

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ  
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE ELETRÔNICA  
CURSO DE ESPECIALIZACAO MBA GESTÃO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E  
COMUNICAÇÃO

EDUARDO LUIZ KLASS

A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COMO SUPORTE A PEQUENO  
EMPREENDEDOR – ESTUDO DE CASO.

MONOGRAFIA DE ESPECIALIZAÇÃO

CURITIBA  
2016

EDUARDO LUIZ KLASS

A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COMO SUPORTE A PEQUENO  
EMPREENDEDOR – ESTUDO DE CASO.

Monografia do Curso de Especialização em Gestão da Tecnologia da Informação e Comunicação, do Departamento de Eletrônica da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista.

Orientador: Msc. Alexandre Miziara.

CURITIBA  
2016

EDUARDO LUIZ KLASS

## A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COMO SUPORTE A PEQUENO EMPREENDEDOR - ESTUDO DE CASO

Este trabalho de conclusão de curso foi apresentado no dia 09 de Março de 2016, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão da Tecnologia da Informação e Comunicação, expedida pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O aluno foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

---

Prof. Msc. Alexandre Jorge Miziara  
Coordenador de Curso  
Departamento Eletrônica

### **BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Msc. Alexandre Jorge Miziara  
UTFPR

---

Prof. Dr. Alexandre Graeml  
UTFPR

---

Prof. Msc. Alexandre Jorge Miziara  
Orientador - UTFPR

Curitiba, 09 de Março de 2016.

## **AGRADECIMENTO(S)**

Primeiramente a Deus por ter me dado à oportunidade de concluir mais esta etapa de minha vida.

Quero agradecer aos meus pais, Eva e Evaldo pelos conselhos e incentivos.

Também gostaria de fazer um agradecimento especial a minha noiva Nicolý pela compreensão e apoio incondicional.

Por fim, deixar um agradecimento á todas aquelas pessoas não mencionadas mais que me deram força de alguma maneira para conduzir este trabalho de conclusão.

"Minha grande preocupação não é se Deus está a nosso lado;  
minha preocupação é estar ao lado de Deus."

Abraham Lincoln.

## RESUMO

KLASS, Eduardo. **A Tecnologia da Informação como suporte ao pequeno empreendedor**. Curitiba: UTFPR, 2015. NÚMERO\_DE\_FOLHAS (SEM CONTAR A CAPA) f. Trabalho de Conclusão do Curso de Especialização (MBA Gestão da Tecnologia da Informação e Comunicação), Departamento Acadêmico de Eletrônica, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2015.

O presente trabalho apresenta um estudo de caso sobre a aplicação de um sistema de gerenciamento em uma empresa de informática localizada em Curitiba, PR. O objetivo da solução é oferecer subsídios para o gerenciamento da empresa ajudando o pequeno empreendedor no melhor controle e organização de registro de serviços e clientes. A motivação inicial para a proposta vem da percepção detectada pelo Autor que é proprietário da empresa de informática há oito anos, onde através do conhecimento adquirido em sua graduação e especialização, criou um software de gestão onde conseguiu gerenciar sua empresa que estava com sua principal fonte de renda comprometida pela não utilização da tecnologia. Este trabalho utiliza o modelo de boas praticas do SEBRAE como base de análise. Inicialmente é feito um levantamento histórico do pequeno empreendedor e depois feito um comparativo com as boas praticas do SEBRAE posteriormente levantado às tecnologias necessárias para o desenvolvimento e compreensão do sistema.

Desta forma, buscou-se que o trabalho possa servir de referência para pequenos empreendedores, bem como para solução de problemas encontrados durante o desenvolvimento e aplicação de um sistema de gerenciamento. O trabalho é então finalizado com as respostas aos objetivos propostos: se foram ou não atingidos, por que isto ocorreu e como foi alcançado.

**Palavras chave:** Empreendedor. Sistema de gerenciamento. Micro Pequeno empresa.

## ABSTRACT

KLASS, Eduardo. Information technology as a support to the small entrepreneur. Curitiba: UTFPR, 2015. NÚMERO\_DE\_FOLHAS (SEM TELL CAPA) f. Completion of course work (MBA Management of Information and Communication Technology), Department of Academic Computing, Technological University Federal of Parana. Curitiba, 2015.

This paper presents a case study on the implementation of a management system for a computer company located in Curitiba, PR. The goal of the solution is to provide subsidies for the management of the company helping small entrepreneurs in better control and services and customer registration organization. The initial motivation for the proposal comes from the perception detected by the Author that is computer business owner for eight years, where through the knowledge acquired in their undergraduate and expertise, created a management software where you could run your business that was their main source income not compromised by use of technology. This work uses the model of good practice SEBRAE as a basis for analysis. Initially it made a historical survey of the small entrepreneur and then made a comparison with the good practices SEBRAE later raised the technologies necessary for the development and understanding of the system. Thus, it sought that work can serve as a reference for small entrepreneurs as well as to solve problems encountered during the development and implementation of a management system. The work is then completed with the responses to the proposed objectives: whether or not reached, why this happened and how it was achieved.

**Keywords:** Entrepreneur. Management System. Micro Small company.

## ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Tela inicial .....	41
Figura 2 - Tela de cadastro de clientes .....	41
Figura 3 - Tela de consulta e edição dos clientes. ....	42
Figura 4 - Tela de contato. ....	42



## CONTEÚDO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
<b>2 formulação de problema de pesquisa</b> .....	<b>12</b>
2.1 OBJETIVOS .....	12
2.1.1 OBJETIVO GERAL.....	12
2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	12
2.2 DELIMITAÇÃO DE PESQUISA.....	13
<b>3 Refencial teórico.</b> .....	<b>14</b>
<b>4 Pequenas empresas no brasil</b> .....	<b>15</b>
4.1 UM BREVE HISTÓRICO DE PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL .....	15
4.2 O PERFIL DE PEQUENOS EMPREENDEDORES .....	15
4.3 APLICAÇÃO DA TI. NAS PEQUENAS EMPRESAS.....	15
4.4 UTILIZAÇÃO DOS SOFTWARES LIVRES EM PEQUENAS EMPRESAS	16
<b>5 Como MONTAR UMA LOJA DE INFORMÁTICA - sebrae</b> .....	<b>17</b>
5.1 MERCADO .....	17
5.2 LOCALIZAÇÃO .....	18
5.3 EXGÊNCIAS LEGAIS E ESPECÍFICAS.....	21
5.4 ESTRUTURA .....	25
5.5 PESSOAL.....	27
5.6 EQUIPAMENTOS .....	28
5.7 MATÉRIA PRIMA/MERCADORIA.....	30
5.8 ORGANIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO .....	32
5.9 AUTOMAÇÃO E CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO .....	33
<b>6 LEVANTAMENTO DE DADOS</b> .....	<b>34</b>
6.1 MERCADO .....	34
6.2 LOCALIZAÇÃO .....	34
6.3 EXGÊNCIAS LEGAIS E ESPECÍFICAS.....	35
6.4 ESTRUTURA .....	35
6.5 PESSOAL.....	35
6.6 EQUIPAMENTOS .....	36
6.7 MATÉRIA PRIMA/MERCADORIA.....	37
6.8 ORGANIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO .....	37
6.9 AUTOMAÇÃO E CANAIS DE DISTRIBUCÃO .....	38
<b>7 TECNOLOGIAS UTILIZADAS NO SISTEMA</b> .....	<b>39</b>
<b>8 APRESENTAÇÃO DO SISTEMA</b> .....	<b>41</b>
<b>9 RESULTADOS OBTIDOS</b> .....	<b>43</b>
<b>10 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>44</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>45</b>

## 1 INTRODUÇÃO

No Brasil, pequenos empreendedores são uma realidade que vem ganhando espaço com os incentivos do governo, que disponibiliza através de projetos como Microempreendedor Individual.

