



FUNDAÇÃO PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS – FUPAC
FACULDADE PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS DE AIMORÉS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

JONATHAN LARANJEIRA SARAIVA DA SILVA
MATHIAS COSTA DE OLIVEIRA
THIAGO LUIZ DE OLIVEIRA

PROJETO EMPRESARIAL DA MICROBYTE INFORMÁTICA

AIMORÉS

2019

JONATHAN LARANJEIRA SARAIVA DA SILVA

MATHIAS COSTA DE OLIVEIRA

THIAGO LUIZ DE OLIVEIRA

PROJETO EMPRESARIAL DA MICROBYTE INFORMÁTICA

Projeto de serviços apresentado à disciplina de projeto Empresarial do Curso de Administração da Faculdade Presidente Antônio Carlos – UNIPAC – Aimorés, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Msc. Prof. Cyntia Carreiro Boechat

AIMORÉS

2019

Jonathan Laranjeira Saraiva da Silva

Mathias Costa de Oliveira

Thiago Luiz de Oliveira

PROJETO EMPRESARIAL DA MICROBYTE INFORMÁTICA

Projeto de serviços apresentado à Faculdade Presidente Antônio Carlos de Aimorés - UNIPAC, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Administração.

Aprovado em ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Alexsandro Stein

Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC - Aimorés

Cyntia Carreiro Boechat

Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC - Aimorés

Regina Lia Poletti Sampaio Cupertino

Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC - Aimorés

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente à Deus, pois sem Ele não teríamos forças para essa longa jornada. Agradecemos aos nossos pais, que apesar das dificuldades e problemas sempre estiveram ao nosso lado nos apoiando.

À nossa Orientadora Cyntia Carreiro Boechat que nos orientou da melhor maneira possível, para que este trabalho fosse concluído. Agradecemos aos professores que estiveram durante esses quatro anos nos proporcionando conhecimento necessário para a conclusão desse Projeto Empresarial, com isso contribuíram para que tivéssemos uma boa base e que certamente sem esta não seria possível concluir o curso.

A toda equipe da FUPAC – Fundação Presidente Antônio Carlos – UNIPAC Aimorés/MG, que nos deram todo o suporte de início para o nosso conhecimento e compreensão no momento das pesquisas.

“Marketing não é um evento, mas um processo. Ele tem um começo, um meio, mas nunca um final, pois ele é um processo. Você melhora, aperfeiçoa, e até interrompe, mas nunca para o processo completamente”.

Jay Conrad Levinson

RESUMO

O presente trabalho trata-se de um projeto de serviço na empresa MicroByte Informática, localizada no município de Aimorés – MG, tendo como atividade a comercialização de produtos de informática e o serviço de assistência técnica. O objetivo desse projeto é propor a MicroByte Informática técnicas de marketing como um diferencial entre as outras empresas do mesmo ramo, buscando uma melhoria em suas vendas e maximização do seu lucro. A empresa tem como principal alvo disponibilizar prestação de serviços de informática com qualidade e buscar oferecer os melhores produtos e serviços aos clientes. A empresa atua no mercado regional onde existe concorrentes no município e em Baixo Guandu – ES. Foi identificada a necessidade de implantar novos meios de comunicação para divulgação de seus produtos e serviços nas redes sociais; oferecer uma nova linha de produtos a serem ofertados, proporcionando um aumento nas vendas; criar um sistema de fidelização na prestação de serviço, proporcionando um aumento na fidelização de clientes; capacitação de funcionário para melhor atendimento e consequentemente ter uma melhoria no pós-venda; elaboração de um novo layout externo da empresa, para buscar uma nova identidade visual; definição e implementação da missão, visão e valores, proporcionando a toda equipe os objetivos e metas da MicroByte Informática. Na presença dessas ferramentas, espera-se que a empresa maximize seus lucros e sua vantagem competitiva diante do mercado de tecnologia e assim alcance seus objetivos.

Palavras-chave: Marketing. Propaganda. Tecnologia.

ABSTRACT

The present work is a service project in the company MicroByte Informática, located in the municipality of Aimorés - MG, having as activity the commercialization of computer products and the technical assistance service. The objective of this project is to propose MicroByte Informática marketing techniques as a differential among other companies in the same branch, seeking an improvement in their sales and maximizing its profit. The company's main target is to provide quality it services and seek to offer the best products and services to customers. The company operates in the regional market where there are competitors in the municipality and in Baixo Guandu - ES. The need to implement new media to disseminate its products and services on social networks was identified; offer a new line of products to be offered, providing an increase in sales; create a loyalty system in the provision of service, providing an increase in customer loyalty; employee training for better care and consequently have an improvement in after-sales; preparation of a new external layout of the company, to seek a new visual identity; definition and implementation of the mission, vision and values, providing the entire team with the objectives and goals of MicroByte Informática. In the presence of these tools, the company is expected to maximize its profits and its competitive advantage in the face of the technology market and thus achieve its goals.

