

PLANO DE NEGÓCIO

CASA DOS MÓVEIS

ALEX SOUZA TUPINAMBÁ (alexsupinamba@hotmail.com)
ALEXSANDRO NASCIMENTO VIDAL (alexsandrovidal@faculdadeatual.edu.br)
ANTONIO SANTOS MUNIZ (antoniomuniz@faculdadeatual.edu.br)
GLEYDSON SANTOS DE SOUZA (gleydsonsouza@faculdadeatual.edu.br)
LUCIA PAIVA DE MACEDO (luciamacedo@faculdadeatual.edu.br)
DIEGO LAMECK MOURA SINDEAUX (diegosindeaux@faculdadeatual.edu.br)

Informações - Sócios

Foto dos Sócios

Informações do Sócio - Presidente

Alex Souza Tupinambá, alunos bacharelado em Sistemas de Informação. Administrador de um negócio no ramo de Materiais de Construção.

Informações do Sócio - Desenvolvimento e Pesquisa

->

Antonio Santos Muniz, Bacharelado em Sistemas de informação, e profissional em Segurança da Aviação Civil; ->

Gleydson Santos de Souza, Bacharelado em Sistemas de Informação. Profissional técnico em Informática.-> Nenhuma experiência no ramo da atividade do negócio proposto, porém ao longo do curso de bacharelado em Sistemas de Informação têm demonstrado grande habilidade em pesquisar e concretizar informações sobre as mais diversificadas áreas.

Informações do Sócio - Comercial

Diego Lamarck, pós-graduado em Segurança de Redes e Computação Forense, graduado em Direito e Bacharelado em Sistemas de Informação.

Informações do Sócio - Administrativo / Financeiro

->

Lucia Paiva de Macedo, Bacharelada em Sistemas de Informação e defensora da Cultura Indígena;->

Lucia Paiva de Macedo, Bacharelada em Sistemas de Informação e defensora da Cultura Indígena;

Nenhuma dos sócios possui experiência no ramo da atividade do negócio proposto, porém ao longo do curso de bacharelado em Sistemas de Informação têm demonstrado grandes habilidades em pesquisar e concretizar informações sobre as mais diversificadas áreas, além de demonstrarem um acentuado perfil empreendedor.

Identificação da Empresa - Sumário Executivo

Criação da Empresa

CASA DOS MÓVEIS É uma empresa para satisfazer a demanda de portas, esquadrias e dormitórios para o mercado Roraimense, porém devido a falta de capital para investimento, se direcionou para o mercado local, passando a atender lojas e construtoras. As projeções indicam uma demanda crescente pelo tipo de produto que a empresa produz. Mantém uma margem competitiva através da entrega imediata de produtos, de excelentes relações com os clientes e de sua capacidade de se adequar às suas necessidades.

A empresa pretende ser instalada em uma área de 1.080 m² de área total e 478 m² de área construída, provavelmente ser instalada no Distrito Industrial visa a satisfazer a demanda crescente por seus produtos através da compra de equipamentos mais modernos, os quais possibilitarão encomendas num âmbito mais amplo, maior capacidade de adequar-se às necessidades dos clientes, custos mais baixos por unidade e redução do tempo de processo.

Missão da Empresa

Produzir móveis e artefatos de madeira com a identidade de Roraima, tornando-os uma referencia regional.

Idéia do Produto

Ser um produto tipicamente com característica tropical de madeiras da Amazônia, com designer arrojado e moderno seguindo todas as regras de preservação ambiental.

Meta

oferecer móveis para todas as fases da sua vida e que atendem suas necessidades com qualidade e conforto.

Qual é o hobby do empreendedor?

Alex: Praticar Futebol e Voleibol, nas horas vagas;

Alexandro: Praticar Futebol, nas horas vagas;

Antonio: Gosta de Ler, Assistir a Filmes em Geral e Estudar.

Diego: Navegar na Internet.

Gleidson: Praticar Esportes;

Lucia: Gosta de Praticar Academia de Ginástica.

