

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS



PLANO DE NEGÓCIOS - CIMTech – Soluções Tecnológicas

Empreendedorismo em Sistemas de Informação - GCC 137

Alunos: Augusto Soares Pereira - 201210320

Álvaro dos Reis Cozadi - 201211012

Aníbal Catheringer - 201211218

Turma: 14A

Lavras - MG

2016



***CIMtech***

## Sumário

1. Sumário Executivo
2. Conceito do Negócio
3. Mercado e Competidores
4. Equipe de Gestão
5. Produtos e Serviços
6. Estrutura e Operações
7. Marketing e Vendas
  - 7.1. Posicionamento e valor para o cliente
  - 7.2. Demanda
  - 7.3. Participação de Mercado
  - 7.4. Preço
  - 7.5. Canais de Distribuição
  - 7.6. Estratégia de Vendas
  - 7.7. Plano de Comunicação
8. Estratégia de Crescimento
9. Plano Finanças
  - 9.1. Investimento Inicial
  - 9.2. Despesas Fixas
  - 9.3. Despesas Variáveis de Venda
  - 9.4. Resultado Financeiro Projetado
10. Referências bibliográficas

## **1. Sumário Executivo**

O *CIMTech – Soluções Tecnológicas* é um núcleo de tecnologia, sediado no Centro de Inteligência em Mercados (CIM), situado na Agência de Inovação do Café (InovaCafé), da Universidade Federal de Lavras (UFLA). Atua na manutenção, desenvolvimento e hospedagem de softwares, nas plataformas Web e Mobile, bem como na prestação de consultorias em tecnologia da informação, tanto para clientes internos (CIM e InovaCafé), quanto para clientes externos. A parceria com tais instituições lhe garante recursos financeiros e uma rede de contatos, que auxiliam na contratação e desenvolvimento de novos trabalhos. Contudo, sua atuação é independente delas, uma vez que o estabelecimento de novas parcerias permite a realização de serviços em áreas além do agronegócio, foco destas instituições.

## **2. Conceito do Negócio**

O Centro de Inteligência em Mercados (CIM) é uma organização especializada em pesquisa, treinamento, inovação e prestação de serviços relacionados às seguintes áreas: economia, contabilidade, finanças, gestão de empresas, mercado de capitais, comercialização, estatística, negócios, cadeias produtivas e inteligência competitiva. A equipe do CIM é composta por Administradores, Analistas de Sistemas, Engenheiros Agrônomos, Engenheiros Florestais, Engenheiros Agrícolas, Zootecnistas, Veterinários e outros profissionais ligados à área agrícola. Conta com estudantes de graduação e pós-graduação, mestres, doutores e técnicos administrativos.

O *CIMTech*, núcleo de tecnologia do Centro de Inteligência em Mercados, tem como principais funções: implementar softwares e ferramentas; desenvolver sistemas e aplicações, determinando interface gráfica, critérios ergonômicos de navegação, montagem da estrutura de banco de dados e codificação de programas; projetar, implantar e realizar manutenção de sistemas e aplicações; selecionar recursos de trabalho, tais como metodologias de desenvolvimento de sistemas, linguagem de programação e ferramentas de desenvolvimento; e assessorar nas atividades de ensino, pesquisa e extensão.

Sua missão é viabilizar soluções de tecnologia da informação que promovam a disponibilidade, integridade, confiabilidade e autenticidade das informações dos ativos relacionados aos sistemas informatizados do Centro de Inteligência em Mercados (CIM) e

também da Agência de Inovação do Café (InovaCafé) em conjunto com a Universidade Federal de Lavras (UFLA). Sua visão consiste em seu reconhecimento como referência institucional e nacional, como núcleo de informática para criação de novos produtos e ensinamentos relacionados à tecnologia da informação, bem como um núcleo sólido pela excelência dos produtos e serviços tecnológicos oferecidos.

Objetiva-se com o Núcleo de Tecnologia da Informação prestar apoio às atividades de ensino, pesquisa e extensão da universidade, na área de sua atuação, realizando a gestão de infraestrutura de software do CIM/InovaCafé/UFLA e do planejamento e execução da política de informática.

O Núcleo de Tecnologia da Informação atuará no desenvolvimento, execução e participação em projetos em Tecnologia de informação (TI) - constituindo-se em um ambiente de pesquisa e aplicação de novas tecnologias de informação e serviços de informática – bem como na captação de recursos através de projetos, consultoria e serviços. Sem prejuízo do seu objetivo central, o Núcleo de Tecnologia de Informação poderá prestar serviços para as comunidades interna e externa à Universidade, mediante a celebração de acordos, convênios ou contratos, observadas as disposições legais sobre o assunto.

### **3. Mercado e Competidores**

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2015 teve o pior índice de desemprego desde 1992, o mais alto em 24 anos, resultado de demissões generalizadas em quase todas as áreas da economia. Contudo, enquanto a maioria dos setores promovem cortes, a área de Tecnologia da Informação caminha na direção contrária empregando 1,3 milhão de pessoas.

O crescimento de 44,2% no número de vagas do setor em 2015, conforme pesquisa divulgada pela Catho, confirma a tendência de que cada vez mais as empresas vão substituir processos manuais e papéis por ferramentas digitais. Assim, cada vez mais a informação fica rápida e barata quando armazenada em computadores, reduzindo espaço e tempo, o que requer conhecimento tecnológico, que nem sempre a empresa possui, gerando a necessidade dos profissionais de TI.

