



ALAN DIONES FERREIRA DA SILVA

PLANO DE NEGÓCIOS COMPARI CONSULTING

Trabalho apresentado ao curso MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, do Programa FGV Management da Fundação Getúlio Vargas, como pré-requisito para a obtenção do Título de Especialista.

Coordenador

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Denise Oldenburg Basgal

Orientador

Curitiba - PR

2016

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

PROGRAMA FGV MANAGEMENT

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

O Trabalho de Conclusão de Curso, **Plano de Negócios Compari Consulting**, elaborado por Alan Diones Ferreira da Silva e aprovado pela Coordenação Acadêmica, foi aceito como pré-requisito para a obtenção do certificado do Curso de Pós-Graduação *lato sensu* MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Nível de Especialização, do Programa FGV Management.

Curitiba, 26 de setembro de 2016.

Jose Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

Denise Oldenburg Basgal

Orientadora

DECLARAÇÃO

A empresa Compari Consulting, representada neste documento pelo Sr. Ariel Ferreira da Silva, Diretor, autoriza a divulgação das informações e dados coletados em sua organização, na elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Plano de Negócios Compari Consulting realizados pelo aluno, Alan Diones Ferreira da Silva do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, do Programa FGV Management, com o objetivo de publicação e/ ou divulgação em veículos acadêmicos.

Curitiba, 26 de setembro de 2016

Ariel Ferreira da Silva

Diretor

Compari Consulting

TERMO DE COMPROMISSO

O aluno Alan Diones Ferreira da Silva, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Turma GEE03-14 do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição conveniada ISAE/FGV, no período de dd/mm/aa a dd/mm/aa, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Plano de Negócios Compari Consulting, é autêntico e original.

Curitiba, 26 de setembro de 2016

Alan Diones Ferreira da Silva

Dedico este trabalho a todos os profissionais da área de TI, que trabalham para o engrandecimento de nossa profissão, honrando os princípios jurados e utilizando a tecnologia em prol de uma sociedade mais justa.

Agradeço primeiramente a Deus, que nos permitiu a vida, aos mestres da ISAE/FVG por todo os ensinamentos que nos passaram, agradeço à turma GEE-0314 pelo companheirismo e amizade e aos meus familiares pela paciência e pelo apoio dado nos momentos difíceis

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - EVOLUÇÃO DOS INDICADORES DE MERCADO	17
FIGURA 2 - DIST. REGIONAL DO MERCADO DE TI	18
FIGURA 3 - EMPRESAS ATIVAS NO PARANÁ	18
FIGURA 4 - MAPA DO GRAU DE INOVAÇÃO DAS EMPRESAS NO PR.....	22
FIGURA 5 - GRAFICO DO GRAU DE INOVAÇÃO POR REGIÃO NO PR.....	23
FIGURA 6 - SWOT.....	25
FIGURA 7 - LOGO.....	26
FIGURA 8 - CARTÃO DE VISITAS.....	27
FIGURA 9 - ENVELOPE.....	27
FIGURA 10 - FAVICON.....	27

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – ANÁLISE DE CONCORRENTES.....	24
TABELA 2 – MAPA ESTRATÉGICO.....	25
TABELA 3 – INVESTIMENTO INICIAL E CUSTO FIXO.....	30
TABELA 4 – ESTIMATIVA DE FATURAMENTO.....	31

Sumário

1 SUMÁRIO EXECUTIVO.....	12
2 A EMPRESA.....	14
2.1 IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA	14
2.2 IDENTIFICAÇÃO DO NEGÓCIO.....	14
2.3 VISÃO, MISSÃO, OBJETIVOS E VALORES.....	14
2.4 VANTAGENS COMPETITIVAS	14
2.5 TECNOLOGIA	15
2.6 MARCA.....	15
2.7 MERCADOS.....	15
2.8 FORNECEDORES / CONSUMIDORES	16
3 ANÁLISE DE MERCADO.....	17
3.1 ANÁLISE SETORIAL.....	20
3.2 AMEAÇAS.....	20
3.3 BARREIRAS (ENTRADA E SAÍDA).....	21
3.4 MACRO AMBIENTE	21
3.5 OPORTUNIDADES / AMEAÇAS (SETOR).....	21
3.6 ANÁLISE DA DEMANDA	22
3.7 ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	23
4 OFERTA DA EMPRESA.....	24
4.1 DESCRIÇÃO DETALHADA	24
4.2 SWOT.....	25
4.3 MAPA ESTRATÉGICO	25

5 PLANO DE MARKETING.....	26
5.1 ESTRATÉGIA.....	26
5.2 MARCA.....	26
5.3 AÇÕES.....	27
6 PLANO OPERACIONAL.....	28
6.1 INFRAESTRUTURA.....	28
6.2 RECURSOS HUMANOS.....	29
6.3 CURRÍCULO DIRETORES.....	29
7 PLANO FINANCEIRO.....	30
(TABELA 4).....	31
7.1 ANÁLISE DE VIABILIDADE.....	31
8 CONCLUSÃO.....	32
9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	33

1 Sumário Executivo

Acreditamos que a tecnologia deve estar ao alcance de todos e vemos uma lacuna no mercado de atual, pois pequenas e médias empresas não possuem recursos e demanda suficientes para manter um CIO no seu quadro colaborativo, no entanto perdem competitividade por falta de inovação. Pensando nessa lacuna vamos criar a Compari Consulting uma empresa especializada em fornecer consultoria em Gestão Estratégica de Tecnologia da Informação. Nossa missão será prover consultoria estratégica e desenvolver projetos de tecnologia, visando fortalecer a competitividade de nossos clientes, para tornar-se perene no mercado de TI. Reuniremos uma equipe de profissionais gabaritados, com larga experiência na gestão estratégica de TI, que podem oferecer serviços de qualidade e manter a competitividade de nossos clientes. Pensamos numa empresa moderna e baseada em tecnologia, por isso nossa sede será baseada dentro de um coworking, que oferece toda a infraestrutura necessária para o desenvolvimento do nosso trabalho. Nossos colaboradores trabalharão no regime de home office, com liberdade de horários e trabalho por projetos.