Uso de Hardware / Software / Serviços

- Utilizaremos um software pré-moldado para atender as necessidades gerenciais do negócio;- Banco de Dados Postgres, para armazenar os dados da empresa, administrativo e financeiro;- Será criado um site para divulgar além das informações de marketing, também os produtos disponíveis assim como pronta consulta de preços e realização de pedido pela internet.

Inovação Tecnológica

Internet

- Será utilizado um site onde o cliente terá a oportunidade de consultar preços pré-estabelecidos de móveis ou ainda poder agendar visita de profissionais em sua residência para definir critérios do próprio cliente e assim ajustar novos preços.- realizar acompanhamento de pedidos e ainda realizar pagamento de pedidos;

Quando aconteceu a motivação?

Em sala de aula, quando nos foi pedido pra elaborar um plano de negócio afim.

Pesquisa de produtos correlatos

- Verificou-se que há várias movelarias em Boa Vista e região, porém não existe uma efetiva inovação em relação à busca e cativação do cliente final.

Quais as características que deverá ter Meu Produto?

Trabalhamos com projetos e especificações técnicas desenvolvidas para atendimento das necessidades de nossos clientes observando normas e procedimentos técnicos, de qualidade, segurança, higiene e preservação ambiental.

Pontos fortes e fracos

Pontos Fortes

- .
Localização estratégica em relação ao mercado externo.
- .
Flexibilidade nas produções (Marca Amazonas é conhecida).
- .
Diversidade de essências de madeira de lei maciça.
- .
Bom relacionamento entre a empresa e órgãos como o Sebrae, Governo, etc.
- .
Capacidade de atender pouco volume.
- .
Capacidade gerencial do empreendedor

Pontos Fracos:

- .
Falta estrutura; Capital de giro;
- .
Mão-de-obra desqualificada (pouca capacitação para o trabalho).

- .
Processo Produtivo – Maquinário ultrapassado.
- .
Produtividade – Desorganização.
- .
Equipe de Vendas.
- .
PED – Pesquisa e Desenvolvimento.
- .
Promoção e Marketing
- .
Política Mercadológica.
- .
Limitações
de acesso à linha de crédito (em relação às garantias).

Exportação do Produto

A ideia inicial do produto é atender o mercado local, porém a longo prazo a meta é alcançar todo o mercado e clientela regional.

ECO Empreendedor

Toda a madeira que será utilizada para confeccionar os móveis deverá estar juridicamente dentro dos padrões legais para tal comercialização. Sendo de cunho obrigatório a apresentação comprobatória de sua legalidade no ato da negociação pelo fornecedor.

APL - Arranjos Produtivos Locais

Estratégia

Slogan

Responsabilidade Social

Prospecção de Clientes

Teste de conceito

Teste de utilidade

Teste de mercado

Amplitude da Empresa

Identificar nicho de mercado

PDCA

Amplitude - Curto Prazo

- Criar uma unidade que atenda inicialmente dentro do primeiro ano de vida, aos clientes finais locais;

Amplitude - Médio Prazo

- Ampliar dentro do Segundo ou Terceiro ano, a unidade para que possa atender também às empresas locais;

Amplitude - Longo Prazo

- Criar Mais unidades para que possa atender além do comércio local, também às empresas e clientes das Regiões próximas.

Relacionamento

Qual é o ramo de atividade?

Sua empresa se enquadra na Indústria?

- Sim, pois segundo o conceito, indústria " É qualquer atividade humana, que com auxílio do trabalho, converte matéria-prima em produtos que serão consumidos pelas pessoas ou por outras indústrias. ", no nosso caso se enquadrando como sendo uma indústria de TRANSFORMAÇÃO, pois transforma matéria prima em bens de consumo.

Sua empresa se enquadra no Comércio?

Sua empresa se enquadra em Prestação de Serviços?

Em que Classificação NICE se enquadra o seu negocio

Sistemas de Informação

O que é Informação?

Para que irá servir esta informação na minha empresa?