Segundo Koteski (2004), enfatiza que um dos principais pilares da economia brasileira são micros pequenas empresas, gerando empregos em diversas regiões do Brasil. O SEBRAE através de estatísticas que a micro e pequena empresa, gera 14 milhões de empregos sendo estes, 60% do emprego formal do país e constitui 99% dos 6 milhões de estabelecimentos formais existentes e representa 25% do Produto Interno Bruto (PIB).

Os pequenos empreendedores, em sua grande maioria, mostram - se sem capital para investir em um programa de gerenciamento. Essa afirmativa é reforçada por Kassai (1997), o qual enfatiza que,

[..] muitos pequenos empreendedores tem uma visão limitada quando se trata em abrir uma empresa, muitas vezes dispensam ajuda de especialistas por acharem que seu produto ou serviço é de pequena relevância ou até mesmo de pouca aceitação. Depois da empresa aberta adquirem uma visão geral do que é gerenciar, assim começam enxergar problemas específicos de gestão e contabilidade, percebendo a dificuldade juntamente com a falta de recursos necessários para fazer o mínimo de uma gestão de qualidade e confiável que venha ajudar no crescimento e desenvolvimento de sua pequena empresa.

Atualmente os sistemas que são disponibilizados de forma gratuita são de difícil utilização causando a reprovação do usuário que volta a realizar suas atividades corriqueiras em anotações feitas em papeis ou agendas que podem ser extraviadas, causando assim a perda de dados importantes e atrapalhando o funcionamento da empresa.

Segundo Oliveira (2011), as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e a Internet cada vez mais se configuram como importantes instrumentos para ampliação dos negócios e a sobrevivência das empresas na atual economia, entretanto muitas empresas brasileiras ainda estão excluídas dessa realidade. Diante disso, caracterizando a estrutura atual de TIC dos empreendimentos e identificando os principais fatores que dificultam o processo de inclusão digital,

através da utilização da TIC e da internet, visando ao aprimoramento da gestão empresarial e a sustentabilidade dos pequenos negócios, entretanto, não utilizam todo o potencial oferecido pelas tecnologias disponíveis no mercado.

O objetivo deste trabalho é fazer uma pesquisa do cenário da empresa utilizando as boas praticas do SEBRAE e com isso desenvolver um programa que seja capaz de aumentar a renda melhorando o gerenciamento e os processos internos.

O autor percebeu a necessidade da busca de novas tecnologias para gerir sua empresa e através do conhecimento obtido junto ao mercado durante estes oito anos e sua qualificação obtida em sua especialização identificou a defasagem em sua gestão o que poderia levar a obsolescência. Foi iniciada a mudança e com pouca experiência em desenvolvimento primeiramente foi feito um estudo comparativo das boas praticas do SEBRAE para levantamento dos principais pontos do negocio e depois estudado as novas tecnologias que envolvem o desenvolvido o sistema.

O tema deste trabalho é o estudo de caso da aplicação do conhecimento adquirido pelo autor e agente em graduação e especialização que obteve a percepção de melhorar o gerenciamento da empresa através da adaptação da empresa e desenvolvimento de um sistema de gerenciamento.

A pesquisa consta o estudo das boas praticas do SEBRAE e descrição das experiências obtidas com a gestão e o impacto dessas mudanças na empresa.

## 2 FORMULAÇÃO DE PROBLEMA DE PESQUISA

A empresa atualmente passa por um grande problema que é a falta de controle e gerenciamento de seus dados, todo controle é realizado em planilhas ou até mesmo em anotações de papel.

Para sobreviver é preciso desenvolver um sistema que além de gerenciar irá reestruturar todo o processo interno.

### 2.1 OBJETIVOS

#### 2.1.1 OBJETIVO GERAL

O estudo de caso, objetiva analisar uma empresa de informática que existe desde o ano de 2007 comparando e utilizando as boas práticas do SEBRAE que é um órgão de referência e apoio a pequenas empresas no Brasil e desenvolver um sistema que atenda todas as suas necessidades.

#### 2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Dentro do desenvolvimento e reformulação nos processos e gerenciamentos da empresa existem alguns objetivos específicos:

- Analisar a empresa utilizando as boas praticas do SEBRAE.
- Desenvolver um sistema de gerenciamento para melhora do controle e processo interno.
- Listar desafio encontrados.
- Identificar a inovação tecnológica obtida.
- Analisar e quantificar a melhoria na gestão e processos interno.
- Verificar o impacto das mudanças.
- Identificar os diferencias competitivos obtidos com a aplicação do sistema.
- Mostrar a aceitação e resistências dos clientes e colaboradores na utilização da nova tecnologia.

## 2.2 DELIMITAÇÃO DE PESQUISA

Este trabalho é um estudo de caso onde o autor e agente percebeu a necessidade da aplicação da gestão da tecnologia de informação como a única forma de dar continuidade em sua empresa informática que existe a oito anos.

A pesquisa é delimitada:

- Pela obtenção e gerenciamento dos dados da empresa que utiliza registro de serviços, clientes, financeiro e processo.
- Aplicação das boas praticas do SEBRAE na analise da empresa de forma comparativa.
- Demonstração das tecnologias utilizadas para o desenvolvimento do sistema.
- Descrição da experiência obtida com a aplicação do sistema na empresa.

### **3 REFERÊNCIAL TEÓRICO.**

Como embasamento teórico esta pesquisa vai utilizar as boas praticas de negócios do SEBRAE juntamente com a percepção do autor e agente em gerir a empresa a mais de oito anos, será procedida uma investigação teórica sobre o estado da arte em relação ao assunto, ou seja, será realizado um comparativo do que existe hoje na empresa com as boas praticas do SEBRAE em termos de gerenciamento de empresa de informática, este estudo será realizado através de consultas disponíveis na internet e fórum que disponibilizam soluções de forma gratuita para pequenos empreendedores.

Com o estudo de caso desenvolvido, será iniciado o desenvolvimento e aplicação da solução.

## **4 PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL**

### **4.1 UM BREVE HISTÓRICO DE PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL**

De acordo com Alvim (1998), no Brasil, as pequenas empresas estão em crescimento ocupando um grande valor econômico, incentivadas pelo governo, pelo sonho do pequeno empreendedor em ter seu próprio negócio e na forma de terceirização de serviços. No Brasil as pequenas empresas são responsáveis por: Cerca de 4 milhões de empresas constituídas; 60% da oferta total de empregos formais; 42% dos salários pagos; 21% da participação no PIB; 96,3% do número de estabelecimentos.

### **4.2 O PERFIL DE PEQUENOS EMPREENDEDORES**

De acordo com Martinelli e Joyal (2004), o pequeno empreendedor tem em média uma faixa etária de 31 á 50 anos tendo a grande concentração de escolaridade até o segundo grau completo e também a maioria das pequenas empresas constituídas possui de 1 até 10 funcionários.

Somado estes fatores e a pouca capacidade de investimento os empreendedores sem o suporte da tecnologia da informação encontram dificuldade em fazer a gestão de sua empresa, ignorando muitas vezes o gerenciamento e organização.