Nossa marca será desenvolvida por uma empresa especializada, visando difundir e facilitar a identificação da nossa empresa, como uma empresa tecnológica, séria e que realmente se preocupa com seus clientes. Atuaremos no mercado Paranaense de TI, que está em franco crescimento e possui grande lacuna. Não acreditamos em grandes riscos de ameaças, pois trata-se de uma empresa de serviços que demandam auto grau de conhecimento, reuniremos uma equipe forte que pode fazer frente à concorrência e oferecer um serviço diferente dos existentes e não teremos um auto grau de investimento e custos fixos.

O mercado é promissor, pois há mais de 1 milhão de empresas ativas no Paraná com grau de inovação incipiente, fato que demonstra grandes oportunidades de negócio para a Compari Consulting, teremos uma vasta gama de serviços à serem oferecidos e nossos pontos fortes superam nossos pontos fracos e ameaças.

Faremos ações de marketing de baixo investimento, porém de grande eficiência, totalmente baseada na Internet, workshops e rede de contatos.

Levando em consideração o baixo investimento, baixo custo fixo, ótimas oportunidades de mercado, grande possibilidade de faturamento e nosso diferencial competitivo, acreditamos que o negócio é viável e devemos desenvolver.

2 A Empresa

2.1 identificação do problema

No mundo atual a tecnologia deve estar ao alcance de todos, porém pequenas e médias empresas não possuem recursos financeiros e demanda suficiente para manter um CIO, fato que culmina na perda de competitividade por falta de inovação tecnológica.

2.2 Identificação do negócio

A Compari Consulting é uma empresa especializada em fornecer consultoria em Gestão Estratégica de Tecnologia da Informação. Focamos na pequena e média empresa, as quais enfrentam dificuldades em contratar um Gerente de TI como funcionário devido aos custos elevados e assim perdem competitividade por falta de inovação tecnológica. Contamos com uma equipe gabaritada e de vasta experiência em consultoria estratégica de TI. Vemos uma grande oportunidade, pois se trata de um mercado carente de mão de obra especializada.

2.3 Visão, missão, objetivos e valores

Missão – Prover consultoria estratégica e desenvolver projetos de tecnologia, visando fortalecer a competitividade de nossos clientes.

Visão – Tornar-se perene no mercado de tecnologia.

Valores – Nossos valores garantem nossa eficiência e proporcionam um futuro promissor aos nossos colaboradores: Integridade, parceria, trabalho em equipe, empreendedorismo.

2.4 Vantagens competitivas

Temos profissionais altamente gabaritados com longa experiência no mercado de TI, somos especialistas em serviços de TI com vários cases de sucesso, temos a capacidade de suprir uma grande necessidade do mercado que está carente de serviços de qualidade, queremos e temos como meta permanecer perene no mercado oferecendo serviços de que proporcionem melhor desempenho competitivo aos nossos clientes. Os serviços de TI são essenciais para manter a competitividade de qualquer segmento, trata-se de uma necessidade de mercado onde temos o

domínio e nossa principal vantagem é que o sucesso da empresa é um sonho compartilhado de seus fundadores.

2.5 Tecnologia

A Compari Consulting trabalha baseada em tecnologia digital. Nosso escritório possui um link de internet principal e mais 2 links de contingência que trabalham em regime de balanceamento, para suprir com qualidade às demandas online. Temos também um plano de continuidade de serviços que contempla um escritório em local geograficamente estratégico, para possíveis problemas com infraestrutura local, mantendo os serviços totalmente à disposição dos clientes, isentando impactos ao negócio. São oferecidos aos nossos colaboradores serviços de colaboração online baseados em nuvem Microsoft, para que haja interação total e acesso globalizado aos processos corporativos.

2.6 Marca

A marca distingue o produto ou serviço de uma empresa das demais empresas e sua função principal é facilitar a identificação do produto ou serviço de uma empresa específica pelo consumidor. A marca é fortemente utilizada em estratégias comerciais e publicitárias e contribuem para a definição da imagem da empresa perante o mercado. Considerando estes aspectos contratamos uma agência especializada para criar a marca e identidade da Compari Consulting assim como efetuar o processo legal de registro, este conteúdo será demonstrado no plano de marketing.