Keywords: Marketing. Advertisement. Technology.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

TABELA 01 – Análise de Concorrentes	15
TABELA 02 – Análise SWOT	16
TABELA 03 – Atividades a serem desenvolvidas	22
TABELA 04 – Metodologia utilizada na empresa	23
TABELA 05 – Equipe de trabalho	26
TABELA 06 – Cronograma das atividades	27
TABELA 07 – Orçamento para a empresa MicroByte	29
TABELA 08 – Riscos que podem comprometer o Projeto	30
TABELA 09 – População residente em Aimorés.....	33
TABELA 10 – Renda da população do município de Aimorés	34
TABELA 11 – Distribuição da educação do município de Aimorés	34
GRÁFICO 01 – Taxa da educação do município de Aimorés.....	35

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	11
2. CONTEXTUALIZAÇÃO	12
2.1. História.	12
2.2. Estrutura Empresarial do Município.	13
2.3. Dados do Empreendedor	14
2.4. Análise de Mercado.	15
2.5. Análise SWOT	16
3. PROBLEMATIZAÇÃO.	18
4. JUSTIFICATIVA	19
5. OBJETIVOS	20
5.1. Objetivo Geral.	20
5.2. Objetivos Específicos.	20
6. METAS.	21
7. ATIVIDADES	22
8. METODOLOGIA	23
9. PARCERIAS	25
10. EQUIPE DE TRABALHO	26
11. CRONOGRAMA	27
12. ORÇAMENTO	29
13. RISCOS	30
14. CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
REFERÊNCIAS.	33

ANEXOS	34
Anexo 1 – População Residente do Município de Aimorés.....	34
Anexo 2 – Renda da População do Município de Aimorés	35
Anexo 3 – Distribuição da Renda do Município de Aimorés.....	35
APÊNDICES	37
Apêndice A – Capacitação do Funcionário	37
Apêndice B – Formulário de pesquisa de satisfação do cliente	37
Apêndice C – Produtos novos de sugestão para a empresa.	38
Apêndice D – Modelo de cartão de visita.....	39
Apêndice E – Cartão digital interativo.	39
Apêndice F – Criação do perfil do Instagram.....	40
Apêndice G – Imagens utilizadas para a divulgação da empresa nas redes sociais – Facebook e o Instagram	40
Apêndice H – Modelo de cartão fidelidade.....	43
Apêndice I – Proposta de novo layout para a MicroByte Informática.	44
Apêndice J – Futura fachada da MicroByte Informática.	45
Apêndice K – Missão, visão e valores da MicroByte Informática.....	46
Apêndice L – Apresentação da missão, visão e valores no ambiente da MicroByte Informática.....	47

1. APRESENTAÇÃO

O presente projeto empresarial tem como propósito implantar ferramentas de marketing para a melhoria da gestão da empresa MicroByte Informática, inscrita no CNPJ nº 05.726.912/0001-69, localizada na Avenida Raul Soares, nº 863, centro, na cidade de Aimorés no estado de Minas Gerais. A empresa atua no ramo de assistência técnica e venda de equipamentos de informática.

A MicroByte Informática tem a missão de recepcionar as pessoas que necessitam de serviço de equipamentos de informática a preços atrativos, dessa maneira a empresa vem para o mercado de informática oferecer inúmeros tipos de produtos como: notebook, netbook, luva para notebook e dentre outros.

A empresa comercializa produtos de informática, além de adquirir peças, montar e vender os computadores. O estabelecimento conta com bons profissionais e oferece garantia e assistência técnica para os computadores montados e vendidos. A necessidade de mudanças nas estratégias e técnicas utilizadas pelas empresas para alcançar da melhor forma possível os clientes, faz com que a empresas estejam em constante atualização dos métodos e ferramentas usadas em seus processos.

A ferramenta de marketing na MicroByte ajudará em uma maior visibilidade da empresa aos olhos dos clientes, além do estreitamento da relação fornecedor-consumidor através da melhoria no pós-venda, onde o funcionário estará habilitado a fazer um atendimento que esteja dentro dos princípios da empresa e que satisfaça seus clientes. Pode-se verificar através do fato dos clientes utilizarem-se da rede social Facebook para sanar suas dúvidas sobre a utilização dos produtos e problemas que os mesmos apresentarem.