Quais os níveis de informação nas empresas?

O que é Sistema de Informação?

Quais são os tipos de SI?

Os Dez Mandamentos

1 - Assumir riscos

2 - Identificar oportunidades

3 - Conhecimento

4 - Organização

5 - Tomar decisões

6 - Liderança

7 - Dinamismo

8 - Independência

9 - Otimismo

10 - Tino empresarial

O que pesa na escolha?

Experiência

Mercado fornecedor

Fornecedores de
Madeira

Buscar fornecedores

com atendimento ótima capacidade de entrega, que disponibilize de boas opções de pagamento, que não tenha dificuldade de acesso, e com garantia nos produtos, que ofereça alta qualidade do produto, prazo de entrega satisfatório e preços dentro do previsto.

Fornecedores de

Acessórios e Material de Acabamento

Buscar-se-a

fornecedores com excelente atendimento e boa capacidade de entrega, com boas opções de pagamento, com facilidade de acesso, boa garantia nos produtos, excelente localização, qualidade do produto regular, com prazo de entrega imediato e bons preços.

Mercado consumidor

Recursos financeiros e humanos

-

Espera-se conseguir um financiamento para iniciar o negócio;

- Pretende-se contratar profissionais com experiência na parte operacional;

Localização

A indústria será localizada no parque

industrial, destinada pela prefeitura para atividades industriais. Localizada na saída para Manaus, na BR 174.

Ponto de venda

Como canal de distribuição será através de participação em feiras, representação comercial, construtoras, lojas de material de construção e loja própria ainda não definido o local mais apropriado, mas com previsão de aluguel de um ponto estratégico na cidade.

Plano de Marketing

Criar o Produto

- Pretende-se divulgar o produto em sites próprios;
- Através
de mala direta;
- Apresentação em feiras, e eventos afins;
- Televisão;
- Distribuição de folders representativos;
- Em
lojas, Materiais de construções e demais estabelecimentos;
- Criar
selos com marketing discreto nos móveis vendidos;
- Divulgar o produto em carros de sons;
- Realizar promoções e distribuições de brindes sorteios, etc.

Cliente - quem são?

Qualquer um que se interesse e que queira pagar pelo produto. A estratégia de vendas será direcionada para o cliente de moveis seriado, cliente final e construtoras no mercado local, construtoras e lojas de materiais de construção no mercado nacional, salientando as características de móveis em geral de qualidade com predominância em madeira maciça, duráveis, com preços competitivos, com um eficiente sistema de garantia e assistência técnica.

Cliente - o que eles querem?

-

Qualidade - ABNT - INMETRO

- Fabricação de móveis com durabilidade, construído com madeira tropical com a “marca” Amazônia.

Qualidade - ABNT - INMETRO

Pesquisa PDI

Política de Preço

A pesquisa de mercado direcionará o público alvo e suas expectativas de preços para que a empresa desenvolva produtos que venha a atender os anseios do cliente e a rentabilidade da empresa.

Concorrente

Tipo de vendas

- Atacado
e Varejo.

Publicidade E Propaganda

Plano Financeiro

Investimentos Iniciais

ITEM
 DISCRIMINAÇÃO
 UNID
 QUANT
 VALOR UNID R\$
 VALOR TOTAL R\$

1
 Terreno

30.000

2
 Obras Civis

1
 80.000
 80.000

3
 Máquinas e
 Equipamentos

01 tupia c/ avanço

1
15.000
15.000

01 plaina/desempenadeira

1
5.500
15.000

<http://campeche.inf.furb.br/pjempreendedor/desktop/arquivos/ARQU745418.bmp>

Custo do Produto

Despesas Operacionais

Receitas

Despesas Gerais

Ponto de Equilíbrio

Texto - Análise Financeira

Planilha Financeira - Complementação

Passos

Pasta Módulo Final

Plano Simplificado

Referências

Referências

Plano Tecnológico

Inovação no Mercado

Inovação no Processo

Inovação no Produto

TI - Verde

Jogos de Empresas

Ganhador