2.7 Mercados

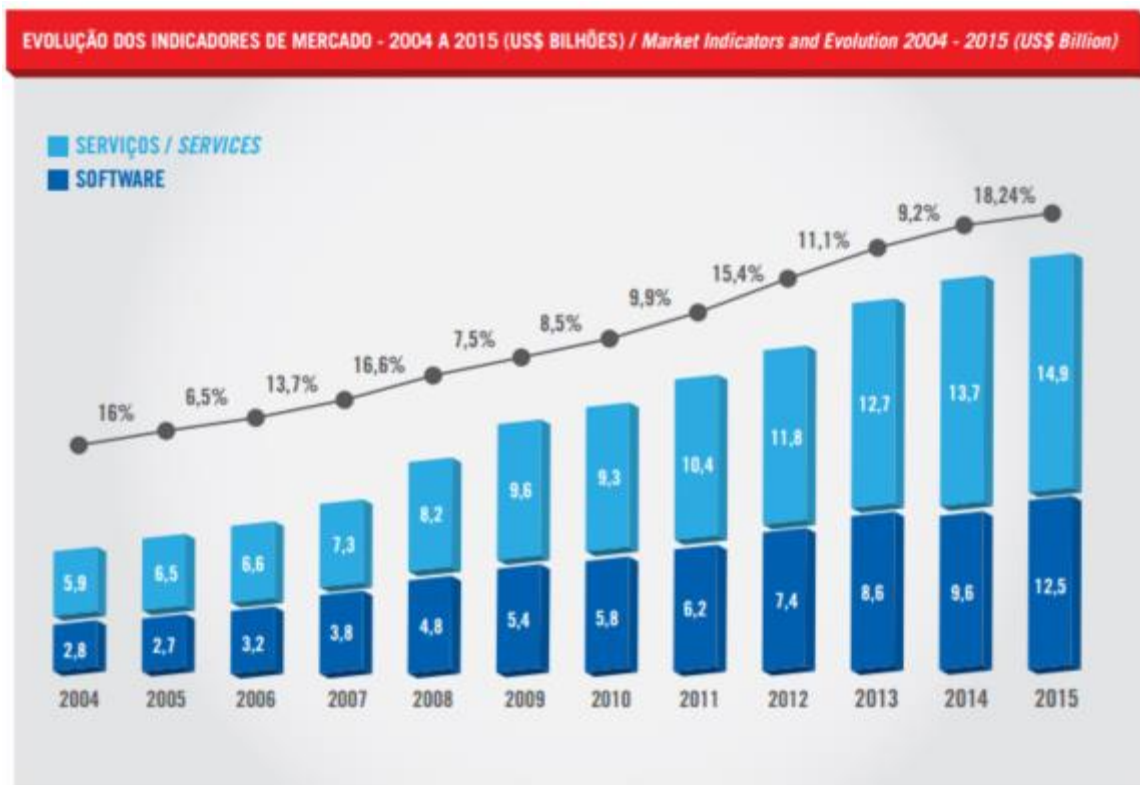
A empresa atua no mercado paranaense de TI que está em franco crescimento, visto que o Comitê de Governança de Tecnologia da Informação e Comunicações do Paraná criou neste ano por decreto estadual o Comitê Gestor, que tem como objetivo liderar os negócios de TI na América Latina até 2035. Com base nesses fatos e focados nas pequenas e médias empresas a Compari Consulting desenvolverá um plano de expansão e prospecção de clientes visando fortalecimento da marca no mercado Paranaense.

2.8 Fornecedores / consumidores

Muitas empresas de serviços e produtos de TI não se firmam no mercado local por falta de presença e visibilidade de seus consumidores, porém este fato está diretamente ligado aos fornecedores e parcerias mantidas pela empresa. A escolha dos fornecedores é de suma importância para o sucesso e por este motivo vamos selecionar estrategicamente entre as grandes marcas de produtos e serviços quem tem capilaridade e se faz presente estrategicamente no mercado local. O foco da Compari Consulting como clientes são empresas de pequeno e médio porte, por isso necessitamos de capilaridade e suporte adequado de nossos fornecedores. Estamos em processo de fechamento de parceria com a Microsoft para serviços e infraestrutura em nuvem, empresa líder de mercado e que tem capilaridade mundial de atendimento ao cliente.