Com relação aos nossos concorrentes, podemos apontar empresas que atuam na região de Lavras e sul de Minas como o LEMAF, especializado em geolocalização; MITAH,

especializada em logística; Polaris, especializada em desenvolvimento web. Porém nenhuma delas, desenvolvimento soluções web para o Agronegócio como o *CIMtech*.

#### **4. Equipe de Gestão**

A equipe de gestão é composta por um coordenador geral e um professor orientador, uma vez que o *CIMTech* é sediado no Centro de Inteligência em Mercados, núcleo de estudos filiado ao Departamento de Administração e Economia da Universidade Federal de Lavras.

O coordenador geral do *CIMTech*, Álvaro dos Reis Cozadi, é graduando em Sistemas de Informação pela Universidade Federal de Lavras, tendo experiência em manutenção e atualização de softwares, bem como gerenciamento de banco de dados. Atualmente, tem desempenhado também funções de Business Intelligence, projetista e analista de softwares. Atua também como suporte técnico e membro do corpo editorial da revista *Coffee Science*.

O professor orientador, Dr. Luiz Gonzaga de Castro Jr., é professor titular do Departamento de Administração e Economia da Universidade Federal de Lavras e coordenador do Centro de Inteligência em Mercados, tendo como principais áreas de atuação a inteligência competitiva, comercialização, mercados de derivativos e gestão de custos. É também pesquisador líder do Bureau de Inteligência Competitiva do Café e coordenador de projetos vinculados ao Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia do Café (INCT-Café) e ao Polo de Excelência do Café (PEC - Secretaria de Ciência e Tecnologia de Minas Gerais). Atua como assessor de Inovação e Empreendedorismo da Universidade Federal de Lavras, diretor da Agência de Inovação do Café (InovaCafé) e editor executivo da revista *Coffee Science*.

Os dados para contato com a equipe de gestão podem ser encontrados a seguir:

**Nome:** Luiz Gonzaga de Castro Jr.

**Função:** Professor Orientador do CIMTech

**Endereço:** Agência de Inovação do Café, Universidade Federal de Lavras, Campus Universitário – CEP 37200 – 000, Lavras – MG

**Telefone:** 3829-1758

**Nome:** Álvaro dos Reis Cozadi

**Função:** Coordenador geral do CIMTech

**Endereço:** Agência de Inovação do Café, Universidade Federal de Lavras, Campus Universitário – CEP 37200 – 000, Lavras – MG

**Telefone:** 3829-4585

## **5. Produtos e Serviços**

Os principais produtos/serviços ofertados pelo *CIMTech* consistem em aplicativos Mobile, softwares de plataforma Web plataformas de E-commerce e consultorias em tecnologia da informação, podendo abranger as áreas de infraestrutura de redes, infraestrutura de servidores, avaliação de mercado utilizando crowleys de pesquisa de informação, manutenção de softwares, validação de estratégias de mercado em tecnologia da informação, dentre outras.

Os atuais serviços/processos em andamento incluem a hospedagem e/ou manutenção de plataformas e sites. O *CIMTech* está realizando a migração para seu servidor e a manutenção dos seguintes sites:

Bureau de Inteligência Competitiva do Café (<http://www.icafebr.com.br>), que é um projeto financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) com interveniência da Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior. Os trabalhos são desenvolvidos dentro do Centro de Inteligência em Mercados (CIM) da Universidade Federal de Lavras (UFLA).

O eCafé Brasil (<http://ecafebr.com.br>), que é uma plataforma destinada aos agentes da cadeia produtiva do café que buscam ampliar os seus canais de comercialização com vistas à obtenção de melhores condições de negócios. A sua política de uso define que um novo usuário somente poderá se cadastrar a partir de convite prévio, feito por um usuário já cadastrado, ou entrando em contato com o administrador do sistema.

Além da construção do novo site do Centro de Inteligência em Mercados (CIM), que irá conter descrição e subpáginas de todos os projetos e núcleos que o mesmo engloba.

O núcleo de tecnologia também está fazendo a manutenção e desenvolvendo produtos com:

Balde de Dados: Software de aplicação Mobile, quem tem a intenção de otimizar o processo de gerenciamento de fazendas produtoras de leite. Na qual a aplicação irá fornecer além de mobilidade e agilidade, a segurança dos dados dos usuários.

SIGES: Software que fazer a gestão insumos comprados e gastos em talhões, bem como controle financeiro das fazendas com contratação de mão-de-obra e depreciação de máquinas.

Plataforma E-commerce de venda de cafés especiais utilizando estratégias de vendas de cafés regionais já conhecidos e certificados pela boa qualidade e práticas de fair trade.

Plataforma Cafés Especiais, que irá armazenar informações de fazendas produtos de cafés especiais que participam de concursos estaduais.

Plataforma de Exportações, que armazena dados e cálculos dos principais exportadores e importados de cafés de qualidade.

Plataforma Cafés torrados, que faz a gerência de custos de negociações de uma associação cafeeira.

Além de outros softwares e plataformas que estão em período probatório de análise de mercado e esperando o termino de projetos em execução.

## **6. Estrutura e Operações**

O *CIMTech* é sediado no Centro de Inteligência em Mercados, localizado na Agência de Inovação do Café, da Universidade Federal de Lavras, demonstrada na Figura 1, a seguir.





