	R\$ 364,00	R\$ 4.368,00

Placa de rede	02	R\$ 10,40	R\$ 20,80	R\$ 249,60
Placa wireless	15	R\$ 67,60	R\$ 1.014,00	R\$ 12.168,00
Placa de memória 1gb	06	R\$ 70,20	R\$ 421,20	R\$ 5.054,40
Placa de memória 2gb	18	R\$ 91,00	R\$ 1.638,00	R\$ 19.656,00
Pen drive 1gb	02	R\$ 23,40	R\$ 46,80	R\$ 561,60
Pen drive 2gb	10	R\$ 26,00	R\$ 260,00	R\$ 3.120,00
Pen drive 4gb	18	R\$ 33,80	R\$ 608,40	R\$ 7.300,80
Pen drive 8gb	15	R\$ 49,40	R\$ 741,00	R\$ 8.892,00
Web cam	06	R\$ 52,00	R\$ 312,00	R\$ 3.744,00
Fone de ouvido c/ microfone	06	R\$ 15,60	R\$ 93,60	R\$ 1.123,20
Antena captura wi-fi	15	R\$ 104,00	R\$ 1.560,00	R\$ 18.720,00
Caixa de som	04	R\$ 32,50	R\$ 130,00	R\$ 1.560,00
Impressora multifuncional	05	R\$ 273,00	R\$ 1.365,00	R\$ 16.380,00
Estabilizador	02	R\$ 84,50	R\$ 169,00	R\$ 2.028,00
No-break	01	R\$ 312,00	R\$ 312,00	R\$ 3.744,00
Cartucho preto	06	R\$ 41,60	R\$ 249,60	R\$ 2.995,20
Cartucho colorido	06	R\$ 49,40	R\$ 296,40	R\$ 3.556,80
Disco rígido	02	R\$ 208,00	R\$ 416,00	R\$ 4.992,00
Serviços de reparação e manutenção de equipamentos de informática.	-	-	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00
Valor Total - Comércio			R\$ 33.053,80	R\$ 396.645,60
Valor Total – Peças			R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00
Valor Total - Geral			R\$ 34.053,80	R\$ 408.645,60

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.8 Estimativa das Despesas da Receita

As vendas de peças anuais foram estimadas em R\$ 396.645,60 (trezentos e noventa e seis mil, seiscentos e quarenta e cinco reais, e sessenta centavos), enquanto que a prestação de serviço foi estimada um valor de R\$ 12.000,00 (doze mil reais).

De acordo com o enquadramento Nacional do Simples Nacional, a empresa no serviço de vendas e comércios de peças, na alíquota de 7,54%, e para os serviços de reparação e manutenção de computadores e equipamentos de informática, na alíquota de 4,5%.

Tabela 7: Estimativa das deduções da receita

DESCRIÇÃO	%	FATURAMENTO ESTIMADO - Anual	CUSTO Mensal	CUSTO Anual
1- Impostos				
Simplex – comércio de peças	7,54	R\$ 396.645,60	R\$ 2.492,26	R\$ 29.907,08
Simplex – serviços – reparação e manutenção	4,5	R\$ 12.000,00	R\$ 45,00	R\$ 540,00
Subtotal 1			R\$ 2.537,26	R\$ 30.447,08

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5.9 Estimativa dos custos com mão-de-obra

Os custos com mão de obra são os encargos sociais sobre o total de salários.

Tabela 8: Dimensionamento de Pessoal

ESTIMATIVA DOS CUSTOS COM A MÃO DE OBRA							
Cargo	Qtd.	Salário Mensal	Salário Anual	Encargos %	Encargos Mensal	Encargos Anuais	Salário+ Encargos Anual
Pró-Labore	01	1.100,00	13.200,00	11,00	121,00	1.452,00	14.652,00
Técnicos	02	1.200,00	14.400,00	9,00	108,00	1.296,00	15.696,00
Recepcionista	01	650,00	7.800,00	8,00	52,00	624,00	8.424,00

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5.10 Estimativa dos custos com depreciação

Depreciação é o reconhecimento da perda dos valores pelo uso. Com o decorrer dos anos, os equipamentos utilizados vão se desgastando ou se tornam ultrapassados. Com isso é necessário uma reposição dos mesmos.