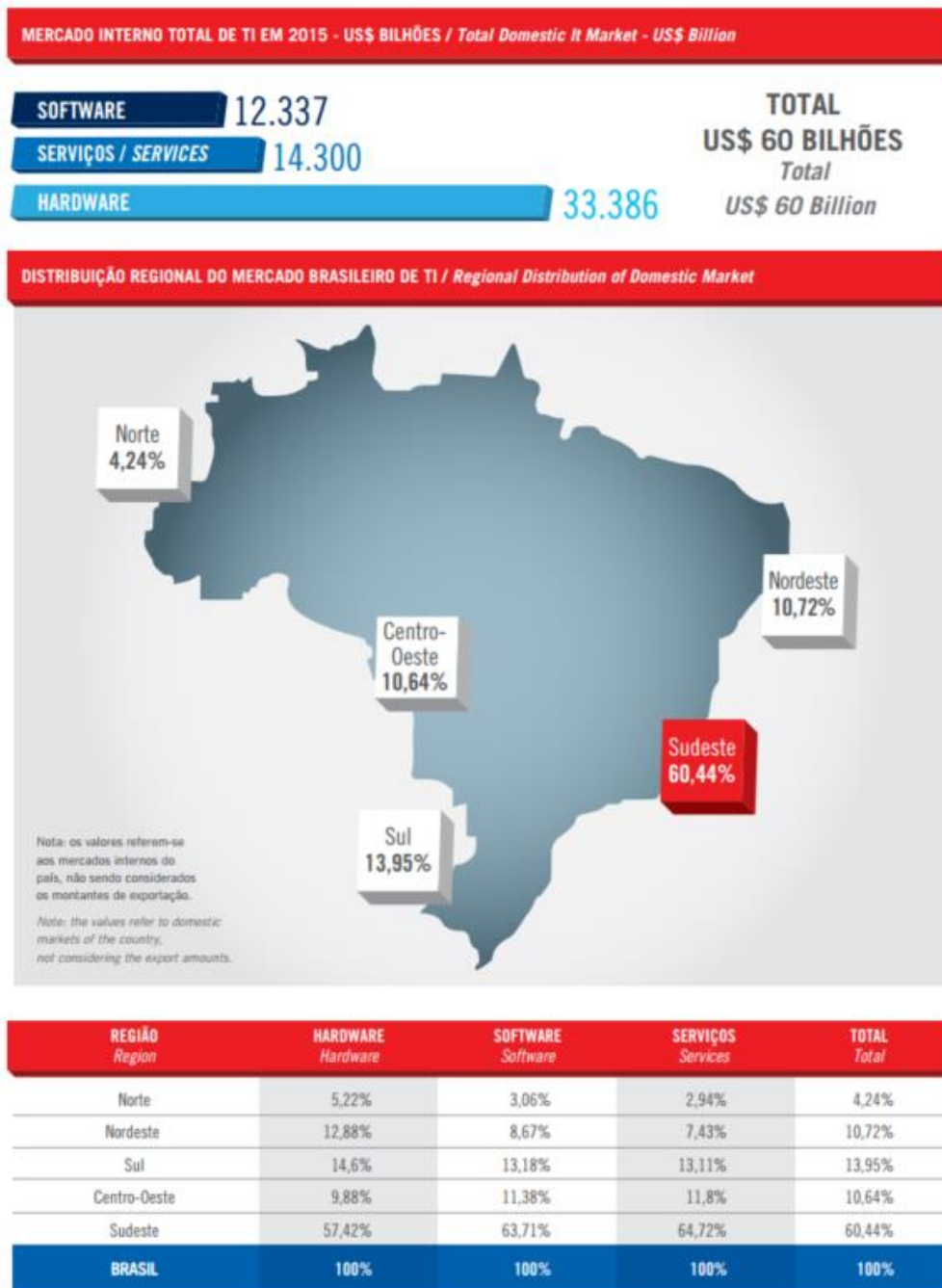
3 Análise de Mercado

O estudo da Abes Software mostra que o mercado de TI no Brasil apresenta franco crescimento nos últimos 12 anos, então não há dúvidas que seja um mercado promissor, apesar das profundas mudanças no cenário econômico brasileiro que ocorreram em 2015. O gráfico abaixo mostra o crescimento do mercado em US\$ Bilhões nos últimos 12 anos.



(Figura 1)

O mercado nacional de TI que abrange hardware, software e serviços movimentou US\$ 60 bilhões em 2015, representando 3,3% do PIB nacional. O gráfico abaixo mostra que a área de serviços que é a especialidade da Compari Consulting tem muito o que crescer, fato que pode ser considerado promissor e uma de nossas vantagens competitivas.

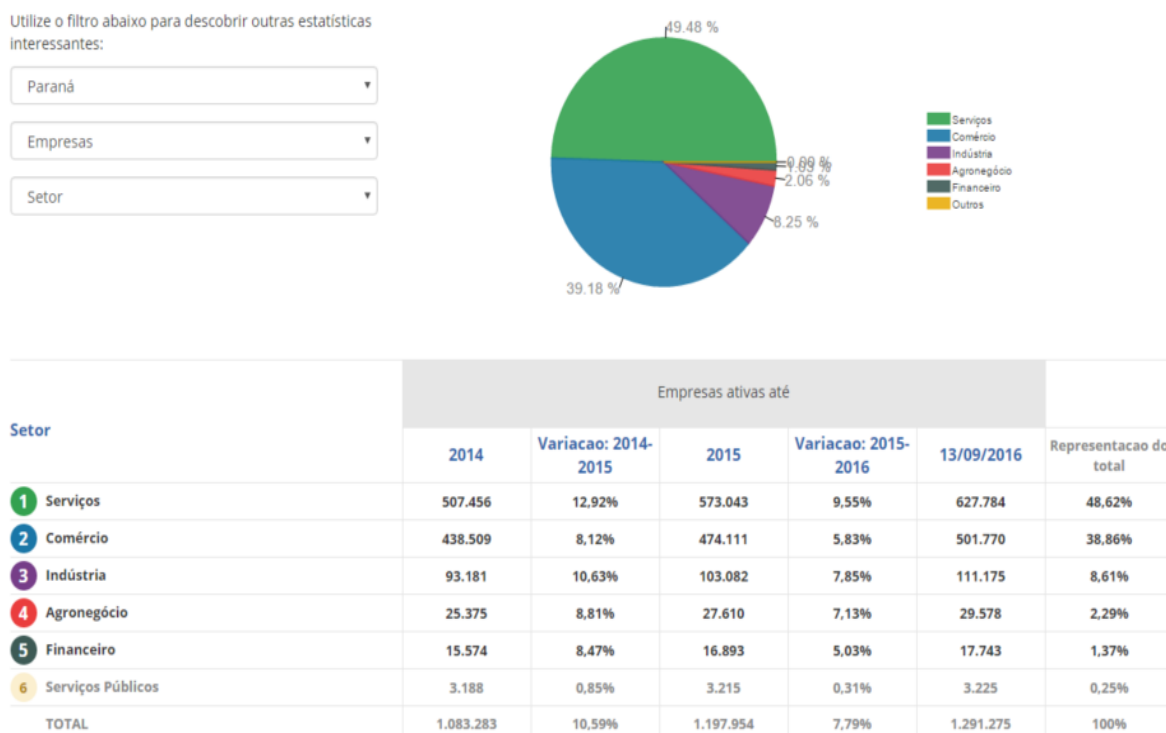


(Figura 2)

Nos dados apresentados anteriormente vimos que o mercado brasileiro de TI é promissor e que a Compari Consulting está inserida neste mercado, porém analisamos também o mercado onde atuamos e números de potenciais clientes que desejamos atingir. O propósito da Compari Consulting é resolver o problema de pequenas e médias empresas que perdem competitividade por não possuírem uma estratégia de TI alinhada ao negócio, devido ao custo elevado de contratação de um profissional gabaritado ou simplesmente por falta de conhecimento da área, levando este fato em consideração todas as pequenas e médias empresas do Paraná tornam-se clientes potenciais. Mesmo sendo afetado pela crise econômica o número de empresas ativas cresceu 12% em 2015, totalizando 1,072 milhão de empresas no Paraná, sendo que deste montante 94% são pequenas e médias empresas, que são clientes potências da Compari Consulting. Estes dados são da Confederação Nacional de Comércio (CNC) e a Secretaria de Micro e Pequena Empresa (SMPE) em parceria com o Instituto de Planejamento e Tributação (IBPT).