Figura 1 – Fachada da Agência de Inovação do Café (InovaCafé)

Atualmente, conta com uma área de 20m<sup>2</sup>, na qual estão distribuídas onze mesas, doze cadeiras e um armário, para armazenagem de documentos e materiais necessários ao trabalho. O *CIMTech* conta ainda com um servidor Dell T430, destinado ao armazenamento e hospedagem dos projetos desenvolvidos, além de funcionar como Web Service (nuvem). A área de trabalho do *CIMTech* pode ser observada na Figura 2, a seguir.



Figura 2 – Área de trabalho do *CIMTech*

Todas as despesas operacionais, como limpeza, energia, internet, entre outras, são de responsabilidade do Centro de Inteligência em Mercados, que também fornece bolsas de estudo para os membros da equipe. Os produtos/serviços são desenvolvidos, em sua maioria, nos computadores pessoais dos membros da equipe, mas, em caso de necessidade, são disponibilizados computadores desktop ou notebooks do núcleo de estudos para esta finalidade.

A equipe é composta por dez membros (incluindo o coordenador, Álvaro Cozadi), todos alunos de graduação ou pós-graduação em Sistemas de Informação ou Ciência da Computação na Universidade Federal de Lavras. Há também um consultor externo, especializado no design de softwares. Os dez membros internos se dividem nas atividades de gestão da infraestrutura do servidor, design de imagens, desenvolvimento de softwares para plataforma Web e desenvolvimento de softwares para plataforma Mobile. As qualificações necessárias para cada cargo/função estão descritas na Tabela 1, a seguir.

<b>Cargo/Função</b>	<b>Qualificações Necessárias</b>
Coordenador	Dominar frameworks de gerência Conhecimento de mercado e de requisitos para desenvolvimento de <i>software</i> Perfil de liderança Habilidades de negociação
Gestão de Infraestrutura do Servidor	Dominar gestão de servidores físicos e em nuvem Experiência em criação de máquinas virtuais para hospedagem de projetos Dominar desenvolvimento e gestão de banco de dados
Design de Imagens	Dominar ferramentas de design Habilidades na união de <i>back end</i> e <i>front end</i>
Desenvolvimento de Softwares Web	Dominar linguagens para desenvolvimento de plataformas <i>web</i> Dominar linguagens HTML e CSS Experiência em desenvolvimento e gestão de banco de dados
Desenvolvimento Softwares Mobile	Dominar ferramentas e o desenvolvimento de <i>apps</i> para <i>smartphones</i> e <i>tablets</i> Dominar linguagens HTML e CSS Experiência em desenvolvimento e gestão de banco de dados

Tabela 1 – Qualificações necessárias para os cargos/funções do *CIMTech*

O *CIMTech* tem capacidade para desenvolvimento de até quatro projetos/serviços simultaneamente, além da manutenção de softwares já em funcionamento. Os novos projetos

são desenvolvidos sob demanda, após análise de viabilidade da proposta, com base nas necessidades internas do CIM/InovaCafé ou de clientes externos, tendo estes últimos, prioridade no desenvolvimento. Neste sentido, é definida a seguinte rotina de desenvolvimento, seguindo as etapas abaixo:

1. Verificar disponibilidade da equipe
2. Verificar real oportunidade de mercado
3. Avaliação de requisitos para desenvolvimento de software
4. Verificação de recursos internos para o desenvolvimento
5. Negociação de preço com o cliente
6. Alocação de recursos (humanos e máquinas)
7. Divisão de trabalhos entre a equipe
8. 1º Feedback para o coordenador
9. 2º Feedback para o coordenador e professor orientador
10. Testes de funcionalidade
11. Protótipo
12. Últimas adequações
13. Projeto Finalizado

## **7. Marketing e Vendas**

O plano de marketing do *CIMTech* é baseado no reconhecimento de que teremos clientes de perfis diferenciados devido a quantidade de produtos ofertados pelo núcleo. Esse usuário final não será tratado de maneira genérica, terá sempre atenção diferenciada, mesmo que sua demanda seja igual a outros clientes.

### **7.1. Posicionamento e valor para o cliente**

Para a maioria dos clientes, o produto, quanto ao software, será posicionado como o primeiro criado e desenvolvido em conjunto com seus clientes, agregando confiabilidade, exatidão e agilidade. Pois com o cliente imerso no desenvolvimento dos trabalhos da equipe a quantidade de retrabalho será diminuída a quase zero e evitará erros de desenvolvimento devido a formas diferenciadas de interpretações de situações problemas. Nossos softwares e

serviços contarão sempre com a preocupação com a segurança de dados de nossos clientes, oferecendo inclusive serviços 24/7 em suas respectivas modalidades de negociações. Toda a equipe CIMTech garantirá a eficácia em seus serviços de maneira que seus clientes/usuários estejam sempre satisfeitos.

## 7.2. Demanda

Independente da classe social ou da idade, o número de usuários de smartphone em todo o mundo tem aumentado de forma exponencial. Segundo pesquisa da Mobile Report, da Nielsen Ibope (2014), apenas no Brasil são mais de 50 milhões. Toda essa popularidade, causada, principalmente, pelo barateamento da tecnologia, também tem aumentado a demanda por aplicativos específicos. Segundo dados da Associação Brasileira das Empresas de Software (Abes), até 2020, 90% do crescimento do mercado de Tecnologia da Informação serão direcionados para tecnologias mobile, social business, big data e cloud services.