Com a constantes mudanças nas tecnologias em informática, se faz necessário um método para elaborar um planejamento estratégico e conseqüentemente servir de base na elaboração dos objetivos e metas da empresa; atualizar o portfólio de produtos oferecidos, tendo a visão de que produtos hoje desejados pelos consumidores podem amanhã não serem mais o anseio dos mesmos, pois outros produtos mais avançados surgiram. Na tentativa de alavancar as vendas da MicroByte, percebe-se a necessidade da criação de ferramentas de promoções para fidelizar clientes e acréscimos de produtos que sejam mais visados pelos mesmos.

As ferramentas de marketing sugeridas irão ter um diferencial entre os concorrentes, pois muitas empresas atualmente investem a fundo num marketing de ótima qualidade. Também esperamos que após o término da implantação do projeto de serviço, o empresário possa fazer grande uso das idéias de marketing implementadas.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

2.1. História

A empresa MicroByte Informática iniciou suas atividades em julho de 2003 pelo empresário Fábio Tavares Alves, com o intuito de montar seu próprio negócio. Obteve experiência profissional em escritório de contabilidade e também possuía uma escola de curso de informática e computação.

Muito interessado em assuntos de tecnologia, resolveu criar a MicroByte, com o intuito de participar de um mercado cujo o crescimento encontrava-se em expansão no Brasil. Seu principal alvo é disponibilizar prestação de serviços de informática com qualidade, através de soluções eficazes e criativas, e, buscar oferecer os melhores produtos e serviços aos clientes auxiliando-os na conquista de seus objetivos, para isso comprometendo-se a oferecer benefícios aos consumidores, como:

- ✓ Fornecer aos clientes produtos com variedade de marcas que realmente satisfazem suas necessidades;
- ✓ Qualidade no atendimento;
- ✓ Transmitir credibilidade e confiança para os consumidores através de produtos de qualidade;
- ✓ Atendimento rápido e eficaz para o cliente receber um bom serviço com conforto e cortesia;
- ✓ Preços acessíveis: venda de produtos com preço de mercado, acessível a qualquer pessoal.

2.2. Estrutura empresarial do município

A empresa MicroByte está situada no município de Aimorés, situado na região Leste do estado de Minas Gerais, na macrorregião Vale do Rio Doce, com uma população total de 25.193, conforme dados do IBGE no ano de 2018. O salário médio mensal era de 1.7 salários mínimos.

A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 12.6%. Com relação à economia do município de Aimorés, o PIB per capita do município era de R\$ 15.959,36. Em 2015, o percentual das receitas oriundas de fontes externas do município obteve 68,7%.

O município de Aimorés conta com duas entidades de apoio para as empresas, sendo elas: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), uma entidade que apoia o desenvolvimento e a competitividade das micro e pequenas empresa; e a Câmara de Dirigentes Lojistas - CDL, também denominada Associação Comercial, uma entidade a disposição de defender os interesses dos comerciantes e lojistas da cidade em suas atividades.

2.3. Dados do Empreendedor

Seu proprietário, Sr. Fábio Tavares Alves, nasceu no município de Aimorés, obteve uma formação técnica em contabilidade, científico e magistério. Não conseguiu concluir o ensino superior em Administração de Empresas. Participou de cursos do SEBRAE e outros órgãos voltados a gestão de pessoas, gerenciamento de empresas e plano de negócios.

Com o perfil empreendedor, Fábio tem buscado o aperfeiçoamento dos serviços prestados e na aquisição de produtos de qualidade para oferecer aos seus clientes, investir em inovações e outros meios para manter a sobrevivência da organização no mercado de tecnologia, o qual sofre modificações constantemente.

Uma outra característica do empreendedor, é seu constante interesse por conhecimento e aprendizado de novos métodos para melhorar a qualidade de seus produtos e serviços, aumentando o seu portfólio para atender melhor um mercado a cada dia mais exigente e dinâmico.

2.4. Análise de mercado

Em todo segmento em fase de ampliação, há de se preocupar com sua concorrência, o que acontece no setor de vendas de computadores, onde há um avanço no crescimento de empresas ofertando estes serviços. Os concorrentes são sem dúvida muito importantes para a organização, dando a oportunidade de escolha aos clientes sobre qual estabelecimento realizar a compra, e com isso o empreendimento poderá se destacar devido a alguns fatores fundamentais para ser líder no mercado que atua e atender as expectativas dos clientes.