Tabela 9: Estimativa dos Custos com Depreciação

Discriminação	Investimento Fixo	Depreciação		
	(R\$)	Vida Útil (anos)	Valor Mensal	Valor Anual
Móveis e utensílios	7.775,00	10	64,79	777,48
Equipamentos de informática	4.954,00	3	41,28	495,36
TOTAL	12.729,00	---	106,07	1.272,84

Fonte: Dados da pesquisa, adaptados pelo autor, 2010.

5.11 Estimativa dos custos fixos mensais/ despesas

Tabela 10: Estimativa com os Custos Fixos Mensais e Despesas

Discriminação	Média Mensal
1. Custos fixos/ despesas	R\$ 1.737,62
Pró-labore + encargos (11%INSS)	R\$ 1.221,00
Energia Elétrica	R\$ 100,00
Telefone	R\$ 80,00
Depreciação	R\$ 106,08
Manutenção e Conservação	R\$ 10,54
Serviços de terceiros (contador, etc.)	R\$ 120,00
Outros custos fixos	R\$ 100,00

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.12 Demonstrativo de resultados

Tabela 11: Demonstrativo de resultados

Descrição	R\$	%
Receita Operacional Bruta	34.053,80	100,00%
(-) Dedução de Vendas + prestação de serviços	2.492,26	7,32%
(-) Custos Variáveis	23.437,70	68,83%
(=) Margem de Contribuição	8.123,85	-
(-) Custos Fixos	1.737,62	5,10%
(=) Resultado Líquido	6.386,23	18,75%

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.13 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio define o valor que a empresa precisará vender para cobrir todos seus custos e despesas com a comercialização de seus produtos, no ponto de equilíbrio a empresa não obterá lucro nem prejuízo, ela simplesmente terá uma noção do quanto precisará faturar com as vendas para cobrir todos os seus custos em um determinado período.

Tabela 12: Ponto de equilíbrio

Ponto de equilíbrio (Valor R\$)	7.283,82
	81,25%
Receita operacional bruta (RO)	34.053,80
Custo fixo (CF)	1.737,62
Custo variável (CV)	23.437,70
Dedução de Vendas + prestação de serviços	2.492,26
Margem de Contribuição	8.123,85
Índice Margem Contribuição	23,86%

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.14 Lucratividade

A lucratividade é o indicador que mede o lucro líquido anual em relação as vendas.

Tabela 13: Lucratividade

Lucratividade (%)	20,23%
Receita líquida de vendas (RLV)	31.561,54
Resultado líquido (RL)	6.386,23

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

A lucratividade média das micro e pequenas empresas variam em torno

de 5% a 10% sobre as vendas, com isso a lucratividade da empresa Way Tech, será de 20,23%, com isso pode-se dizer que a lucratividade é boa, pois supera a margem estipulada pelo SEBRAE para as micro e pequenas empresas.

5.15 Rentabilidade

A rentabilidade mede a atratividade do negócio, pois mede o retorno do capital investido.

Isso quer dizer que a cada ano o empreendedor recupera 10,66 % do valor investido.

Segundo o SEBRAE, as micro e pequenas empresas, esperam uma rentabilidade de 2% a 4% ao mês.

Tabela 14: Rentabilidade

Rentabilidade (%)	10,66%
Resultado líquido (RL)	6.386,23
Investimento total (I)	59.910,00

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.16 Prazo de Retorno do Investimento

O prazo de retorno indica o tempo que o empreendedor irá gastar para recuperar o valor investido.

$$\text{Pay back} = \frac{\text{Investimento total}}{\text{Lucro líquido}}$$

Isso significa que em aproximadamente 9,38 meses após o início das atividades a empresa terá recuperado tudo o que gastou para a montagem do negócio, analisando estes dados pode-se dizer que o retorno econômico é algo muito relevante para o empreendedor, visto que em pouco tempo depois da abertura do empreendimento, o mesmo já terá recuperado todo o capital investido.