### **4.3 APLICAÇÃO DA TI. NAS PEQUENAS EMPRESAS**

Segundo Prates e Ospina (2004), a aplicação da TI nas pequenas empresas traz vantagens como o aumento da competitividade, maior eficácia na obtenção de resultados, aprimoramento na tomada de decisão e melhor gerenciamento e controle da empresa, aliado a isso temos o alto custo da implantação e a rejeição por parte dos colaboradores.

Muitas vezes a TI é relacionada como custo e não como vantagem competitiva, mais se torna imprescindível nos dias de hoje ao ponto de pequenas empresas não encontrarem outra maneira de permanecer no negócio a não ser utilizando de seus benefícios.

#### 4.4 UTILIZAÇÃO DOS SOFTWARES LIVRES EM PEQUENAS EMPRESAS

Segundo Campos (2006) na década de 80 com o surgimento de um sistema que possui código aberto, obtiveram-se vantagens em relação ao custo, robustez, independência de fornecedor único e possibilidade de personalização.

Essas vantagens atraem principalmente as pequenas empresas, no qual não tem muito poder de investimento e precisam de uma solução barata para a gestão. O software livre tem cada vez mais beneficiado o pequeno empreendedor, a tendência é o aumento do uso na utilização da tecnologia disponível de forma gratuita.



## 5 COMO MONTAR UMA LOJA DE INFORMÁTICA - SEBRAE

### 5.1 MERCADO

Segundo CASCAO (2012) em seu artigo ele explica que atualmente os computadores fazem parte da vida das pessoas. São equipamentos que cada vez mais se tornam indispensáveis para se trabalhar, estudar e até mesmo se divertir. Quando conectados à internet, ganham mais impulso, pois permitem o acesso aos mais variados conteúdos, notícias e mesmo compras de qualquer gênero. Assim, por possuir essa diversidade em sua utilização, tais equipamentos estão cada vez mais presentes nas casas das pessoas e em locais de trabalho, considerados os principais clientes ou público-alvo das lojas de informática.

Para se ter uma ideia do tamanho desse público potencial, no ano de 2010 foram vendidos 13,7 milhões de computadores no Brasil, segundo dado apresentado no estudo Brasil Quarterly PC Tracker, realizado pela IDC, consultoria especializada em Tecnologia da Informação e Telecomunicações. Destes, 45% de notebooks e 55% de desktops. Já ano de 2011, o Brasil se apresenta como 3º maior mercado mundial de computadores, com vendas na ordem de 15,4 milhões de unidades, atrás apenas dos Estados Unidos e China, apontando crescimento de 12% da demanda no país no período 2010/2011. (Pesquisa IDC, 2012)

Tal demanda pode ser desdobrada em dois perfis de compradores: empresas e pessoas físicas (que compram para uso pessoal). Em ambos os casos o crescimento econômico do país é considerado fator chave, pois no caso das empresas, cada vez mais estas buscam sua modernização em termos tecnológicos, atualizando seus computadores ou comprando novos. Já no caso das pessoas físicas, verifica-se que apenas 45% das residências no Brasil possuem o equipamento no ano de 2011, conforme pesquisa TIC Domicílios (2012) elaborada pelo Comitê Gestor da Internet, divulgada em 2012. Apesar de ser um número muito baixo, se comparado a outros países, este valor apresentou crescimento de 10% em relação ao ano de 2010, sendo, portanto, um fator positivo para as lojas de informática.

A pesquisa revelou, ainda, que na Classe A o computador está presente em 85% das residências e na Classe C este valor é de 28%, o dobro em relação ao ano de 2010. Como visto, a Classe C ainda tem grande potencial de mercado, induzido pelo aumento crescente de sua renda.

Entretanto, o que mais chamou a atenção no estudo foi a superioridade na venda de notebooks para usuários domésticos. Observou-se que, embora o número total de venda de desktops ainda seja maior, pela primeira vez na história o segmento de usuário doméstico de notebooks foi maior, registrando pouco mais de 50% das vendas de equipamentos para este cliente.

Ainda de acordo com analistas da IDC, grande parte dos fabricantes de computadores espera ansiosamente a entrada do segmento de tablets no País. “Mundialmente esse mercado deve atrair muitos usuários a partir do segundo semestre de 2010, quando muitos lançamentos estão previstos, e isso deve aquecer ainda mais as vendas desta categoria de dispositivos. Até 2014, ano da Copa do Mundo no País, o mercado de PCs deverá crescer pelo menos dois dígitos no comparativo ano a ano, comprovando o grande momento do segmento de informática no Brasil.

Nesse sentido, verifica-se que há bastante espaço no mercado consumidor de uma loja de informática, que o negócio vem ao encontro das necessidades do país.

## 5.2 LOCALIZAÇÃO

A diversidade do público consumidor de produtos de informática faz com que a definição do local de instalação de uma revenda destes bens seja feita com alguns critérios. Ainda mais quando especialistas afirmam que esta decisão se dá em duas esferas principais: Identificação do território (região) e definição do imóvel (endereço), considerando-se ainda algumas variáveis como: a demanda (potencial), a oferta (concorrência) e os custos (aluguel, reforma, etc).

Segundo a ABF – Associação Brasileira de Franchising -, a definição da melhor localização ou “ponto” é um pouco mais complexa do que aparenta, pois envolve variáveis antagônicas, como fluxo de pessoas e custos. O melhor ponto não é necessariamente aquele que proporcionará o maior faturamento, e sim aquele que

trará o melhor resultado. Para tanto, devem-se conhecer profundamente as particularidades do negócio, principalmente, aquelas envolvendo receitas e custos.

A seguir, são apresentados alguns aspectos que devem ser avaliados num processo de seleção do local de instalação da sua loja de informática e montagem de computador.

- Fatores de demanda: a característica demográfica em torno do estabelecimento é o principal fator a ser contemplado num estudo de localização. Não deve-se restringir à quantidade de pessoas residentes ou empresas instaladas. É necessário, além disso, identificar os seus hábitos de consumo e interesse pelo seu produto, com base no perfil socioeconômico (faturamento, renda, gênero, etc.).

- Fatores de oferta: adicionado ao conhecimento do potencial da região verificado na etapa anterior, é preciso mensurar a influência da concorrência na região. Se está sendo bem atendida; quem são os concorrentes, como eles atuam e que espaço de mercado está disponível. A concorrência na região não é, obrigatoriamente, um fator negativo; ao contrário, muitas vezes verifica-se que a concentração de lojas de um mesmo segmento pode tornar a região um pólo de compras para o produto em questão.

- Fatores de custos: a análise do melhor ponto deve envolver também as condições de utilização do mesmo, inclusive aquelas que influenciam diretamente nos custos, sejam no investimento inicial (luvas, obras, reformas, comunicação) ou no custo operacional (aluguel, impostos etc.).