3.1 Análise Setorial

Fazemos parte do mercado Paraense focados em serviços de TI. O mercado paranaense possui 1,072 milhão de empresas ativas, como vimos na análise de mercado e 94% dessas empresas tornam-se clientes potenciais da Compari Consulting.



(Figura 3)

3.2 Ameaças

A ameaça de novos entrantes refere-se ao poder que detemos sobre o negócio e ao mercado, que nos faz impedir ou permitir que um concorrente entre em nosso segmento oferecendo os mesmos serviços. O segmento de TI emprega muito bem, então é difícil um executivo estratégico de TI abandonar uma situação financeira cômoda como funcionário para se aventurar no empreendedorismo, os que se aventuram normalmente não possuem conhecimento adequado ao mercado e isto já pode-se considerar uma barreira às ameaças. Acreditamos muito em nossa força de conhecimento e temos diretrizes que podem dificultar e criar barreiras aos concorrentes. Temos plano de evolução e mudança de serviços, para que a empresa nunca fique estagnada, visto que por si só o setor de TI é dinâmico. Detemos vasta experiência e grande

conhecimento, características que mantêm a curva de aprendizagem em elevação e criam barreiras aos concorrentes. Temos também um plano de investimento constante que garanda o desenvolvimento da empresa e que torne a marca sustentável.

3.3 Barreiras (entrada e saída)

As barreiras de entrada e saída referem-se as dificuldades que uma empresa encontra para entrar ou sair de um determinado mercado, que pode ser influenciado por diversos fatores. Pode-se utilizar o modelo das cinco forças de Porter para avaliar a atratividade de um setor e essa análise pode mostrar o nível de rentabilidade do mesmo. O ideal para investimento em um setor é que as barreiras de entrada sejam elevadas e as barreiras de saída sejam mínimas, modelo que pode-se aplicar na Compari Consulting, pois a grande barreira de entrada refere-se ao conhecimento e as barreiras de saídas são mínimas visto que o mercado de serviços não demanda grandes investimentos.

3.4 Macro ambiente

O Macro Ambiente envolve todos os fatores externos e variáveis que podem afetar a atividade de uma empresa, podem ser eles políticos, sociais, demográficos, legais, tecnológicos e de meio ambiente. Neste aspecto a Compari Consulting está preparada, pois conhece muito bem o ambiente onde atua e com foco em prestação de serviços não há grandes investimentos que possam ser afetados por estas variáveis.

3.5 Oportunidades / ameaças (setor)

Oportunidades e ameaças podem ser verificadas na análise de SWOT no tópico de ofertas da empresa.

3.6 Análise da Demanda

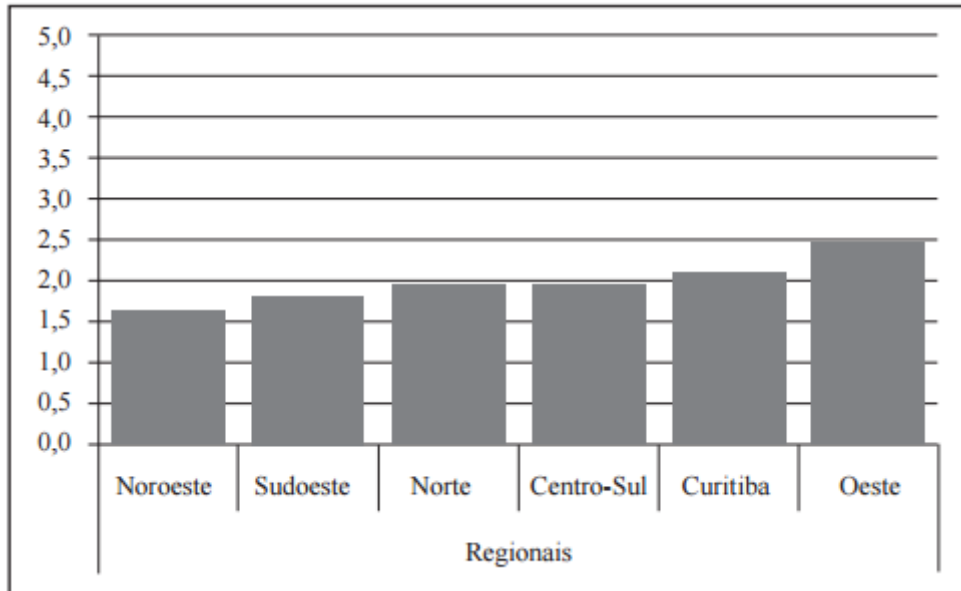
Temos 1,072 milhão de empresas ativas no Paraná, deste montante 94% são pequenas e médias empresas, que são os clientes potenciais da Compari Consulting. Em recente pesquisa o Sebrae-PR conclui que o grau de inovação das empresas no Paraná é incipiente. Temos no gráfico abaixo a visão geral dos dados obtidos de empresas de pequeno e médio porte instaladas em Curitiba. Podemos notar, segundo a pesquisa do Sebrae-PR, que o grau de inovação das empresas está aquém das demais áreas pesquisadas, este é um grande indicativo de que a demanda da Compari Consulting é promissora, pois atuamos exatamente na consultoria estratégica para inovação através da TI, alinhando a tecnologia ao negócio e proporcionando resultados aos nossos clientes.