Tabela 15: Retorno do investimento

Prazo de retorno do investimento (meses)	9,38
Investimento total (I)	59.910,00
Resultado líquido (RL)	6.386,23

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.17 Fluxo de caixa

Tabela 16: Fluxo de Caixa

PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

Discriminação	Projeção Anual					
	Ano 0	Ano 01	Ano 02	Ano 03	Ano 04	Ano 05
1 - Investimento Total	59.910,00					
2 - Receitas Totais		408.645,60	420.904,97	433.532,12	446.538,08	459.934,22
3 - Custos e Despesas Anuais Totais		302.103,77	311.166,89	320.501,89	330.116,95	340.020,46
4 - Custos Fixos / Despesas Fixas		20.851,43	21.476,98	22.121,29	22.784,92	23.468,47
Pró-labore + encargos (11%INSS)		1221,00	1.257,63	1.295,36	1.334,22	1.374,25
Energia Elétrica		100,00	103,00	106,09	109,27	112,55
Telefone		80,00	82,40	84,87	87,42	90,04
Depreciação		106,08	109,26	112,53	115,91	119,39
Manutenção e Conservação		10,54	10,86	11,19	11,52	11,87
Serviços de terceiros (contador, etc.)		120,00	123,60	127,31	131,13	135,06
Outros custos fixos		100,00	103,00	106,09	109,27	112,55
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5 - Custos Variáveis		281.252,34	289.689,91	298.380,61	307.332,03	316.551,99
Equipamentos / produtos		23.137,70	23.831,83	24.546,78	25.283,18	26.041,68
Água		50,00	51,50	53,05	54,64	56,28
Combustíveis		150,00	154,50	159,14	163,91	168,83
Outros custos variáveis		100,00	103,00	106,09	109,27	112,55
6 - Juros S/ Finc. Pretendidos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Outros Recursos - GIRO						
8 - Lucro Tributável		106.541,83	109.738,08	113.030,22	116.421,13	119.913,76
TRIBUTAÇÃO SIMPLES (7,54%) - comércio e (4,5%) serviços / manutenção		2.537,26	2.613,38	2.691,78	2.772,53	2.855,71
Dividendos Obrigatórios		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Imposto de Renda - IR		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

9 - Disponibilidades		104.084,57	107.207,10	110.423,32	113.736,02	117.148,10
10 - Repos. Financ. Pretendidos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Outros Recursos - GIRO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
11 - Superávit / (Déficit)		104.084,57	107.207,10	110.423,32	113.736,02	117.148,10
12 - Acumulado	59.910,00	44.174,57	151.381,67	261.804,99	375.541,00	492.689,10

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010



No fluxo de caixa da empresa acrescentará um percentual de 5% nos lucros anuais. Isso aumentará a capacidade produtiva da mesma, sendo que também haverá aumento nos custos, projetados em 3% na projeção dos custos.

5.18 Taxa Mínima de Atratividade do projeto (TMA)

A TMA tem o seu pagamento efetuado no mercado financeiro em investimentos correntes. Ela é utilizada para representar os fluxos de caixa em valores presentes

6,25	ENTER
100	÷
1	+
12	n
1/x	yx
1	-
100	x

TMA 6,25% 0,50648%

A Taxa Mínima de Atratividade, também chamada de custo de oportunidade ou taxa de desconto é aquela paga pelo mercado financeiro em investimentos correntes (poupança, fundos de investimento, etc.). Essa taxa mostra a percentagem de retorno em relação ao investimento líquido feito. A empreendedora determinou uma taxa mínima de atratividade de 6,25% a.m para o negócio

5.19 Taxa Interna de Retorno – TIR

A TIR é a taxa necessária para que o VPL seja igual à zero. Logo estaremos descobrindo a taxa a partir do qual o projeto será viável, ou seja, lucrativo.