Em relação ao imóvel onde será instalado o empreendimento, o empreendedor deverá atentar para os seguintes aspectos:

a) Certifique-se de que o imóvel em questão atende as suas necessidades operacionais quanto à localização, segurança, capacidade de instalação, características da vizinhança - se é atendido por serviços de água, luz, esgoto, telefone, etc.

b) Cuidado com imóveis situados em locais sem ventilação, úmidos, sujeitos a inundações ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito, pois as lojas de informática precisam manter estoques de produtos de valor elevado.

c) Visibilidade e acessibilidade: verifique se o imóvel é de fácil acesso ao público, se tem boa visualização para os passantes e se possui local para a fixação de letreiro;

d) Tratando-se de imóvel alugado, negocie o valor do aluguel, data de pagamento, prazo de locação e demais cláusulas com o locador, na forma e condições compatíveis com o empreendimento, considerando o tempo de retorno do investimento;

e) Documentos do proprietário e do imóvel: certifique-se que o imóvel (IPTU, escritura, certidão de ônus reais) e o proprietário (documentos pessoais, cópia autenticada do CNPJ, etc) possuem a documentação em ordem.

f) Verifique se o zoneamento e a Categoria de uso do local permitem a instalação do comércio. Certifique-se de que a Categoria de Uso Segundo Atividades (REVENDA DE PRODUTOS DE INFORMÁTICA) é permitida no zoneamento constante no IPTU do imóvel. As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. Uma visita a Secretaria de Planejamento do município é o primeiro passo para avaliar a implantação de sua loja.

No qual tange especificamente à loja de informática, outros pontos devem ser levados em consideração, tais como:

a) procure instalar a loja em locais que já são conhecidos como concentradores desses serviços, pois já há clientela para o local. Caberá ao empresário se diferenciar para ganhar seu espaço;

b) centros comerciais de grande circulação, principalmente aqueles em que possuam torres comerciais também são ótimas localizações, pois as empresas já podem ser consideradas clientes potenciais;

c) tendo em vista que os computadores e seus acessórios (periféricos) e componentes são considerados de alto valor, a localização deve prover segurança ou mesmo que não seja foco de roubos ou local de pouca circulação.

### 5.3 EXGÊNCIAS LEGAIS E ESPECÍFICAS

O empreendedor que deseja abrir uma empresa deve procurar conhecer as legislações e os procedimentos corretos para tal fim. A legislação específica para a abertura de empresas segue as normas instituídas pelo Departamento Nacional de Registro do Comércio (DNRC), que funciona como órgão nacional destinado à supervisão, orientação, coordenação e normatização, no plano técnico; e supletiva, no plano administrativo, e as Juntas Comerciais (JC) como órgãos de execução e administração dos serviços de registro no Brasil. Em seu site, [www.dnrc.gov.br](http://www.dnrc.gov.br), estão todas as normas, legislações vigentes e endereços e telefones das Juntas Comerciais em todos os Estados e no Distrito Federal.

Para se tornar um empreendedor/empresário, a pessoa deve se atentar aos princípios legais vigentes no Código Civil Brasileiro de 2003, dentre os quais indica que a idade mínima para constituir uma sociedade é de 18 anos e a idade para emancipação varia dos 16 aos 18 anos, desde que não seja impedida legalmente.

Abaixo é apresentado um passo-a-passo genérico para abertura de uma empresa no Brasil:

#### 1º passo – Localização

O primeiro passo é definir a localização da empresa para que seja realizada uma consulta prévia de endereço na Administração Municipal para verificar se a atividade pretendida é compatível com a lei de zoneamento da região pretendida, inclusive sobre questões ambientais. O cliente fornece endereço e a atividade para análise da administração. Esta etapa é imprescindível para abertura da empresa. É interessante, no momento da consulta, verificar se o imóvel está regularizado, isto é, se possui HABITE-SE e se os IPTU's estão em dia.

#### 2º passo – Escolha do tipo de Sociedade Empresária

Conforme o novo Código Civil existem cinco tipos de sociedade que podem ser organizadas no Brasil: Sociedade em Nome Coletivo, Comandita Simples, por

Ações, Anônima e Limitada, sem as últimas as mais comuns no Brasil. De todas as apresentadas, a melhor para se constituir uma empresa, de pequeno porte, é Sociedade Limitada, por possuir regramentos mais simplificados e preservar melhor os sócios.

### 3º passo – Nome da Empresa

Toda empresa deve ter um nome. Nesse momento, o empresário escolhe o nome de sua empresa e na Junta Comercial ou no Cartório de Registro de Pessoa Jurídica de seu município efetua uma pesquisa para saber se o nome já está registrado. Essa consulta é realizada em formulário próprio obtido na hora. Há possibilidade de ser realizada pela Internet. Aproveite para verificar no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual se o nome ou marca já estão patenteados.

### 4º passo – Contrato Social e Demais Documentos

Ainda na Junta Comercial ou Cartório de Registro de Pessoa Jurídica, após a definição do nome da empresa, deverá ser apresentado os seguintes documentos:

- Contrato Social ou Requerimento de Empresário Individual ou Estatuto, em três vias;
- Cópia autenticada do RG e CPF do titular ou dos sócios;
- Requerimento Padrão (Capa da Junta Comercial ou Cartório), em uma via;
- FCN (Ficha de Cadastro Nacional) modelo 1 e 2, em uma via;
- Pagamento de taxas através de DARF.

O Contrato Social é a peça principal na constituição da empresa. Nele são identificados os objetivos da empresa, a composição societária e a forma jurídica de constituição da mesma. São apresentados as legislações, deveres e direitos dos sócios. Conforme Estatuto da Micro e Pequena Empresa (LC 123/2006), não haverá

a necessidade da assinatura de um advogado nesse documento. Nos demais casos essa assinatura é obrigatória. Peça auxílio ao seu contador ou advogado. Ao final dessa etapa será emitido o Número de Identificação do Registro da Empresa (NIRE), necessário para cadastramento da empresa junto à Secretaria da Receita Federal, nosso próximo passo.

#### 5º passo – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ)

Com o NIRE em mãos, o empresário deve registrar sua empresa junto à Secretaria da Receita Federal, efetuado exclusivamente pela internet através de programa específico. Os documentos exigidos, apresentados no momento do cadastramento, serão enviados por SEDEX para a Receita Federal. O número do CNPJ será disponibilizado também pela internet. É de extrema importância nessa fase que o empresário defina o porte de seu empreendimento e sua classificação, pois é nessa etapa em que a depender da atividade exercida o contribuinte poderá optar pelo sistema de tributação simplificada, o SIMPLES.

Aproveite para ir a Secretaria da Receita Estadual para verificar quais os tributos sua empresa deverá pagar e efetuar o registro nesse órgão, item obrigatório para os setores do comércio, indústria e serviços de transporte intermunicipal e interestadual, bem como os serviços de comunicação e energia. A inscrição estadual é essencial para a obtenção da inscrição no Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). Há casos em que essa inscrição ocorre em conjunto com o CNPJ. Verifique no site da Receita Federal os órgãos que possuem convênio.

#### 6º passo – Alvará de Funcionamento

O alvará de funcionamento, documento obtido junto à prefeitura, ou administração regional ou na Secretaria Municipal da Fazenda de cada município, é o documento final que autoriza o funcionamento da empresa. Na maioria dos casos, os documentos necessários são:

- Formulário próprio da prefeitura;

- Consulta prévia de endereço aprovada;
- Cópia do CNPJ;
- Cópia do Contrato Social;
- Laudo dos órgãos de vistoria, quando necessário.

A depender do tipo de atividade a ser exercida, é necessária que uma vistoria seja realizada no local. Essas vistorias são realizadas por diversos órgãos, tais como: corpo de bombeiro (obrigatória), vigilância sanitária, órgãos ambientais e outros. Veja se sua atividade é passível de licenciamento ambiental no órgão responsável em seu município.

Quando o atendimento é realizado no próprio domicílio, a obtenção do alvará de funcionamento é condicionada a declaração explícita dos vizinhos de que a atividade não traz prejuízos à comunidade, autorizando o funcionamento do estabelecimento.