(Figura 4)

O grau de inovação médio das empresas avaliadas foi de 2, como a escala vai de 1 a 5, este valor corresponde ao primeiro quarto da escala, indicando que o grau de inovação ainda é incipiente. O ambiente cultural, socioeconômico e de localização pode influenciar significativamente nos resultados de inovação, como podemos ver no gráfico a seguir, são estes dados que a Compari Consulting utiliza como motivação para focar no seu público alvo e

tornar-se perene no mercado Paranaense, entregando serviços de qualidade que tragam retorno aos nossos clientes.



(Figura 5)

3.7 Análise da Concorrência

Assim como conhecemos muito bem nossa empresa, devemos conhecer nossos concorrentes, seus serviços e produtos ofertados, público alvo, posicionamento e estratégias utilizadas. Para se manter perene no mercado devemos estar sempre atentos aos demais players, monitorar suas mudanças de estratégia, sua condição financeira atual, pontos fortes e pontos fracos, para estar sempre um passo à frente.

ANÁLISE DE CONCORRENTES						
Concorrente	Público Alvo	Pontos Fortes	Pontos Fracos	Preço	Localização	Atendimento
Sofhar	Grandes e Médias empresas	Marca Inovação Treinamentos Parceria Microsoft	Atendimento Preço So atende por projeto	Alto	Ótima	Regular
Teletex	Grandes e Médias Empresas	Marca Inovação Corpo Técnico Parceria Microsoft	Preço Só atende por projeto Marketing	Alto	Regular	Bom
Winov	Pequenas e Médias Empresas	Inovação Parceria IBM	Marca Concorre com grandes playesrs Serviços IBM não estão difundidos no Brasil	Na Média de mercado	Ótima	Bom
Xtrategus	Pequenas e Médias Empresas	Inovação Parceria Microsoft	Marca Marketing Corpo técnico Atendimento	Na média de mercado	Boa	Bom
Compari Consulting	Pequenas e Médias Empresas	Inovação Corpo Técnico Parceria Microsoft	Marca Marketing	Na média de mercado	Ótima	Ótimo

(Tabela1)

4 Oferta da Empresa

4.1 Descrição detalhada

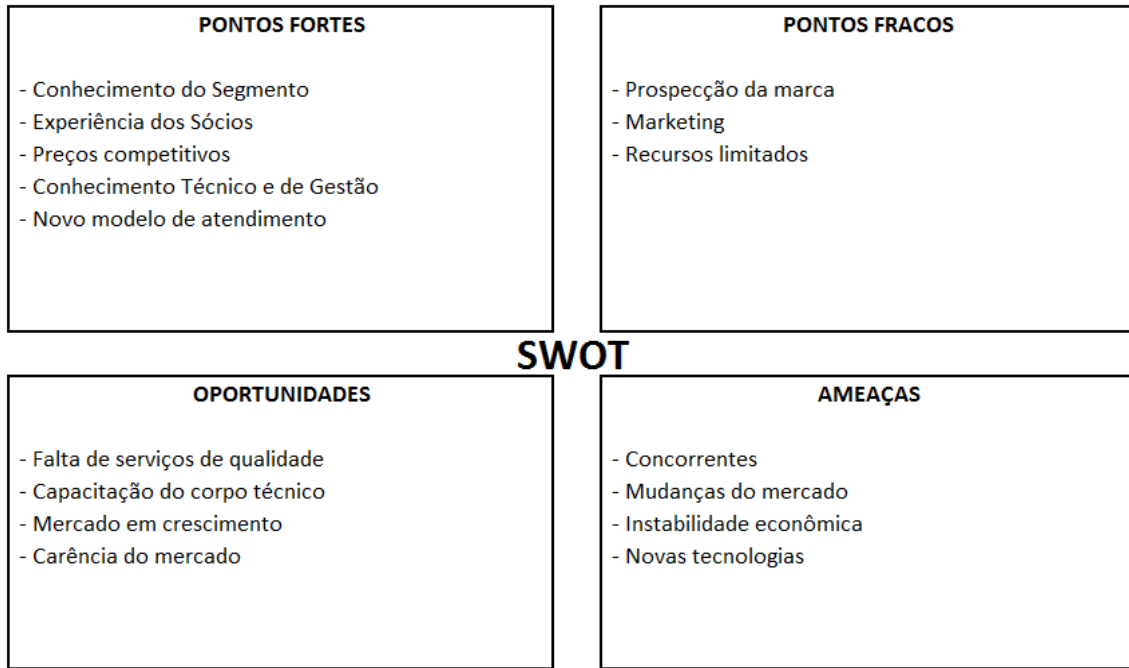
Consultoria: Governança de TI, ROI, Implantação e operação de TI em CSC, Implantação e operação de Service Desk, Processos e melhores práticas de TI, Office 365 e Sharepoint, Infraestrutura em Nuvem, Implantação de escritório de Projetos, Alinhamento da TI ao negócio.

Infraestrutura: Projeto de implantação, TI em Obras, Reestruturação, Redes, Office 365, Sharepoint, Soluções de backup, Servidores Windows, Servidores Linux.

Segurança da Informação: Palestras educativas para fornecedores, Palestras internas de multiplicação de conhecimento, Palestra de ética , conduta e compliance, Consultoria Direito digital, Código de conduta, Guia de SI, Política de SI, Segurança na comunicação (APPs e Redes Sociais), Normas de Utilização de Recursos, Contratos digitais, Comitê de Segurança da Informação, Níveis de Incidentes, Melhores práticas de comunicação, Pesquisa de aderência e maturidade, BYOD, BIG DATA, Criptografia e autenticação, Rastreabilidade.

Projetos: Implantação de Metodologia, Gestão de Projetos, Melhores Práticas, Integração Office 365 e Colaboração.