Como principais concorrentes dentro do mercado de atuação, a MicroByte possui a Delta Informática e Expresso Cartucho como concorrentes diretos. Já como concorrentes indiretos, pode-se citar as lojas de eletrônicos, tais como: Eletrozema, Sipolatti, entre outras.

Tabela 1 – Análise de concorrentes

Fatores Críticos de Sucesso	Empresa	Concorrentes	
	Microbyte	Concorrente A	Concorrente B
Credibilidade	5	4	3
Preço	5	4	4
Condições de pagamento	4	4	4
Localização	3	5	4
Atendimento prestado	5	5	4
TOTAL (M=[a+b]/n)	4,4	4,4	3,8

Fonte: Dados da Pesquisa

Pontuação de 1 a 5 onde: 1 – Péssimo; 2 – Regular; 3 – Bom; 4 – Muito bom; 5 – ótimo

A MicroByte Informática possui fornecedores, sendo eles: Aldo Componentes Eletrônicos; Martins Atacadista; Hayamax Distribuidor. A MicroByte tem um público-alvo de pessoas com idade entre 16 e 55 anos, homens e mulheres, de classe social baixa e média, tantos moradores urbanos quanto rurais.

2.5. Análise SWOT

Através da análise SWOT apontam-se as características da MicroByte Informática propondo que em um primeiro momento se avalie a empresa em relação aos pontos fortes e fracos (análise interna) e suas oportunidades e ameaças ambientais (análise externa).

Tabela 1 – Análise de SWOT

<p style="text-align: center;">Forças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualidade no atendimento; • Preços acessíveis; • Condições de pagamento; • Produtos atualizados de acordo com o avanço da tecnologia. 	<p style="text-align: center;">Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausência de mão-de-obra qualificada no mercado; • A localização; • Layout externo com muitas informações e confusa para o cliente.
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilização da internet como ferramenta de divulgação dos produtos e serviços oferecidos; • Investimento em serviços gráficos. 	<p style="text-align: center;">Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrada de novos concorrentes; • Entrada de novas tecnologias no mercado; • Informatização e automatização de processos; • Desemprego.

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

As forças da empresa MicroByte são a qualidade no atendimento por oferecer sempre o melhor em qualidade e pronto atendimento, trazendo resultado positivo aos seus clientes. A empresa precisa vender seus produtos no preço de mercado, portanto acessível a qualquer pessoa e dentro das condições de pagamentos que seus clientes podem oferecer. Devido ao avanço da tecnologia a MicroByte tem os melhores e atualizados produtos.

As fraquezas da MicroByte são a ausência de mão-de-obra qualificada no mercado, devido não encontrar mão-de-obra qualificada. O obstáculo está em encontrar profissionais favoráveis ao perfil do quadro funcional atual. A localização é considerada uma fraqueza por se localizar na avenida principal da cidade e não ter estabelecimentos comerciais próximo a

empresa (exemplo: bancos, lojas, mercados, lanchonetes, etc.). O layout externo da MicroByte possui muita informação onde a visibilidade se torna confusa para o cliente.

As oportunidades que MicroByte oferece são a utilização da internet para divulgação de seus produtos, serviços e também a impressão gráfica, que são serviços procurados pelos seus clientes.

As ameaças são determinadas pela entrada de novos concorrentes usando seus preços para captar clientes, entrada de novas tecnologias pois devido o município obter áreas rurais e a população não poder se atualizar, a migração de seus usuários irem à procura de dispositivos informatizados e o desemprego que assola e que vêm surgindo no dia a dia da população.

3. PROBLEMATIZAÇÃO

Por meio de visitas realizadas na MicroByte identificou-se que os principais pontos que devem ser melhorados são: implantar novos meios de comunicação, aprimorar seu atendimento pós-venda, aumentar seu portfólios de produtos e serviços oferecidos, modernizar o layout externo da empresa e exibir a missão, visão e valores na MicroByte Informática.

Observando a forma como a empresa trabalha atualmente, foi identificada a necessidade de se aprimorar as estratégias de marketing, visto que esta ferramenta não está sendo trabalhada de forma eficiente. Nesse sentido, Neves e Castro (2003, p.41) ressaltam que a importância do marketing no lançamento de novos produtos é grande. Primeiramente por saber o que os consumidores estão desejando, para que os produtos já nasçam com grande chance de sucesso.

A empresa analisada trabalha com a venda e prestação de serviços voltados à área de informática, dessa forma, se faz necessário o aumento da divulgação dos produtos e serviços oferecidos, trazendo maior visibilidade da empresa para os consumidores e clientes.