#### 7º passo – Cadastramento na Previdência Social

Após realizar com sucesso as etapas anteriores, o empresário já pode iniciar o seu tão sonhado negócio. Contudo, ainda há a necessidade de realizar o cadastramento da empresa na Previdência Social e de seus sócios em até 30 dias, mesmo que não possua nenhum funcionário.

#### 8º passo – Aparato Fiscal

Para finalizar e iniciar de forma legal o negócio, o empreendedor deverá se dirigir Secretaria de Estado da Fazenda para solicitar a autorização para impressão das notas e dos livros fiscais. A ajuda do contador, nesse momento, é muito importante. Pronto, seu negócio está apto a ser iniciado e com todas as necessidades cumpridas.



#### Observações:

- Não esqueça que a partir desse momento a empresa deverá cumprir outras obrigações de carácter fiscal, tributária, trabalhista, previdenciárias e empresariais;
- O novo empresário deve consultar o PROCON para adequar seus produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor (LEI Nº 8.078 DE 11.09.1990).

#### LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

A Lei 9.609/98 de 19 de fevereiro de 1998 dispõe sobre a proteção de propriedade intelectual do programa de computador e a sua comercialização no país, e a Lei 9.610/98 de 19 de fevereiro de 1998 traz a questão dos direitos autorais. São leis que devem ser de conhecimento do empresário em razão do seu teor referente a programas, jogos e outros itens que estão amparados pela propriedade intelectual e pelos direitos autorais.

A Lei 10.176/2001 de 11 de janeiro de 2001, conhecida como Lei da Informática, dispõe sobre a capacitação e competitividade do setor de tecnologia da informação.

O programa Computador para Todos, do Ministério de Ciências e Tecnologia, tem por objetivo possibilitar o acesso das famílias de baixa renda à compra do primeiro computador e foi regulamentado pela portaria MCT 625 de 4 de outubro de 2005.

#### 5.4 ESTRUTURA

Embora existam muitos quiosques de venda de produtos de informática com dimensões mínimas instalados em várias cidades e lojas virtuais que só

realizam comércio eletrônico (não possuem ponto de venda de rua, galeria, shopping, etc.), a estrutura ideal de uma loja de informática deve contar com uma área grande o suficiente para abrigar os seguintes setores: área de vendas e exposição de produtos, depósito, escritório, banheiro e área para montagem e manutenção. Sugere-se como estrutura física um espaço entre 30 a 40 metros quadrados.

- Área de vendas e exposição de produtos: local destinado ao balcão para o atendimento aos clientes, caixa, gôndolas, showroom de exposição de produtos e vitrine.

- Área de montagem e manutenção: local em que se faz a manutenção e o conserto de equipamentos.

- Caixa: pode estar localizado próximo à saída, ou em local que possibilite a visão mais ampla possível da área de exposição de produtos.

- Banheiro: deve ser bem sinalizado, arejado, limpo e confortável.

- Depósito: local de estocagem dos produtos, componentes e peças para montagem e reposição.

- Escritório: local destinado às atividades administrativas, como compras, controles de clientes, cobranças, pagamentos, relacionamentos com bancos, controles de estoque, controles de pedidos e atendimento, controles financeiros, propagandas, acompanhamentos da página na internet, pós-vendas e definições de estratégia do negócio.

Para empreendimentos de maior porte, o empresário poderá optar por duas unidades, sendo uma para showroom e negociação com os clientes e outra para efetuar as montagens dos computadores conforme demanda do cliente.

Na questão da estrutura, quando possível, é ideal ambientes claros, com maior circulação de luz e ventilação natural, impactando diretamente nos custos da empresa.

O balcão de atendimento, além de permitir a demonstração dos produtos pelo vendedor, deve servir de expositor para os mesmos. Assim, ele deve dispor de vidros no tampo superior, possibilitando que o cliente escolha os produtos que mais lhe agradem.

A decoração da loja é resultado do conjunto de detalhes definidos no projeto arquitetônico. Mobiliário, pintura, iluminação, revestimentos, tudo é

importante para o efeito final que se pretende. Uma boa decoração depende fundamentalmente de um bom detalhamento de todos esses itens.

Para alcançar o sucesso neste mercado é importante oferecer diferenciais, procurar novas formas de apresentar os produtos tornando-os mais atrativos que os do concorrente. Por exemplo, incrementar as vendas usando os meios de comunicação disponíveis no mercado, promoções que estimulem a compra, optar pelo atendimento em domicílio, fechar contratos de manutenção em redes internas de corporações, implementar sistemas de vendas diversificados, entre outros.

O empreendedor deve verificar as condições de estacionamento nas proximidades. Caso não haja espaço privativo ou público, ele deverá providenciar convênios com estacionamentos próximos.

## 5.5 PESSOAL

O número de profissionais a serem empregados no estabelecimento está relacionado ao porte do empreendimento. Uma loja de pequeno porte deve contar, no mínimo, com os seguintes colaboradores:

- 2 atendentes;
- 1 caixa; e
- 1 técnico em informática.

Os atendentes de uma loja de informática devem ter conhecimento especializado, uma vez que o atendimento ao cliente é fator fundamental para o sucesso do empreendimento. Os vendedores devem estar preparados para responder aos clientes, já que a grande maioria espera uma orientação técnica para a sua decisão de compra.

Além dos cursos nas áreas de vendas e atendimento, é necessário que os atendentes se atualizem constantemente em relação a novas tecnologias,

inovações, tendências e desempenhos de equipamentos e acessórios, para oferecer ao consumidor uma consultoria especializada.

Para os técnicos de informática, é necessária a atualização permanente por meio da participação em cursos de montagem e instalação de microcomputadores. Para este profissional, pode ser solicitado o nível de graduação em curso técnico, que dura cerca de 3 anos. Essa técnico poderá ser o diferencial na empresa e o responsável pela supervisão ou treinamento da equipe interna.

Sugere-se a participação de todos, inclusive do empresário, em seminários, congressos e cursos, para manter a equipe atualizada e sintonizada com as tendências do setor.

Como estratégia de redução de custos com pessoal, em períodos de pico, como fim de ano, mão-de-obra temporária poderá ser contratada.

O empreendedor deverá estar atento à Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores da área, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora da carga-horária de trabalho, evitando assim, problemas contratuais.

## 5.6 EQUIPAMENTOS

Para a montagem de uma loja de produtos de informática e montagem de computadores são necessários os seguintes móveis e equipamentos:

- 1 impressora de cupom fiscal;
- 1 linha telefônica com acesso à internet banda larga;
- 2 impressoras;
- 2 microcomputadores completos;

- balcão de atendimento
- expositores de produtos;
- gaveteiro para guardar dinheiro, cheques e tickets de cartões de débito e crédito;
- gôndolas;
- máquinas para recebimento de pagamento de cartões de débito e crédito (o empreendedor decide);
- mesas, cadeiras e armários, de acordo com o dimensionamento das instalações e número de empregados;
- móveis e material de escritório.
- prateleiras para depósito;
- sistema de ar condicionado dimensionado de acordo com o tamanho do ambiente;
- veículo utilitário de pequeno porte.

Serão necessários para a área de montagem e manutenção:

- ferramentas de reparos: multímetros, osciloscópios, máquinas de solda, chaves de venda, Philips, etc;
- bancada de madeira ou granito; e
- balcão.