Mesmo que o panorama do cenário atual se mostre desafiador, particularmente com as retrações econômicas e necessidades de ajustes apresentadas no ano de 2015, porém há uma perspectiva muito promissora para as empresas de tecnologia que forem capazes de fazer um alinhamento de seu portfólio às novas necessidades dos seus clientes, cuja demanda por novas tecnologias continua em franca expansão, na qual o setor ainda se demonstra em crescimento de 12% ao ano, segundo IDC Brasil, assim como mostra a tabela a seguir:

Segmento	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Software	5,9	7,1	7,1	8,0	8,9	9,4	10,1	11,4	12,6	13,6	14,6
Serviços	2,8	2,9	3,5	4,2	5,3	5,8	6,4	7,0	8,6	10,1	11,4
<b>Total</b>	<b>8,7</b>	<b>10,0</b>	<b>10,6</b>	<b>12,2</b>	<b>14,2</b>	<b>15,2</b>	<b>16,5</b>	<b>18,4</b>	<b>21,2</b>	<b>23,7</b>	<b>26,0</b>
<b>Crescimento</b>	-	<b>16,0</b> %	<b>6,5</b> %	<b>13,7</b> %	<b>16,6</b> %	<b>7,5</b> %	<b>8,5</b> %	<b>11,5</b> %	<b>14,9</b> %	<b>12,2</b> %	<b>9,7</b> %

Tabela 2 – Demonstrativo de crescimento do mercado de T.I

Fonte: ABES - Associação Brasileira das Empresas de Software e Companhia

### 7.3. Participação de Mercado

Ainda de acordo com a pesquisa, o mercado brasileiro de software e serviços é liderado por micro e pequenos negócios. Das empresas dedicadas ao desenvolvimento e produção de software, quase 95% são micro e pequenas empresas e os empreendimentos de médio e grande porte têm representação de aproximadamente 5%.

Como o *CIMTech* está entrando em um mercado novo junto com inúmeros e grandes concorrente e como ainda não tem distribuidores que garantam uma rápida disseminação de seu produto no país, sua participação no mercado brasileiro é estimada em 4% do total de empresas, no primeiro ano. Nos dois anos seguintes estima-se um crescimento modesto e então o market share tende a se estabilizar, assim que entrar na fase da maturidade, dentro do Ciclo de vida dos produtos.

### 7.4. Preço

Como os custos do produto são relativamente difíceis de identificar, por serem concentrados em pesquisa e desenvolvimento, a estratégia utilizada para determinar seu valor de comercialização é o “Preço de Mercado”. Além disso, a empresa não tem uma marca conhecida e precisa ser rapidamente disseminada, resultando na tabela de preços que se segue:

<b>Produto</b>	<b>Preço</b>
Desenvolvimentos (Valor do desenvolvimento por horas incluindo eng. de soft. e serviços de DBA)	R\$ 80,00
Visita técnica simples (1 hora)	R\$ 150,00
Deslocamento até o cliente fora da cidade (Valor por KM rodado ida e volta pedágios)	R\$ 0,80
Criação de Sites (Valor para criação de sites com gerenciador de conteúdos e 15 fotos e 5 páginas)	R\$ 600,00
Serviços de sites (Valor por horas de trabalho)	R\$ 30,00

Criação de e-commerce (Valor para criação de loja virtual com gerenciador de conteúdo e 30 produtos)	R\$ 2.300,00
Servidores Windows (Serviço de instalação de servidores Windows 2008)	R\$ 1.350,00
Servidores Linux (Serviço de instalação de servidores Linux)	R\$ 1.600,00
Consultoria em redes e sistemas (Valor cobrado por hora)	R\$ 150,00
Contrato mensal servidores Windows (Inclui configuração e reparos, não inclui administração de usuários)	R\$ 500,00
Contrato mensal servidores Windows (Com administração de usuários, configuração e reparos)	R\$ 800,00
Contrato mensal servidores Linux (Inclui configuração e reparos, não inclui administração de usuários).	R\$ 1500,00
Contrato mensal servidores Linux (Inclui configuração e reparos, inclui administração de usuários).	R\$ 2000,00
Treinamento por módulo (Duas horas)	R\$ 90,00

Tabela 3 – Valor cobrado Serviços/Produtos *CIMTech*

O *CIMTech* pensa em entrar no mercado com os preços exibidos na tabela 3, que estão de acordo com a estratégia de alto valor definida por Kotler, em que se oferece uma alta qualidade por um preço médio (ver figura 3).

		Preço		
		Alto	Médio	Baixo
Qualidade	Alta	Preço Premium	Alto Valor	Super valor
	Média	Preço excessivo	Valor médio	Valor bom
	Baixa	"Assalto ao cliente"	Falsa economia	Economia

Fonte: Kotler, Philip "Administração de Marketing"

Figura 3 – Estratégia de preço *CIMTech*

### 7.5. Canal de Distribuição

A estratégia de distribuição a ser utilizada será a de difusão seletiva e intensiva, para atingir apenas o público-alvo, mas por diversos canais de distribuição. Essa distribuição será dividida em dois níveis.