Quando a TIR de um investimento for superior à TMA, tal investimento é economicamente viável.

TIR 175,47 %

Tabela 17: Taxa Interna de Retorno

	-R\$ 59.910,00	ENTER	CHS	G	PV
1	104.084,57	G	PMT		
2	107.207,10	G	PMT		
3	110.423,32	G	PMT		
4	113.736,02	G	PMT		
5	117.148,10	G	PMT	F	FV
Resposta:		58,71%			

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.20 Valor Presente Líquido

O Valor Presente é a soma de todas as capitalizações do fluxo de caixa, calculadas como valor presente através de uma taxa de juros. Geralmente utiliza-se a TMA para se determinar o VPL.

A técnica do VPL considera o fluxo de caixa no tempo zero é uma estimativa do valor “hoje” dos fluxos obtidos pelo investimento.

VPL Líquido R\$ 492.689,10

Tabela 18: VPL – Valor Presente Líquido

Investimento Inicial	1	2	3	4	5
-R\$ 59.910,00	104.084,57	107.207,10	110.423,32	113.736,02	117.148,10

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

5.21 Valor Presente Líquido - descontado

O VPL descontado é o valor presente de pagamentos futuros, seja esse valor descontado a uma taxa de juros apropriada, menos o custo do investimento inicial e mesmo trazendo as entradas para tempo zero, descontadas a taxa de TMA, mostra que as entradas do fluxo de caixa, superam as saídas, logo nos diz que o investimento será recuperado com a taxa mínima exigida.

VPL Descontado

R\$ 403.992,50

Tabela 19: VPL - Descontado

Investimento										
Inicial	1	2	3	4	5					
-R\$ 59.910,00	104.084,57	107.207,10	110.423,32	113.736,02	117.148,10					
-R\$ 59.910,00	97.961,99	94.965,54	97.814,51	86.645,45	86.515,01					
104.084,57	ENTER	CHS	FV	12	n	0,50648	i	PV	=	97.961,99
107.207,10	ENTER	CHS	FV	24	n	0,50648	i	PV	=	94.965,54
110.423,32	ENTER	CHS	FV	36	n	0,50648	i	PV	=	97.814,51
110.423,32	ENTER	CHS	FV	48	n	0,50648	i	PV	=	86.645,45
117.148,10	ENTER	CHS	FV	60	n	0,50648	i	PV	=	86.515,01

Fonte: Dados da pesquisa adaptados pelo autor, 2010.

6 CONCLUSÃO

Através desta análise financeira, conclui-se que há muitos fatores positivos quanto à abertura do novo empreendimento, fatores estes melhores relacionados abaixo.

A rentabilidade alcançada pelo empreendimento supera as expectativas previstas pelo empreendedor quanto ao novo empreendimento, sabendo-se que o negócio a fim é de uma micro e pequena empresa, que visa a comercialização de produtos de informática e manutenção dos mesmos no município de Uruana visto uma vez que o resultado obtido da rentabilidade foi de 10,66 % ao mês.

A Lucratividade esperada para uma micro e pequena empresa, varia em torno de 5 á 10% segundo pesquisas realizadas pelo SEBRAE, a Way Tech terá uma lucratividade de 20,23 %, superando assim as expectativas do empreendedor, tendo em vista estar acima da média das micro e pequenas empresas.

Outro fator importante para análise financeira de um empreendimento refere-se ao ponto de equilíbrio, este nada mais é do que a média que a empresa deve alcançar na venda de suas mercadorias para conseguir pagar todos os custos e assim não obter possíveis prejuízos, sendo o ponto de equilíbrio para a Way Tech é de R\$ 7.283,82 (sete mil duzentos e oitenta e três reais e oitenta e dois centavos).