Outro ponto verificado é o fato dos clientes utilizarem-se da rede social Facebook para sanar suas dúvidas sobre a utilização dos produtos e problemas que os mesmos apresentam. Assim, pode-se buscar a melhoria na utilização dessa plataforma para o pós-venda, aumentando o estreitamento da relação fornecedor-consumidor e conseqüentemente, aumentar o nível de satisfação dos mesmos, onde o funcionário estará habilitado a fazer um atendimento que seja favorável para a empresa e o cliente. O layout externo da MicroByte Informática utiliza muita informação que não demonstra para o cliente que a mesma está em total atualizada com a tecnologia. A MicroByte não detém dos princípios fundamentais que norteiam uma organização onde indica a forma como a empresa quer se posicionar no mundo e ser reconhecida por seus clientes, colaboradores e parceiros pois são um conjunto de idéias que ajudam a definir as estratégias de uma empresa para que seus objetivos sejam alcançados.

Com as constantes mudanças no setor de tecnologia em informática, faz-se necessário um método para elaborar um planejamento estratégico e conseqüentemente servir de base na elaboração dos objetivos e metas da empresa; atualizar o portfólio de produtos oferecidos, tendo em vista que os produtos hoje desejados pelos consumidores podem amanhã não serem mais o anseio dos mesmos, pois outros produtos mais avançados surgirão e na tentativa de alavancar as vendas da empresa, percebe-se a necessidade da criação de ferramentas de promoções para fidelizar clientes e acréscimos de produtos que sejam mais visados pelos mesmos.

4. JUSTIFICATIVA

A empresa MicroByte Informática mesmo estando localizada em um ponto não favorável ao grande fluxo de pessoas, oferece produtos relacionados a tecnologia que são de extrema importância, com isso a empresa se mostra uma grande concorrente nesse ramo de negócio, oferecendo os mais importantes e inovadores produtos de tecnologia.

As organizações para se manterem no mercado nos dias atuais, devem aplicar boas práticas de implementação de estratégias voltadas para o marketing, não só na comunicação como também nos meios sociais. O ato de investir em boas idéias de melhoria e atender as exigências e expectativas que o mercado demonstra, tem exigido muito dos empreendedores e empresários e com isso torna-se o mercado cada vez mais competitivo.

Tendo em vista a dificuldade da empresa MicroByte Informática em se destacar entre os seus concorrentes, observou-se a necessidade de trabalhar na área de marketing da empresa, buscando levar para todos os clientes credibilidade e confiança, com intuito de mostrar que ela é a melhor opção, além de ser referência em preços, qualidade e atendimento, dessa forma destacando-se no mercado.

O conceito de marketing é definido por Kotler (2000) como um método social onde indivíduos obtêm aquilo que necessitam na qual desejam criar, ofertar e negociar produtos e serviços com consumidores e clientes.

Churchill e Peter (2005) enfatizam que o composto de marketing é uma mistura de técnicas e ferramentas estratégicas utilizadas para criar valor para os clientes e atingir os objetivos da organização. Colaborando com Churchill e Peter (2005), Kotler (2003) descreve o mix de marketing como o conjunto de ferramentas que estão à disposição da gerência para influenciar nas vendas. Seu tradicional modelo é conhecido como os 4 P's: produto, preço, ponto e promoção (product, price, place, promotion).

Observando os problemas encontrados, o enfoque a ser utilizado será o trabalho na promoção, com a função de dar maior visibilidade da empresa aos clientes, apresentando a mesma como a melhor opção para a aquisição de produtos e serviços voltados à área de tecnologia e informática.

Com a execução das ferramentas de marketing aqui propostas, calcula-se um aumento significativo de clientes para a MicroByte, fazendo-a ser diferente das outras empresas do mesmo ramo de produtos de informática, com preços atrativos e seus produtos sendo cada vez mais divulgados, desta forma gera-se um aumento na eficiência e no atendimento, sanando as necessidades de seus clientes.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo geral

Propor a MicroByte Informática técnicas de marketing como um diferencial entre as outras empresas do mesmo ramo, buscando uma melhoria em suas vendas e maximização do seu lucro.

5.2. Objetivos específicos

- Capacitação dos colaboradores;
- Estabelecer método para o cliente expor suas opiniões;
- Oferecer uma nova linha de produtos e serviços ofertados;
- Implementar e melhorar os meios de comunicação;
- Criar um sistema de fidelidade na prestação de serviço para seus clientes;
- Elaborar um novo layout externo da loja;
- Definir missão, visão e valores da MicroByte Informática.