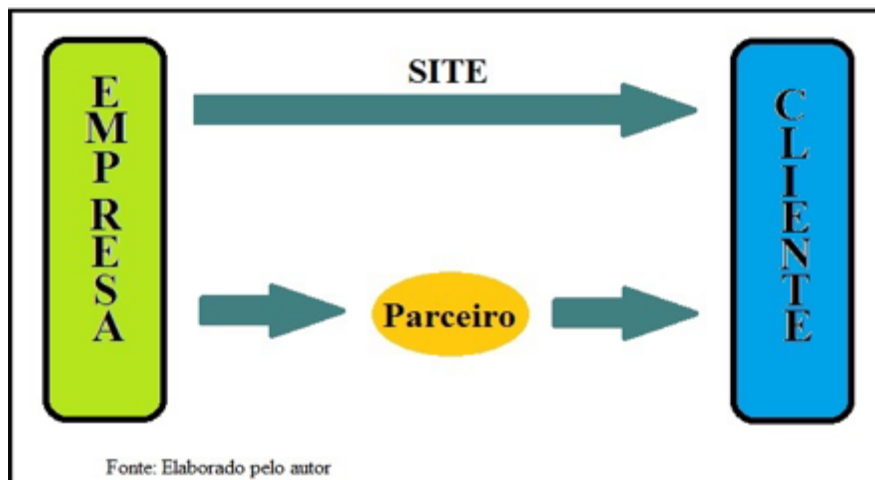


Figura 4 – Canais de distribuição

O nível 1 se caracteriza pelo acesso ao produto diretamente com a empresa produtora, sem passar por nenhum intermediário. O cliente terá acesso ao produto através do website do *CIMTech* ([www.cimtech.github.io](http://www.cimtech.github.io)). Neste, o cliente terá todas as especificações técnicas do produto, área de download, perguntas frequentes, informações da empresa, informações sobre o manual do produto com instruções de instalação e utilização.

O nível 2 se caracteriza pela comercialização através de parcerias que atingirá os departamentos e núcleos mais próximos ao *CIMTech*. Esse parceiro de vendas será composto

por pessoas com pleno conhecimento do produto e responsáveis pela divulgação e venda nas empresas próximas.

Para evitar conflito de canais de distribuição entre o nível 1 e 2, os parceiros vendedores poderão oferecer algumas vantagens para o cliente, como condições especiais ou manutenção gratuita. Dessa forma se evita desmotivação dos vendedores por causa do site, que é mais prático para o cliente.

#### **7.6. Estratégia de Venda**

A estratégia de vendas do *CIMTech* é estruturada em parcerias para uma rápida disseminação do produto. Será montada uma pequena equipe de vendas que atuará nas proximidades da matriz e eventualmente em outras localidades. Esta equipe será composta de três integrantes que, no processo de venda ministrarão treinamento para dois funcionários do cliente. Cada parceiro poderá receber uma comissão de até 5% em cima das vendas realizadas, na qual a porcentagem a receber será definida dependendo do montante vendido ao cliente.

#### **7.7. Plano de Comunicação**

Será desenvolvida uma campanha de comunicação, com material promocional como flyers e anúncio impresso a ser veiculado em revistas. O website da empresa será responsável pela divulgação e funcionará, também, como um canal de vendas.

O *CIMTech* estará presente em alguns eventos e feiras voltadas para TI, com o objetivo de divulgar seu produto entre o público especializado, bem como organizará um evento próprio, para fixação da marca. Dessa forma, o público será atingido por diferentes canais de comunicação, formando uma imagem da marca em sua mente.

O principal diferencial da empresa é ser uma empresa brasileira, oferecendo oportunidades de desenvolvimento do mercado interno e custos mais baixos. Além disso, há maior facilidade em oferecer manutenção e serviços agregados, por causa da proximidade geográfica e facilidade de comunicação com os clientes. A figura 5 ilustra o tempo para realização de cada ação, baseado nos fatores apresentados acima.





Figura 5 – Canais de distribuição

## 8. Estratégia de Crescimento

O mercado brasileiro de desenvolvimento de software e serviços de TI cresce acelerado, apoiado na terceirização de atividades para empresas da Indústria Brasileira de Software e Serviços de TI (IBSS). “As demandas de TI não param e se tornam cada vez mais necessárias, levando as empresas a perceberem que o apoio de fornecedores externos pode contribuir para agilizar o seu processo de informatização. Além disso, elas precisam focar nos seus negócios, reduzindo custos desnecessários provenientes da manutenção de um departamento próprio de TI”, explica Ruben Delgado, presidente da Softex.

Segundo dados do IBGE, durante o período 2007 a 2012, a receita líquida da IBSS cresceu, em média, 8% ao ano. A partir desses dados, estima que, em 2014, a receita líquida da indústria chegou à casa de R\$ 100 bilhões. “No âmbito da IBSS, as atividades de suporte técnico/manutenção de TI e de desenvolvimento de portais e oferta de informações para a internet são as que vêm apresentando maior crescimento ao longo dos últimos anos”.

### A. Concorrentes

No Brasil e na região sede do *CIMTech*, existem muitas empresas que desenvolvem softwares e soluções voltadas ao mercado da TI. Empresas estas que já estão estabelecidas no mercado e com clientes já conquistados.

Contudo os produtos são relativamente caro comparados aos nossos, além de possuir uma interface pouco amigável e apresentar dificuldades para o administrador do produto, tendo

apresentado também lentidão em algumas de suas aplicações devido ao não desenvolvimento em plataformas nativas.

Diferentemente dos serviços e produtos de nossos concorrentes, o *CIMTech* sempre proporciona uma interface amigável e ferramentas de manipulação intuitivas. Além disso, o nosso maior diferencial é o desenvolvimento em plataformas nativas, trazendo o máximo de agilidade e eficiência em nossas aplicações com preços mais acessíveis. Esses diferenciais nos proporciona uma rápida penetração de mercado, mesmo sendo uma empresa jovem.