Através da análise destes resultados obtidos na projeção feita através do plano financeiro, prevê que o empreendedor recuperará todo o capital investido na Way Tech, em apenas 9,38 meses, ou seja, em menos de um ano. Concluindo assim que o empreendimento é altamente lucrativo, uma vez visto que o prazo de retorno é baixo, fazendo com que o empresário recupere o capital investido em pouco tempo, para tanto se pode dizer que a Way Tech terá bons resultados de acordo com as análises financeiras feitas antes de sua abertura.

Conclui-se que a Way Tech é um empreendimento viável para ser aberto no município de Uruana.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de planos de negócios**: fundamentos, processos e estruturação. São Paulo: Atlas, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. 6. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

KOTLER, Philip. **Princípios de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

REZENDE, Denes Alcides. **Sistemas de informações organizacionais**: guia prático para projetos em cursos de administração, contabilidade e informática. São Paulo: Atlas, 2005.

SANTOS, Aldemar de Araújo. **Informática na empresa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SITES CONSULTADOS

www.contabeis.com.br/forum/downloads. Acesso em: 19 jan. 2011.

www.guiatrabalhista.com.br/guia/tabela_inss_empregados.htm. Acesso em: 19 jan. 2011.

www.affectum.com.br/snacional/tabelas.htm. Acesso em: 19 jan. 2011.

Revisado por

Célia Romano Amaral Mariano
Biblioteconomista CRB-1/1528

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de Planos de Negócios: fundamentos, processos e estruturação**. 1. Ed. reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2004.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. 6. Ed. São Paulo: Ed. Cultura, 1999.

REZENDE, Denes Alcides. **Sistemas de Informações organizacionais: guia prático para projetos em cursos de administração, contabilidade e informática**. São Paulo: Ed. Atlas; 2005

SANTOS, Ademar de Araújo. **Informática na Empresa – 4. Ed – São Paulo: Ed. Atlas. 2006**

SANTOS, Aldemar de Araújo. **Informática na Empresa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SITES CONSULTADOS

Disponível em:

<http://www.contabeis.com.br/forum/downloads>; acesso em 19 de Janeiro de 2011.

http://www.guiatrabalhista.com.br/guia/tabela_inss_empregados.htm; acesso em 19 de Janeiro de 2011.

<http://www.affectum.com.br/snacional/tabelas.htm> ;acesso em 19 de Janeiro de 2011.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO – PLANO DE NEGÓCIOS

01. Como você avalia o setor de vendas e prestação de assistência técnica de produtos de informática no município de Uruana?

- Ótimo Bom
 Regular Ruim ou Péssimo

02. Você possui algum produto de informática em sua residência, sua resposta for sim passe para a pergunta de número 03, se for não vá para a 04 pergunta?

- Sim Não

03. Marque os produtos que você possui em casa?

- Computador de mesa Notebook

04. Você tem interesse em estar adquirindo algum dos produtos citados na questão anterior?

- Sim Não Já possuo

05. Você já realizou alguma compra em produtos de informática no município de Uruana, se sim, marque em qual das lojas citadas, você costuma frequentar?

- Flash Center digital Device Informática
 Compuway

06. Tendo em vista a quantidade de lojas que se têm na região, qual o fator que você considera mais importante, na hora de realizar suas compras?

- Atendimento Preços/Condições de pagamento e qualidade
 Consolidação do Mercado Diversidade de Produtos

07. Você tem preferência por marcas famosas, ou que importa de fato é a qualidade aliada aos bons preços dos produtos?

- Não tenho Preferência Prefiro Qualidade
 Tenho Preferência Qualidade e Preço Acessível

07. Qual a sua opinião sobre a abertura de um novo comércio, que trabalhe no ramo de comercialização de produtos e informática, prestando serviços como assistência técnica especializada, conservação e manutenção de computadores e periféricos, onde trabalhe com bons preços, e boas condições de pagamento?

- Ótimo Bom Ruim