6. METAS

- Implementar um modelo de formulário de pesquisa de satisfação do cliente até novembro de 2019;
- Aumentar o mix de novos produtos e serviços, até novembro de 2019;
- Criar o perfil do Instagram, em outubro de 2019;
- Elaborar e implementar um sistema de fidelidade, até setembro de 2019;
- Criar e propor um novo layout para a loja, até outubro de 2019;
- Criar e exibir a missão, visão e valores no ambiente da loja, até novembro de 2019.

7. ATIVIDADES

Tabela 03 – Atividades a serem desenvolvidas

ITEM	DESCRIÇÃO
01	Visita de reconhecimento da empresa;
02	Autorização da empresa com documentação;
03	Apresentação da proposta do projeto empresarial;
04	Fazer um levantamento dos problemas da MicroByte Informática;
05	Capacitar o funcionário;
06	Elaborar um formulário de pesquisa de satisfação do cliente;
07	Fazer levantamento de novos produtos para serem ofertados na loja;
08	Criar um novo modelo de cartão de visita e cartão digital interativo;
09	Criação de perfil no Instagram;
10	Atualizar o Facebook;
11	Criar meios de fidelização de clientes;
12	Implantar um programa de fidelização por meio do cartão fidelidade, conforme a quantidade de produto ou serviço prestado;
13	Propor uma renovação no layout da loja;
14	Definir missão, visão e valores da MicroByte Informática;
15	Anexar a missão, visão e valores no ambiente interno da loja;
16	Checar todas as atividades elaboradas e correções onde forem necessárias;
17	Avaliação de mudanças, observando se os objetivos iniciais foram alcançados;
18	Conclusão do projeto empresarial.

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

8. METODOLOGIA

Tabela 04 – Metodologia utilizada na empresa.

Item	Descrição	Metodologia
01	Visita de reconhecimento da empresa.	Visita ao empresário da loja para obter maiores informações da empresa, março de 2019.
02	Autorização da empresa com documentação.	Aplicação de uma entrevista verbal e entrega da carta de aceite para o desenvolvimento do projeto, com o objetivo de obter maiores respostas para a implementação do projeto empresarial, em março de 2019.
03	Apresentação da proposta do projeto empresarial.	Apresentou-se a importância do projeto empresarial e os benefícios resultantes do mesmo e assim dar início na execução do projeto feito pelos alunos da UNIPAC e a empresa, em abril 2019.
04	Fazer um levantamento dos problemas da MicroByte Informática.	Em meio as visitas foram identificados os principais problemas e as soluções para seus respectivos problemas, por meio de diversas ferramentas práticas, em abril de 2019.
05	Capacitar o funcionário.	Capacitação dos funcionários com curso voltado para a capacitação de atendimento ao cliente, em setembro de 2019.
06	Elaborar um formulário de pesquisa de satisfação do cliente.	Implementar um modelo de formulário para que o empresário possa ter a opinião de seus clientes quanto aos serviços e produtos ofertados e também saber qual a opinião deles em relação ao ambiente da loja, em setembro de 2019.
07	Fazer um levantamento de novos produtos para serem ofertados na loja.	Pesquisar novos produtos para ser um possível diferencial da concorrência, em setembro de 2019.
08	Criar um modelo de cartão de visita e cartão digital interativo.	Implementar cartões com um novo visual e design da empresa demonstrando os valores da empresa para os clientes, em outubro de 2019.
09	Criação de perfil no Instagram.	Criar perfil em redes sociais para adquirir novos clientes, e também divulgar novos produtos e promoções, sendo atualizado semanalmente, em outubro de 2019.

10	Atualização do Facebook.	Atualização com fotos e informações sobre a empresa quanto aos seus produtos e serviços, em outubro de 2019.
11	Criar meios de fidelização de clientes.	Por meio de pesquisas, escolher qual o meio de fidelidade da empresa com o cliente e qual o melhor se adequada, em outubro de 2019.
12	Implantar um programa de fidelização por meio do cartão fidelidade, conforme a quantidade de produto ou serviço prestado.	Informar aos clientes sobre o meio de fidelidade estipulado pela empresa, quando o cliente alcançar uma quantidade de produto ou serviço decidido pela empresa, ele ganhará um brinde, em outubro de 2019.
13	Propor uma renovação no layout da loja.	Apresentar uma nova identidade visual à empresa, dando assim maior credibilidade e confiança ao cliente, em outubro de 2019.
14	Definir missão, visão e valores.	Elaborar uma marca para que o empresário e os funcionários saibam dos objetivos e metas da MicroByte Informática e que eles estejam sempre motivados ao exercício da profissão, em novembro de 2019.
15	Anexar a missão, visão e valores no ambiente interno da loja.	Instalar em forma de quadro para que os clientes e colaboradores possam saber onde a MicroByte Informática quer estar no futuro, em novembro de 2019.
16	Controle de todas as atividades elaboradas e correções onde forem necessárias,	Realizar um levantamento das atividades propostas para corrigir possíveis erros, em novembro de 2019.
17	Avaliação de mudanças, observando se os objetivos iniciais foram alcançados.	Comparar se as vendas obtiveram mudanças após implementação dos objetivos e metas traçados inicialmente, em novembro de 2019.
18	Conclusão do projeto empresarial.	Apresentação do projeto empresarial, em dezembro de 2019.