## **B. Produtos Substitutos**

Referindo-se aos produtos substitutos, informa-se que um substituto do *outsourcing* de desenvolvimento e manutenção de *software* refere-se ao desenvolvimento dos sistemas pelos próprios funcionários da área de Tecnologia de Informação das empresas-cliente. Uma forma de amenizar a influência dos produtos substitutos é destacar as vantagens da utilização do *outsourcing* como, por exemplo, alta qualidade em função da mão-de-obra especializada.

## **C. Ameaça de Entrada**

Pode-se considerar que a indústria de software tem quatro principais barreiras de entrada: Economia de escala: as grandes empresas existentes hoje no mercado têm forte vantagem de custo sobre as aspirantes. Por serem empresas que já atuavam no setor, mas com outros produtos, não tiveram tanta necessidade de um investimento inicial. Além disso, já tinham conhecimento do mercado e de seus clientes.

Diferenciação de serviços e produtos: devido às marcas existentes no mercado serem fortes e despertarem um sentimento de segurança e lealdade nos clientes, certamente as estreates terão de realizar significativos investimentos para formação de uma marca conhecida e respeitada nesse mercado. Seu custo com comunicação será muito maior, pois, além de divulgar o serviço oferecido, elas devem formar uma imagem de marca na mente do consumidor.

Vantagens de empresas pioneiras: Podem ter vantagens de custo ou qualidade que não estão disponíveis para seus rivais, e que independe do tamanho. Acesso a tecnologias específicas, matérias-primas, subsídios governamentais, localização geográfica ou recursos humanos específicos.

Necessidade de Capital: A necessidade de investir recursos financeiros para competir cria uma barreira de entrada substancial.

Canais de Distribuição: talvez esta possa ser considerada a maior barreira a ser enfrentada, pois o *CIMTech* não terá uma operação de vendas e dependerá também de seus parceiros.

#### **D. Poder de negociação dos compradores**

O poder dos compradores não é significativo já que eles estão dispersos no mercado e os custos de software não são significativos em relação aos seus custos totais, tratando-se dos serviços de hospedagem e manutenção de TI em relação aos gastos de produção do cliente. O que ocorre também no desenvolvimento de plataformas web, mobile e e-commerce, já que é possível captar clientes em todo mercado nacional, uma vez que a maior parte das vendas são feitas via website. A vantagem que o comprador tem é que os custos de mudança de fornecedor são baixos, ou seja, um fornecedor pode ser facilmente trocado por outro.

#### **E. Poder de negociação dos fornecedores**

Neste ramo de atividade não existem fornecedores fortes, pois muitas vezes o produto pode ser vendido por download direto na Internet. No caso de vendas normais, o custo do material e embalagem é muito pequeno não abrindo espaço para uma suposta ameaça dos fornecedores.

Como complemento à apreciação em torno das forças competitivas que influenciam no negócio, será realizada uma análise SWOT. Nela são resumidas as oportunidades, forças, fraquezas da empresa e as ameaças referentes ao negócio.



Figura 6 – Analise Swot *CIMTech*

Fonte: Elaborado pelo Autor

Do ponto de vista estratégico, o *CIMTech* irá operar com uma estratégia de enfoque, pois oferece produtos e serviços aliados a qualidade superior, com preço competitivo no mercado e atingindo segmentos específicos na área da TI.

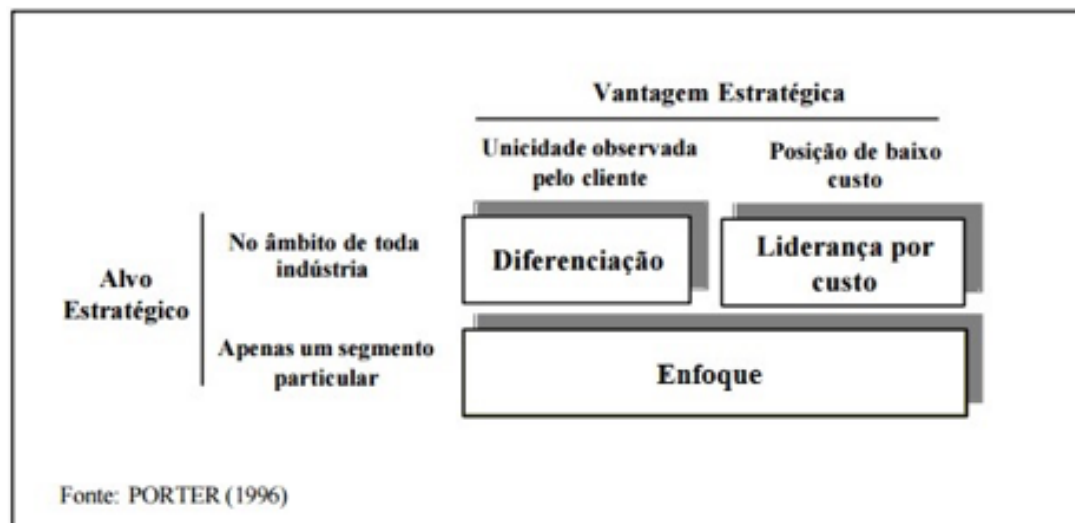


Figura 7 – Posicionamento Estratégico

## 9. Plano Financeiro

### 9.1 Investimento Inicial

Como estamos tratando de um núcleo institucional, foi necessário fazer poucos investimentos iniciais, o que resultou em uma grande economia para a o início das atividades.