4.2 Swot



(Figura 6)

4.3 Mapa Estratégico

MAPA ESTRATÉGICO					
Financeiro					
	Reduzir custos fixos	Gerenciar ativos	Aumentar receita	Aumentar participação de mercado	
Clientes					
	Garantir Satisfação	Reter Clientes	Captar Novos	Prover rentabilidade	
Processos					
	Melhorar a integração interna	Melhorar a colaboração	Ampliar ações sustentáveis	Otimização contínua do processo de atendimento	
Aprendizado					
	Desenvolver colaboradores	Valorizar colaboradores	Modernizar infraestrutura	Participação nos lucros	

(Tabela 2)

5 Plano de Marketing

5.1 Estratégia

O objetivo do plano de marketing é demonstrar as ações da Compari Consulting para captação de novos clientes e aumento das vendas de serviços, no entanto todas as ações devem ser baseadas no estudo de mercado e na matriz SWOT, assim podemos definir corretamente como atingir nosso público alvo, como alcançar nossas metas e qual será a estratégia.

Nossa estratégia será o fortalecimento da marca através de cases de sucesso, mídias sociais e eventos. Nossa primeira ação foi desenvolver a marca, através de uma empresa especializada, assim podemos aplicar nossa identidade em toda a ação de marketing que se desenvolva. Como parte do processo, colocamos no ar nosso site www.compari.com.br, onde apresentamos a empresa e nossos serviços.

5.2 Marca

Nossa logo foi desenvolvida com o conceito de demonstrar seriedade e profissionalismo, porém com design tecnológico e moderno. As cores e fontes foram escolhidas em consenso com a agência que nos apresentou algumas opções.



(Figura 7)



(Figura 8)



(Figura 9)



(Figura 10)

5.3 Ações

Estamos desenvolvendo nosso Facebook corporativo, para prospecção de nossa empresa de nossa marca principalmente entre nossa rede de contatos, assim mostramos o que fazemos para um círculo de contatos diretos, de onde podem sair excelentes negócios. Além de colocar a Compari Consulting nas redes sociais, estamos avaliando a possibilidade de investimento no Google, uma ferramenta de prospecção que tem dado muito retorno aos seus anunciantes.

Criamos também a www.itinsight.com.br, que é uma rede de profissionais de TI que desenvolvem benchmarking para aprimorar suas atividades, sempre no intuito de compartilhar grandes ideias e demonstrar cases que realmente obtiveram sucesso através de workshops apresentados por profissionais de destaque sem o envolvimento de fornecedores. Apesar de todo o aparato tecnológico e campanhas na Internet, ainda se faz necessário no mercado atual uma boa rede de contatos, entendendo que seria interessante ao negócio da empresa, nosso diretor Ariel Ferreira da Silva assumiu no ano de 2016 a diretoria de TI da ABRH-PR, uma associação sem fins lucrativos que congrega profissionais da área de recursos humanos e gestores de pessoas desde 1966, quando foi fundada em Curitiba. A ABRH-PR há anos consecutivos vem sendo destaque na área de recursos humanos e disseminação de conhecimento e proporciona uma rede de contatos extremamente seleta a quem está envolvido em seu dia a dia. Todas estas ações descritas criam visibilidade à Compari Consulting com o objetivo de prospecção de clientes e negócios, porém devemos levar em consideração que tais ações não dependem de grandes investimentos e essa é uma ideia compartilhada pelos sócios, que pretendem fortalecer a marca de forma sustentável, sem grandes investimentos, usando o mundo digital e nossa grande rede de contatos.

6 Plano Operacional

6.1 Infraestrutura

A Compari Consulting trabalha baseada em tecnologia digital. Nosso escritório possui um link de internet principal e mais 2 links de contingência que trabalham em regime de balanceamento, para suprir com qualidade às demandas online. Temos também um plano de continuidade de serviços que contempla um escritório em local geograficamente estratégico, para possíveis problemas com infraestrutura local, mantendo os serviços totalmente à disposição dos clientes, isentando impactos ao negócio. São oferecidos aos nossos colaboradores serviços de colaboração online baseados em nuvem Microsoft, para que haja interação total e acesso globalizado aos processos corporativos.

Voltada ao mercado de serviços de TI utilizamos tecnologia própria e licenciada em parceria com a Microsoft. O processo colaborativo entre colaboradores e com os clientes é baseado em Office365, ferramenta líder de mercado no segmento.

Nossos projetos são desenvolvidos e acompanhados através de portais do Sharepoint específicos para cada cliente.

Nosso site: www.grupocompari.com.br ou www.compari.com.br

6.2 Recursos Humanos

Trabalhamos com uma política incentivadora, onde os salários e benefícios estão dentro do padrão de mercado, porém implantamos a filosofia de “síndrome de dono”, onde os colaboradores são parte real da empresa e recebem por produtividade e lucro em projetos específicos. Este modelo de gestão de RH ainda não está completamente difundido no Brasil, porém em outros países tornou-se extremamente eficaz para o crescimento das empresas, pois além de remunerar dignamente os colaboradores, mantém o clima organizacional positivo, pois gera a real possibilidade de um colaborador se tornar sócio do negócio dependendo do seu desempenho. Outro fator importante é que adotamos a política de crescimento intelectual, oferecendo treinamento constante aos colaboradores e livre participação em workshops e eventos que possam desenvolver habilidades e trazer benefícios para a empresa.