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

9. PARCERIAS

Este projeto de serviço foi realizado através da parceria com a Faculdade Presidente Antônio Carlos de Aimorés – UNIPAC por meio de seus alunos do curso de Administração.

10.EQUIPE DE TRABALHO

Tabela 05 – Equipe de Trabalho

Nome	Função no Projeto	Profissão ou Ocupação	Grau de Escolaridade	Condição de Trabalho	
				Voluntário	Remuneração
Jonathan Laranjeira S. da Silva	Analista	Estagiário	Cursando superior	Sim	Não
Mathias Costa de Oliveira	Analista	Caixa	Cursando superior	Sim	Não
Thiago Luiz de Oliveira	Analista	Atendente administrativo	Cursando superior	Sim	Não

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

11. CRONOGRAMA

Tabela 06 – Cronograma das atividades

Item	Descrição das atividades	2019											
		F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
01	Visita de reconhecimento da empresa.		■										
02	Autorização da empresa com documentação.		■										
03	Apresentação da proposta do projeto empresarial.		■	■	■								
04	Fazer um levantamento dos problemas da empresa.			■	■								
05	Capacitar o funcionário.			■	■	■	■	■	■				
06	Elaborar um formulário para pesquisa e satisfação do cliente.								■				
07	Fazer um levantamento de novos produtos para serem ofertados na loja.								■				
08	Criar um novo modelo de cartão de visita e cartão digital interativo.								■				
09	Criação de perfil no Instagram.								■	■			
10	Atualizar o Facebook.									■			
11	Criar meios de fidelização de clientes.									■			
12	Implantar um programa de fidelização por meio de cartão de fidelidade, conforme a quantidade de produtos ou serviço prestado.									■			
13	Propor uma renovação no layout da loja.									■	■		
14	Definir a missão, visão e valores da MicroByte Informática.										■		
15	Anexar a missão, visão e valores no ambiente da loja.										■		
16	Checar todas as atividades elaboradas e correções onde forem necessárias.										■		
17	Avaliação de mudanças, observando se os objetivos iniciais foram alcançados.										■		
18	Conclusão do projeto empresarial.										■	■	■

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

12. ORÇAMENTO

Tabela 07 – Orçamento propostos para a empresa MicroByte Informática.

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unit.	Valor Total
Formulário de pesquisa de satisfação dos clientes	Folhas impressas	100	R\$ 0,30	R\$ 30,00
Capacitação do funcionário	Curso de atendimento ao público	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Artes	Criação e elaboração das artes	12	40,00	R\$ 480,00
	Cartão de visita digital	01	R\$ 40,00	R\$ 40,00
	Impressão de cartões de visita	50	R\$ 0,50	R\$ 25,00
	Impressão dos cartões fidelidade	50	R\$ 0,50	R\$ 25,00
	Revelação da missão, visão e valores da MicroByte Informática	03	R\$ 15,00	R\$ 45,00
	Molduras de quadro	03	R\$ 23,00	R\$ 69,00
Produtos novos sugeridos para a empresa	Case p/ HD Sata Notebook	15	R\$ 12,90	R\$ 193,50
	Caixa de som JBS	5	R\$ 360,05	R\$ 1.800,25
	Kit leitor cartão/ pendrive/ usb	15	R\$ 25,56	R\$ 383,40
	Câmera de segurança wireless	10	R\$ 72,00	R\$ 720,00
	TV Box – transforma TV em Smart	12	R\$ 115,00	R\$ 1.380,00
	Kit mouse e teclado s/ fio	10	R\$ 50,38	R\$ 503,80
Total				R\$ 5.844,95

Fonte: Elaborado pelos autores.