## 5.7 MATÉRIA PRIMA/MERCADORIA

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho:

**Giro dos estoques:** o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado.

**Obs.:** Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques. **Cobertura dos estoques:** o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento. **Nível de serviço ao cliente:** o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

Antes de definir o tipo de mercadoria a ser comercializada pela loja é importante que o empreendedor defina o seu público alvo. De uma forma geral, este mercado pode ser dividido em duas grandes categorias de clientes: Pequenas Empresas e Usuários Domésticos.

### Pequenas Empresas

Em geral demanda itens de instalação, manutenção de redes, suporte de vendas e conectividade. Prioridade para o fornecimento de mercadorias tais como:

- Projetores / Scanners
- Impressoras / Multifuncional
- PDAs / Suprimentos
- Papelaria / GPS
- Câmera & Webcam
- PCs & Notebooks
- Acessórios para PCs
- Monitores / Servidores
- Networking / Wireless
- Software / Telefonia
- Dispositivos de armazenamento de dados

Usuários Domésticos.

São usuários que em geral estarão mais interessados em produtos tais como:

- Tocadores de MP3/ MP4
- Caixas de Som / Placa de Vídeo
- Fone de Ouvido

- Acessórios Home Theater
  
- Cartões de Memória
  
- Versões High End
  
- Acessórios High End
  
- Mídia
  
- Games
  
- Acessórios Telefonia

## 5.8 ORGANIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO

O processo produtivo de uma loja de informática podem ser divididos nas seguintes atividades:

- Serviços de Recepção e Atendimento ao Cliente: É o processo responsável pelo primeiro contato com o cliente. O atendente recebe o cliente e o orienta, de acordo com as suas necessidades, sobre o serviço ou sobre a melhor configuração do equipamento, acessório ou suprimento. Negocia-se o orçamento e prazos de entrega.
  
- Serviços Administrativos: É o processo responsável pela gerência e controle das atividades administrativas e financeiras. Geralmente é uma atividade exercida pelo proprietário.
  
- Serviços de Assistência Técnica e Pós-venda: É uma atividade voltada a solução do problema apresentados pelos equipamentos dos clientes, montagens, manutenções, instalações e configurações de equipamentos. É uma atividade exercida por técnicos qualificados.



## 5.9 AUTOMAÇÃO E CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Há uma boa oferta de sistemas para gerenciamento de lojas de informática. O empresário deve procurar uma solução integrada que contemple todos os processos da empresa: orçamentos de venda, modelos de contratos e garantias, controle de estoque, controle de itens mais vendidos, média de clientes, serviço de mala direta, lançamentos contábeis, controles financeiros, controles de caixa, fluxos de caixa, históricos de serviços prestados, informações dos fornecedores, contas a receber e a pagar, controles de comissões pagas, folhas de pagamento, registros de empregados, controles de móveis e utensílios, entre outros.

Os canais de distribuição são meios pelos quais o produto percorre até chegar ao seu destino final.

No caso da venda de serviços de manutenção e montagem de computadores os principais canais de contato com o cliente são através da própria loja (atendimento pessoal ou através dos meios de comunicação, telefone, fax e Internet) e os atendimentos em domicílio, sendo este último quando o cliente for empresarial.

A revenda de produtos de informática é feita na loja (física) e/ou através de loja virtual própria, na Internet, ou ainda portais de comércio eletrônico.

Tais informações são reforçadas pelos dados do comércio eletrônico brasileiro, que faturou 10,6 bilhões de reais em 2009, 30% a mais que em 2008, de acordo com a 21ª edição da pesquisa WebShoppers, divulgada pela consultoria e-bit em 16 de março de 2010. No ano de 2011, o valor atingiu a marca de 18,7 bilhões de reais, segundo dados do site E-commerce.

Entre os produtos mais populares, aparecem na liderança os eletrodomésticos, responsáveis por 15% das vendas, seguidos por produtos de informática (12%); Eletrônicos (8%), Saúde e Beleza (7%) e Moda e Acessórios (7%).

O comércio eletrônico atraiu 31,7 milhões de consumidores online no ano de 2011, crescimento de 37% em relação ao ano de 2010. (Pesquisa E-commerce, 2012).

## 6 LEVANTAMENTO DE DADOS

A partir do referencial teórico selecionado e descrito anteriormente foram realizadas análises do início da empresa até o atual momento onde o autor e agente utilizou seus próprios conhecimentos para gerir a empresa e este conteúdo foi comparado com as boas práticas do SEBRAE.

Este comparativo será apresentado nos capítulos a seguir.

### 6.1 MERCADO

Em 2007 o autor teve a percepção que muitas pessoas precisavam utilizar computadores e não tinham condições de adquirir ou as vezes até possuíam um computador mais não tinham internet, com o levantamento desta necessidade resolveu abrir uma Lan House, juntamente com manutenção de computadores. Depois no ano de 2009 devido varias pessoas possuírem internet e seu próprio computador, migrou a sua empresa para somente venda de peças, acessórios com manutenção em microcomputadores e enxerga com bons olhos até hoje este seguimento devido a necessidade de empresas qualificadas neste seguimento.

### 6.2 LOCALIZAÇÃO

Em relação ao imóvel escolha do ponto e onde será instalado o autor se atentou para os seguintes aspectos na hora de escolher o ponto.

a) A loja tem 30 metros quadrado situada em um centro comercial de lojas, estando apta a receber serviços de qualidade como internet de qualidade, agua e energia.

b) O centro comercial onde a loja esta, existe um profissional 24 horas no qual garante a segurança do condomínio.

c) Visibilidade e acessibilidade: a loja esta situada na frente do maior condomínio de apartamentos de Curitiba e um terminal de ônibus, com fácil acesso e localização.

d) O contrato de aluguel tem duração de 1 ano com ampliação do vínculo automaticamente desde que não seja atrasado o valor, foi realizado diretamente com o proprietário assim diminuindo custos.

e) Foi checada toda documentação da loja e estava tudo em ordem.

f) Foram feitas todas as vistorias antes da instalação do negocio, como vistoria do bombeiro, policia civil no qual emitiram todas as liberações necessárias para a implantação da loja.

### 6.3 EXGÊNCIAS LEGAIS E ESPECÍFICAS

Como o autor não tinha conhecimento em relação aos documentos necessários para abrir seu negocio, foi contratada uma empresa de contabilidade que ficou responsável por toda a parte de liberações, abertura de firma, alvará de funcionamento e contabilidade da empresa.

### 6.4 ESTRUTURA

A estrutura física tem entre 30 metros quadrados e esta dentro do sugerido pelas melhores praticas SEBRAE e possui:

- Balcão de vidro e prateleiras para vendas e exposição de produtos.
- Laboratório de montagem e manutenção.
- Caixa
- Banheiro:
- Depósito

Na questão da estrutura a empresa possui ar condicionado e paredes na cor branca com uma faixa azul.

### 6.5 PESSOAL

A empresa esta com o número de profissionais empregados de:

- 1 atendentes;

- 1 caixa;
- 2 técnico em informática.

Isto também atende as melhores praticas do SEBRAE.