<b>Natureza do Investimento</b>	<b>Valor</b>
<b>1- Investimento Fixo</b>	-
<b>1.1- Servidor Dell T430 (<i>Desktop</i>)</b>	R\$ 12.000,00
SUBTOTAL ( I )	R\$ 12.000,00
<b>2- Despesas pré-operacionais</b>	-
<b>2.1- Software Necessário</b>	R\$ 0,00
<b>2.2- Gastos com reformas</b>	R\$ 0,00
SUBTOTAL ( II )	R\$ 0,00
<b>TOTAL ( I+II )</b>	R\$ 12.000,00

Tabela 4 – Valor de Investimento

Fonte: elaboração própria

Como mencionado anteriormente, o *CIMTech*, através do Centro de Inteligência em Mercados (CIM), obteve a maioria dos equipamentos necessários para o seu funcionamento, desde infraestrutura (Inova Café) a estações de trabalho.

### 9.2 Despesas Fixas

<b>Descrição do custo fixo</b>	<b>Valor</b>
Salários + encargos	R\$ 3,600,00
Manutenção de equipamentos	R\$ 0,00

Pró-labore	R\$ 0,00
Outras Taxas	R\$ 0,00
Contribuição do Microempreendedor Individual - MEI	R\$ 0,00
Depreciação	R\$ 200,00
Serviços de terceiros	R\$ 0,00
Material de escritório	R\$ 0,00
Material de limpeza	R\$ 0,00
Honorários do contador	R\$ 0,00
Telefone + internet	R\$ 0,00
Energia Elétrica	R\$ 0,00
IPTU	R\$ 0,00
Condomínio	R\$ 0,00
Aluguel	R\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 3.800,00</b>

Tabela 5 – Valor dos custos fixos mensais

Fonte: elaboração própria

Criando uma projeção, sem a expectativa de crescimento dos custos operacionais fixos, obtemos o seguinte gráfico de projeções.

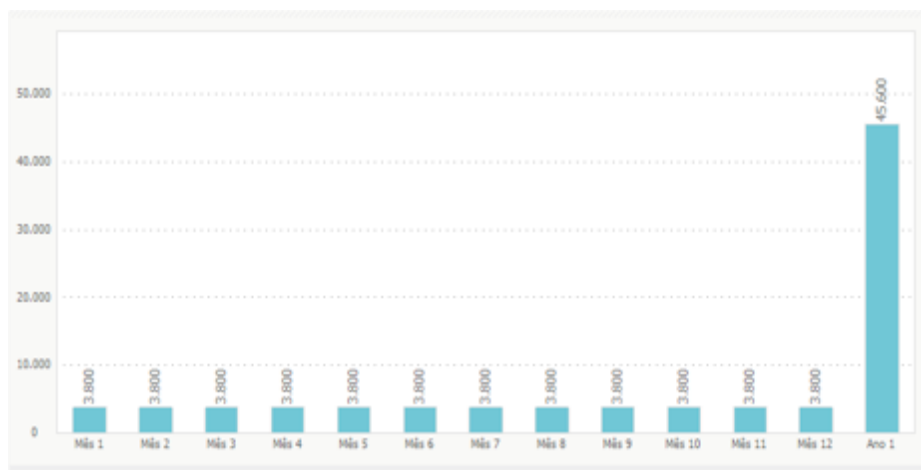


Figura 8- Projeção de gastos mensais em doze meses.

Fonte: elaboração própria

### 9.3 Despesas Variáveis de Venda

O *CIMTech* também terá gastos referentes a suas vendas, estes gastos serão as comissões, despesas bancárias e os impostos, sendo estes uma parcela sobre o faturamento bruto, pois a empresa trabalhará no sistema de lucro presumido. Segue abaixo, uma tabela com as despesas variáveis de vendas.

<b>Despesas variáveis de venda (DVV)</b>	<b>Porcentagem sobre o faturamento bruto</b>
1- Comissionamento de vendedores e agentes	5%
2- Cobrança Bancária (Percentagem Média)	2,5%
3- ISS	5%
4- PIS	0,65%
5- CONFINS	3%
6- IRPJ (Imposto de Renda Pessoa Jurídica)	4,8%
7- Contribuição Social	0,96% - (CONFINS / 3)
<b>TOTAL</b>	<b>25,91 %</b>

Tabela 6 – Despesas variáveis de venda

#### 9.4 Resultado Financeiro Projetado

A seguir, temos um quadro demonstrando a receita estimada para um ano de funcionamento da empresa. Ressaltamos que a empresa pretende fazer parcerias com outros núcleos e empresas que atuam em áreas estratégicas, como marketing e propaganda. A empresa já possui contatos para chegar a este objetivo.

Descrição	Valor (R\$)	Valor anual (R\$)	Percentual (%)
1. Receita total com vendas	R\$ 11.275,00	R\$ 151.221,31	100
2. Custos variáveis totais:			
2.1. Custos com materiais diretos e/ou das mercadorias vendidas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00 %
2.2. Impostos sobre vendas	R\$ 2.921,35	R\$ 39.181,40	25,91 %
2.3. Gastos com vendas	R\$ 375,46	R\$ 5.035,70	3,33 %
Total de custos variáveis	R\$ 3.296,81	R\$ 44.217,10	29,24 %
3. Margem de contribuição	R\$ 7.978,19	R\$ 107.004,21	70,76 %
4. Custos fixos finais	R\$ 3.800,00	R\$ 45.600,00	33,70 %
<b>Resultado operacional:</b>	<b>R\$ 4.178,19</b>	<b>R\$ 61.404,21</b>	<b>37,06 %</b>

Figura 9 - Demonstrativo de resultado

Fonte: elaboração própria

Fazendo a projeção do demonstrativo de resultados em um período de doze meses, obtemos o seguinte gráfico.