13.RISCOS

Tabela 08 – Riscos que podem comprometer o Projeto

Riscos	Estratégia para aprimorar
Resistência do empresário em aplicar as mudanças propostas.	Ressaltar os benefícios que a execução do projeto pode trazer ao negócio.
Novas mudanças na tecnologia.	Se atualizar de acordo com essas mudanças.
Possíveis atrasos no cumprimento do cronograma.	Definição clara das atividades e o tempo alocado para cada uma.

Fonte: Elaborado pelos autores.

14. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da aplicação das medidas propostas neste trabalho, verificou-se uma melhoria considerável no pós-venda, visto que a voz dos clientes passou a ser ouvida de uma forma mais clara e específica, sendo que o atendimento as suas individualidades se transformaram em um diferencial para eles.

O plano para aquisição de novos produtos causará um impacto positivo, já que os novos produtos serão adquiridos mediante análise feita a respeito do que os consumidores mais procuram na loja. Formalizou-se uma lista de produtos mais desejados e procurados, o que contribui na escolha de quais acréscimos serão feitos junto ao portfólio da empresa.

Indicado que os colaboradores efetuem no mínimo a cada trimestre, cursos de aperfeiçoamento no atendimento ao público. Efetuamos acompanhamento de um dos cursos indicados, o qual fora efetuado pelo colaborador Nikison, curso este de Atendimento ao Público, elaborado pela Escola Virtual Bradesco.

A criação de mais um perfil nas redes sociais (Instagram) trouxe mais visibilidade para a empresa, tendo em vista que a maioria dos clientes em potencial e dos clientes já fidelizados possuem perfis nas mesmas. Com a globalização e estreitamento das distâncias por meio da tecnologia, percebe-se a necessidade de inclusão no ambiente virtual. A divulgação de produtos e serviços nas mídias digitais, ajuda na visibilidade da MicroByte Informática perante seu público-alvo, além de trazer mais praticidade para os clientes sanarem dúvidas, solicitarem orçamento ou informações a respeito dos serviços oferecidos.

Proposto e aplicado a fixação de quadros contendo a missão, visão e valores elaborados. Dessa forma, o empresário, os colaboradores e clientes sempre terão ciência sobre quais parâmetros poderão usar como estratégia e maneira de trabalhar.

Cartão fidelidade foi implantado na empresa como uma forma de estabelecer cada vez mais a manutenção dos clientes já fidelizados e introduzir novos clientes a fidelização com ela, oferecendo serviços e produtos sem ônus após um número determinados de compra e/ou serviços solicitados.

Já o cartão digital criado é um novo meio de divulgação da loja, contendo as principais informações do estabelecimento, tais como, endereço, telefone para contato, e-mail, tudo de forma virtual, facilitando ainda mais para o consumidor o acesso às informações para contato.

Por fim, falando da relação da empresa-cliente, com a aplicações dos formulários de satisfação do cliente, a visibilidade que a empresa possui dos clientes modificou-se, visto que

as opiniões e sugestões dos consumidores com relação ao serviço prestado e dos produtos vendidos ficou mais clara e, dessa forma, pode-se procurar melhorias e modificação em procedimentos para que o atendimento seja cada vez mais rápido e eficiente.

REFERÊNCIAS

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para os clientes.** Tradução da 2a. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

<https://www.facebook.com/business>. Acessado em 28 de abril de 2019.

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

_____. **Marketing de A à Z: 80 conceitos que todo profissional precisa saber.** Rio de Janeiro: Campus, 2003.

OLIVEIRA, Rosy Mara; PEREIRA, Dirlihê Maria Lima. **Manual para a apresentação de trabalhos de conclusão de cursos – TCC.** Fundação Presidente Antônio Carlos – FUPAC – Aimorés, Rede de bibliotecas, 6ª ed. – Revista e Atualizada. Barbacena, 2019.

NEVES, M. F.; CASTRO, L. T. **Marketing e estratégia em agronegócios e alimentos.** São Paulo: Atlas S.A./ PENSA, 2003.

POLACINSKI et al. **Implantação dos 5Ss e proposição de um SGQ para uma indústria de erva-mate.** 2012 - Disponível em:

<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CC0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.admpg.com.br%2F2012%2Fdown.php%3Fid%3D3037%26q%3D1&ei=afbIUKvPKrLO0QHol4HYBA&usg=AFQjCNG_xK4MiwXLH-05YB4kSXIApwYP1g>. 2012.

SEBRAE. Ferramenta 5W2H. Disponível em:

<http://www.trema.gov.br/qualidade/cursos/5w_2h.pdf>. 2008.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do Marketing Digital: Tudo que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar.** São Paulo. Editora Novatec. 2009.