## 6.6 EQUIPAMENTOS

A empresa possui os seguintes móveis e equipamentos:

- 1 impressora de cupom fiscal;
- 1 linha telefônica com acesso à internet banda larga;
- 1 impressoras;
- 5 microcomputadores completos;
- balcão de atendimento
- expositores de produtos;
- gaveteiro para guardar dinheiro, cheques e tickets de cartões de débito e crédito;
- gôndolas;
- 2 máquinas para recebimento de pagamento de cartões de débito e crédito (o empreendedor decide);
- mesas, cadeiras e armários, de acordo com o dimensionamento das instalações e número de empregados;

- móveis e material de escritório.
- prateleiras para depósito;
- sistema de ar condicionado dimensionado de acordo com o tamanho do ambiente;
- ferramentas de reparos: multímetros, osciloscópios, máquinas de solda, chaves de venda, philips, etc;
- bancada de madeira ou granito; e
- balcão.

## 6.7 MATÉRIA PRIMA/MERCADORIA

A empresa trabalha como pequeno estoque e com duas distribuidoras de peças que são estratégicas e dão prioridade no atendimento quando solicitado.

Quando a distribuidora é acionada ela entrega em no máximo 30 minutos isso é resultado de uma parceria que tem cada vez mais fortalecido e agradado ambas as partes.

## 6.8 ORGANIZAÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO

O processo produtivo da loja esta dividido da seguinte forma:

- Serviços de Recepção: O colaborador responsável pelo atendimento recebe o cliente e o orienta, de acordo com as suas necessidades, sobre o serviço a ser prestado ou sobre a melhor configuração do equipamento, acessório ou suprimento. Negocia-se o orçamento e prazos de entrega, tudo isso é anotado em uma planilha onde é feito o controle.

- Serviços Administrativos: Com as anotações feitas no dia é fechado o caixa com estas informações.

- Serviços de Assistência Técnica: Após o primeiro atendimento é repassado aos técnicos uma ordem de serviço em um bloco de papel com todas as anotações do serviço a ser realizado.

## 6.9 AUTOMACAO E CANAIS DE DISTRIBUCÃO

A empresa não possui um sistema de gerenciamento e percebendo esta necessidade o autor e agente desenvolveu um sistema onde vai facilitar tanto o processo interno quanto o gerenciamento.

O canal de distribuição é realizado na loja (física), existem projetos para ampliar este serviço com vendas através do site, atendimento, entrega na residência do cliente.

## 7 TECNOLOGIAS UTILIZADAS NO SISTEMA

Serão apresentadas tecnologias necessárias para o desenvolvimento deste sistema de gerenciamento.

- Html

*HyperText Markup Language* (HTML) é basicamente uma linguagem de programação que permite a apresentação de informações na Web de forma gráfica.

Alvarez (2004), enfatiza que HTML como uma linguagem com a qual se definem as paginas Web.

“Os códigos fonte utilizando HTML poderão ser feitos por meio de arquivos “.txt”, e depois salvos com a extensão “.html”, sendo possível sua edição em editores de textos simples.

Ainda segundo Alvarez (2004), existem ferramentas específicas que facilitam a criação do HTML, capazes de ações como a elaboração de tabelas e inserção de objetos entre outros.

Dentro do desenvolvimento do sistema o HTML será utilizado para criar toda a estrutura visual do programa.

- Php

*Hypertext Preprocessor*, é uma linguagem de script Open Source de uso geral, é também, uma linguagem de programação do lado do servidor, gratuito e independente de plataforma como característica o código PHP é delimitado por tags iniciais e finais que lhe permitem pular para dentro e para fora do "modo PHP".

Esta linguagem está preparada para realizar muitos tipos de aplicações web graças à extensão livreria de funções como a qual esta dotada (ALVAREZ,2004).

O PHP tem a característica de dar suporte a uma ampla variedade de banco de dados, entre eles esta o MySQL que será utilizado desenvolvimento do sistema para guardar todos os dados dos clientes e serviços.

- MySQL

Foi projetado para superar algumas limitações do MySQL, ele oferece uma solução de código-fonte aberto para necessidades simples de bancos de dados que não pedem coisas como processamento de transações, mais próximo aos bancos mais complexos tradicionais.

O MySQL, se sai muito bem na pesquisa de banco de dados para atender consultas baseadas na Web, atendendo assim todas as necessidades que envolvem o desenvolvimento do sistema de gerenciamento.



## 8 APRESENTAÇÃO DO SISTEMA

O sistema de gerenciamento possuirá uma interface simplificada aonde contara com menu intuitivo e os botões, INICIAR, NOVA O.S, CONSULTAR e CONTATO como podemos ver na figura 1.

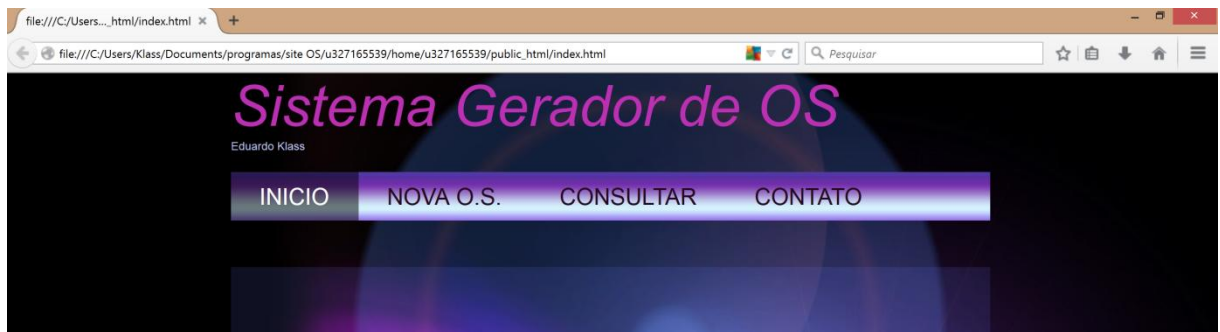


Figura 1 - Tela inicial  
Fonte: Própria (2016)

Para cadastrar um novo cliente o usuário vai clicar em NOVA O.S, que abrirá uma tela de cadastro aonde serão inseridos os dados do cliente que foram estabelecidos na entrevista e o tipo de serviço a prestar, como mostra a figura 2.



Figura 2 - Tela de cadastro de clientes  
Fonte: Própria (2016)

Na tela Consultar clientes, pode ser feita a busca de cadastro de clientes através do nome e o telefone, nesta tela também poderá ser realizado Alteração no cadastro do cliente, como mostra a figura 3.

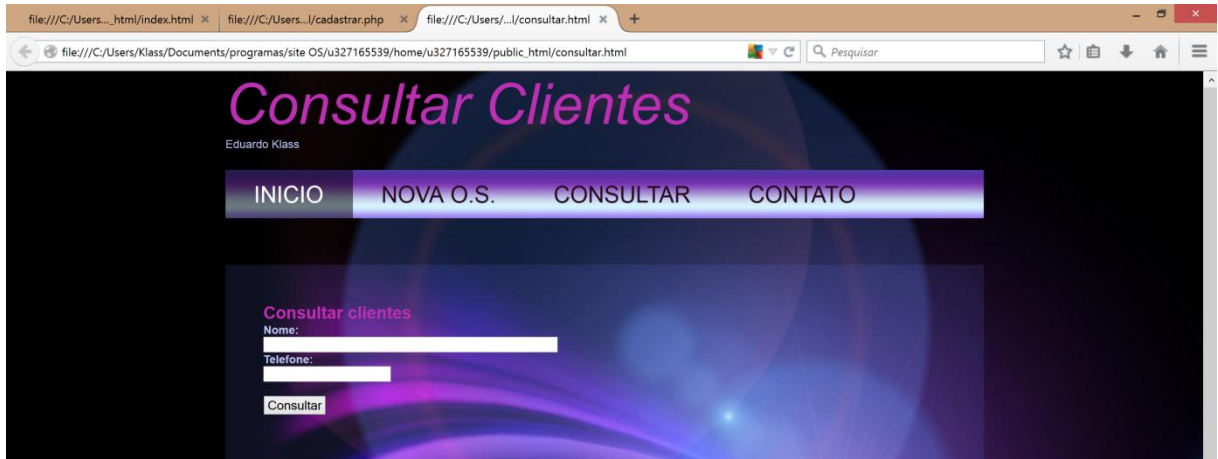


Figura 3 - Tela de consulta e edição dos clientes.  
Fonte: Própria (2016)

Nesta tela Contato será apresentado somente o contato da empresa, como mostra a figura 5.