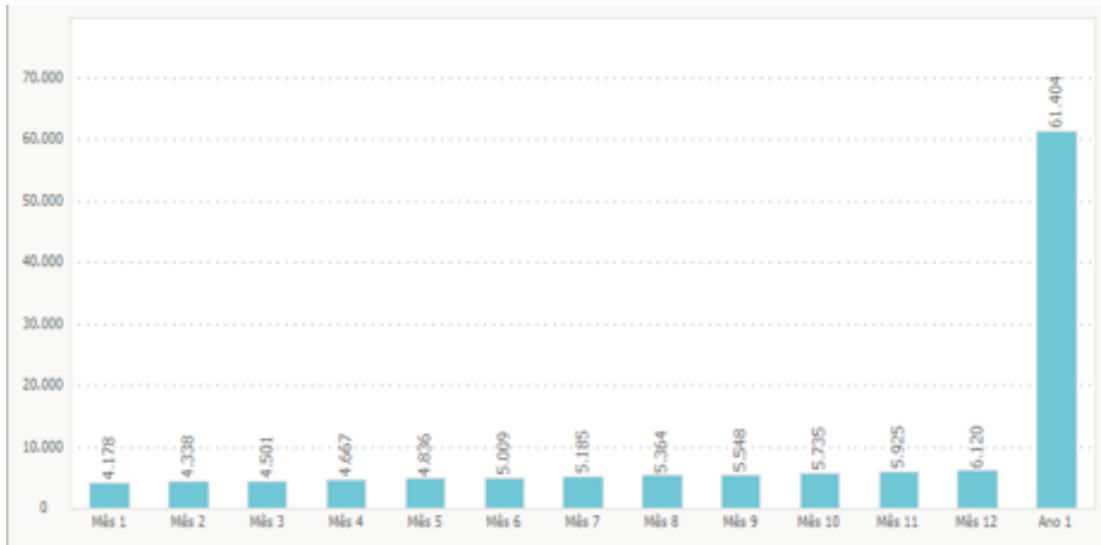


Figura 10 – Grafico projeção dos resultado

Fonte: elaboração própria

#### Indicativo de Viabilidade

Através das análises feitas pelo plano financeiro da empresa *CIMTech – Soluções Tecnológicas*, obtivemos os indicadores de viabilidade (figura 11), no qual é possível observar o ponto de equilíbrio, lucratividade e rentabilidade e conseqüentemente o prazo de retorno do investimento.

Indicadores	Ano 1
Ponto de Equilíbrio (R\$)	64.443,19
Lucratividade (%)	40,61
Rentabilidade (%)	286,80
<b>Prazo de retorno do investimento: 5 meses</b>	

Figura 11 – Indicadores de viabilidade

Fonte: elaboração própria

## 10 Referências bibliográficas

Desemprego deve chegar a 10% em 2016 e setor de TI continua a abrir novas vagas. **A crítica**, 18 de fev. 2016. Disponível em:

<http://www.acritica.net/noticias/desemprego-deve-chegar-a-10-em-2016-e-setor-de-ti-continua-a-abrir/162106/>. Acesso em 21 fev. 2016.

O crescimento do mercado brasileiro de software. **B2B Magazine**, 18 ago. 2015. Disponível em:

<http://www.b2bmagazine.com.br/index.php/negocios/item/5415-mercado-brasileiro-de-software-are-crescimento-e-terceirizacao>. Acesso em 21 fev. 2016.

Modelo das Forças Competitivas. **Benetti**, 03 mar. 2015. Disponível em: <http://www.benetti.eti.br/home/gestaodatecnologiadainformacao/modelodasforcascompetitivas>. Acesso em 21 fev. 2016.

Cresce demanda por softwares para dispositivos móveis. **RioInfo**, 04 set. 2015. Disponível em:

<http://www.rioinfo.com.br/2015/cresce-demanda-por-softwares-para-dispositivos-moveis/>. Acesso em 21 fev. 2016.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. São Paulo. Editora Prentice Hall. 2000 Mercado brasileiro de software e serviços movimenta US\$ 25,2 bi em 2014 e já é o 7º maior no mundo. **TI Inside Online**, 13 ago. 2015. Disponível em:

<http://convergecom.com.br/tiinside/13/08/2015/mercado-brasileiro-de-software-e-servicos-movimenta-us-252-bilhoes-em-2014/>. Acesso em 21 fev. 2016.

O setor de TI. **Senior Solution**, 29 jan. 2016. Disponível em:

[http://www.seniorsolution.com.br/seniorsolution/web/conteudo\\_pti.asp?idioma=0&conta=45&tipo=40941](http://www.seniorsolution.com.br/seniorsolution/web/conteudo_pti.asp?idioma=0&conta=45&tipo=40941). Acesso em 21 fev. 2016.

PONTES, M. Tecnologia 2015: o comportamento do mercado em um ano incerto.

**Computerworld**, 25 mar. 2015. Disponível em:

<http://computerworld.com.br/tecnologia-2015-o-comportamento-do-mercado-em-um-ano-incerto>. Acesso em 21 fev. 2016.