6.3 Currículo Diretores

Ariel Ferreira da Silva - Diretor

Formado em Eletrônica (UTFPR), graduado em Tecnologia em Sistemas de Informação (FAO), pós-graduado em Gestão de Negócios (FAE Business), MBA em Gestão de Negócios (FAO), MBA em Gestão Estratégica de Empresas (FGV). Possui experiência de 30 anos nas áreas de eletrônica e tecnologia da informação, atuando em empresas como Teletex, Grupo Schause e Grupo CR Almeida, nesta última atuando como CIO, atualmente é sócio-diretor da Compari Consulting, integrante ativo do Grupo de Usuários GU CIO – PR / SUCESU e Diretor de TI da ABRH-PR.

Alan Diones F. da Silva - Diretor

Graduado em Tecnologia em Sistemas de Informação (FAO), pós-graduado em Teleinformática e Redes de Computadores (UTFPR), pós-graduado em Gestão da Tecnologia da Informação (Universidade Positivo), MBA em Gestão Estratégica de Empresas (FGV), certificado internacional ITIL V3 Foundation, certificado internacional COBIT Foundation é sócio-diretor da Compari Consulting, possui vasta experiência no planejamento, gestão e implementação de Projetos de TI para empresas de diversos segmentos.

7 Plano Financeiro

O investimento inicial será feito através de capital próprio, visto que não necessitamos de grandes investimentos por se tratar de uma empresa de serviços e totalmente online. Utilizaremos as instalações e serviços de telefonia e caixa postal de um Coworking, onde teremos instalações apenas para as diretorias comercial, financeira e operacional. Nossos colaboradores e parceiros trabalharam no modelo de home office.

Investimento Inicial e Custos Fixos Compari Consulting		
Descrição	Investimento Inicial	Custo Fixo Recorrente
Instalações Coworking		R\$ 1.600,00
Desenvolvimento Sites	R\$ 3.000,00	
Office 365		R\$ 200,00
Mkt Online		R\$ 300,00
Marca	R\$ 4.000,00	
Mão de Obra (RH)		R\$ 12.000,00
Gráfica	R\$ 600,00	
Registro de Domínio / Hospedagem		R\$ 50,00
Servidores Nuvem		R\$ 350,00
Equipamentos Monitoramento Clientes	R\$ 8.000,00	
Equipamentos TI	R\$ 13.000,00	
Telefonia Móvel		R\$ 600,00
Transporte		R\$ 500,00
Total Investimento Inicial	R\$ 28.600,00	
Custo fixo Mensal		R\$ 15.600,00

(Tabela 3)

Estimativa Faturamento	
Contrato CR Almeida S/A	R\$ 14.000,00
Contrato Conspizza	R\$ 10.000,00
Contrato Global Tecnologia	R\$ 2.500,00
Contrato FC Arquitetura	R\$ 800,00
Faturamento Mensal Projetos Pontuais	R\$ 5.000,00
TOTAL MENSAL	R\$ 32.300,00
Obs. Situação atual sem prospecção de clientes	

(Tabela 4)

7.1 Análise de Viabilidade

Analisando os números atuais podemos concluir que o negócio é viável, visto que já temos uma lucratividade mensal, que pode aumentar significativamente, basta colocarmos em prática as ações de prospecção de clientes e marketing descritas anteriormente. A projeção é chegar ao faturamento mensal de R\$ 100.000,00 no término do primeiro ano, para daí em diante estudar novas formas de expansão de mercado e crescimento.

8 Conclusão

A Compari Consulting tem como premissa a utilização da tecnologia para prover retorno financeiro e competitividade aos seus clientes, vemos uma grande oportunidade de mercado, pois num mundo onde todos devem ter acesso à tecnologia, vemos pequenas e médias empresas com dificuldades na utilização estratégica da TI. Esta dificuldade descrita está relacionada a falta de conhecimento e à falta de recursos para a contratação de um colaborador estratégico de TI, e é nesse nicho de serviços que a Compari Consulting se insere, podemos oferecer estes serviços em modelo de projetos pontuais ou contratos mensais de consultoria, modelo este que torna um serviço desenvolvido por profissionais altamente gabaritados acessível.

Temos um mercado promissor, com grande carência, fato que pode nos proporcionar uma expansão rápida através de prospecção e nos projetar como pioneira neste modelo de serviço, tornando-nos perene no mercado de tecnologia.

Não serão necessários grandes investimentos, levando em consideração que somos uma empresa de prestação de serviços e que nosso modelo de trabalho visa a utilização de tecnologia online.

Diante de todos estes fatos tomamos a decisão de prosseguir com o negócio, sem desgarrar de nossas premissas, faremos da Compari Consulting referência em Tecnologia Estratégica da Informação no mercado Paranaense.

9 Referências Bibliográficas

Época Negócios. Mercado de TI Cresce 3% em 2016 no Brasil, aponta estudo da ABES e do IDC. Disponível em: <http://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2016/06/epoca-negocios-mercado-de-ti-deve-crescer-3-em-2016-no-brasil-aponta-estudo-da-abes-e-do-idc.html> . Acesso em: 20 de Julho de 2016.

WIPO. A criação de uma Marca.

Disponível em: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/sme/900/wipo_pub_900.pdf . Acesso em: 25 de julho de 2016

IT Forum 365. Disponível em: <http://www.itforum365.com.br/> . Acesso em: 25 de julho de 2016.

Administradores.com. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/> . Acesso em: 01 de agosto de 2016.

Abes Software. 2015: Um ano de Turbulências. Disponível em:

<http://central.abessoftware.com.br/Content/UploadedFiles/Arquivos/Dados%202011/ABES-Publicacao-Mercado-2016.pdf> . Acesso em: 02 de agosto de 2016

Agência de Notícias do PR: Número de empresas cresceu 12% no Paraná no ano passado. Disponível em: <http://www.aen.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=87692>. Acesso em 03 de agosto de 2016.

Portal Sebrae. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/>. Acesso em 10 de agosto de 2016.