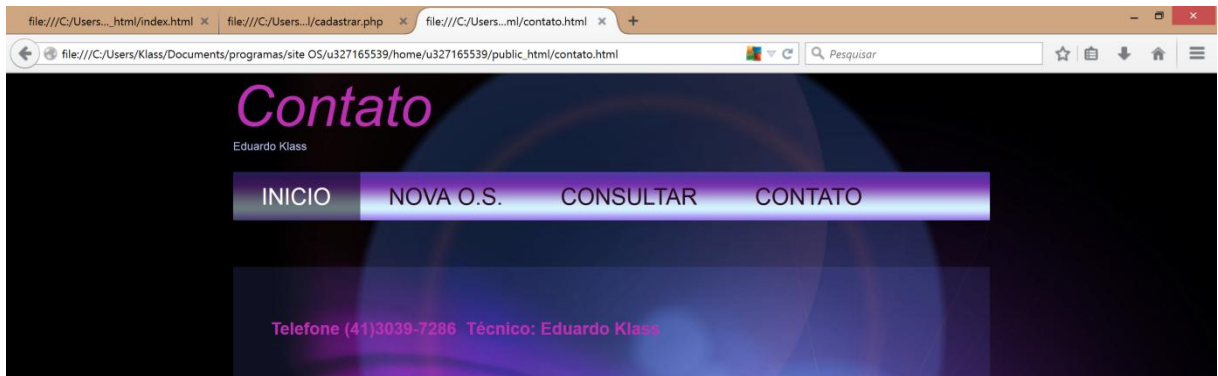


Figura 4 - Tela de contato.  
Fonte: Própria (2016)

## 9 RESULTADOS OBTIDOS

Com o levantamento comparativo que foi feito das boas praticas do SEBRAE conseguimos avaliar que o autor e agente conseguiu com sua percepção de mercado atingir todos os pontos exigidos no SEBRAE.

Depois da comparação feita, o sistema foi desenvolvido, onde inserimos todos dados dos clientes, que antes ficavam anotados em uma agenda de papel, assim adquirindo um ganho significativo em agilidade, organização, processo e melhor gerenciamento da empresa.

A usabilidade do programa também foi bem aceita por todos da empresa, por ser uma interface agradável e bem intuitiva conseguimos agradar a todos que utilizam o sistema, inclusive com os clientes teve grande aceitação, pois agora já tem um controle de seus dados com todo um histórico de problema e com isso foi possível atender todos os objetivos do trabalho.

## 10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma empresa pode inovar da mesma forma, no processo de fabricação ou na forma de colocar seu produto para o mercado (marketing), ou, ainda, na forma de gerir a própria empresa: é necessária criatividade para escolher o que inovar, além de como inovar.

Por sua vez, a inovação no processo de produção, quando bem realizada, pode fazer com que o processo se torne mais barato, permitindo aumentar as economias, produzindo mais a um custo menor, podendo ainda reduzir-se os custos fixos, além de outras vantagens.

Através da aplicação efetuada, conclui-se que a solução pode ser melhorada e expandida para outras pequenas empresas.

Desta forma, observa-se que todos os objetivos especificados na apresentação do trabalho foram alcançados durante o desenvolvimento.

Foi realizado um estudo de caso sobre a maneira de gerenciamento de uma pequena empresa de informática, onde a melhoria do processo e a qualidade foram abordadas.

Foi planejada e aplicada uma solução para a empresa de acordo com a estrutura existente, que além de cadastrar dados dos clientes, pode-se fidelizar o cliente de diversas formas e também gerar ordem de serviço.

O aprendizado proporcionado pelos desafios, deste trabalho, serve como o melhor resultado. O autor desenvolveu capacidades e conhecimentos que, por momentos, pareceram distantes e inatingíveis. Mas pode certamente afirmar que sente uma grande recompensa pela conclusão.

## REFERÊNCIAS

- ALVAREZ, Miguel, **O que é HTML**. Disponível em: <<http://infowester.com/servapach.php>>. Acesso em: 24 de junho de 2015.
- ALVAREZ, Miguel, **O que é PHP**. Disponível em: <<http://criarweb.com/artigos/202.php>>. Acesso em: 24 de junho de 2015.
- ALVIM, Paulo César Rezende de Carvalho. O papel da informação no processo de capacitação tecnológica das micro e pequenas empresas. **Ciência da informação**, v. 27, n. 1, p. 0-0, 1998. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19651998000100004&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-19651998000100004&script=sci_arttext)>. Acesso em: 11 de set. 2014.
- CASCAO, Luiz; SEBRAE, Como montar uma loja de informática. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-uma-loja-de-inform%C3%A1tica-e-montagem-de-computadores#naveCapituloTopo>>. Acesso em: 30/11/2015.
- KASSAI, Silvia. As empresas de pequeno porte e a contabilidade. Caderno de estudos, n.15, p. 0-0, 1997. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-92511997000100004&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-92511997000100004&script=sci_arttext)>. Acesso em: 10 de fev. 2015.
- KOTESKI, Marcos Antonio. As micro e pequenas empresas no contexto econômico brasileiro. **Revista FAE Business**, v. 8, p. 16-18, 2004. Disponível em: <[http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:OENL4ze25gcJ:scholar.google.com/+sebrae+pequenas+empresas&hl=pt-BR&as\\_sdt=0,5](http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:OENL4ze25gcJ:scholar.google.com/+sebrae+pequenas+empresas&hl=pt-BR&as_sdt=0,5)>. Acesso em: 13 de set. 2014.
- MARTINELLI, Dante P.; JOYAL, André. **Desenvolvimento local eo papel das pequenas e médias empresas: experiências brasileiras e canadenses**. São Paulo: Manole, 2004. Disponível em: <[https://apreis.org/docs/bresil/Martinelli\\_Joyal.pdf](https://apreis.org/docs/bresil/Martinelli_Joyal.pdf)>. Acesso em: 20 de out. 2014.
- OLIVEIRA, Sami Melo do Amaral. Inclusão digital empresarial: utilização das tecnologias da informação e comunicação em micro e pequenas empresas das redes empresariais de confecções apoiadas pelo SEBRAE/BA em Salvador. Disponível em: <[http://www.bibliotecadigital.ufba.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=4075](http://www.bibliotecadigital.ufba.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=4075)>. Acesso em 12 de Out. 2015.
- PRATES, Gláucia Aparecida; OSPINA, Marco Túlio. Tecnologia da informação em pequenas empresas: fatores de êxito, restrições e benefícios. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 8, n. 2, p. 9-26, 2004. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-6552004000200002&script=sci\\_arttext&tlnq=es](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-6552004000200002&script=sci_arttext&tlnq=es)>. Acesso em: 12 de set. 2014.