

**UNIVERSIDADE LICUNGO**

**FACULDADE DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIAS**

**TEMA TRANSVERSAL**

**ZACARIAS ANDRE GORIASSE**

**Building Comercial**

**Quelimane**

**2021**

**ZACARIAS ANDRE GORIASSE**

**TEMA TRANSVERSAL**

Projecto de carácter avaliativo

Recomendado pela docente de

Tema Transversal.

**Quelimane**

**2021**

# Índice

Histórico do Projeto	5
1. Introdução	6
1.1. Missão	6
1.1.1. Visão	6
1.1.2. Valores	6
1.1.3. Análise do Mercado	6
1.1.4. Mercado consumidor	7
1.1.5. Mercado fornecedor	7
1.1.6. Mercado concorrente	7
2. Matriz Swot	7
2.1. Força	7
2.1.1. Oportunidade	7
2.1.2. Fraqueza	7
2.1.3. Ameaça	8
3. Organograma	8
3.1. Mercado e Qualidade	8
3.1.1. Pesquisa e Desenvolvimento	9
4. Preço	9
4.1. Promoção de Possibilidade	9
4.1.1. Plano de Ação	9
4.1.2. Investimento giro, fixo e pré-operacional	10
Conclusão	12

**Nome do Projeto**

**Building comercial**

**Localização: Distrito de Mocuba**

**Localidade de Munhiba**

**Povoação de Muedamanga**

**Endereço eletrônico:buildingcomercial@gmail.com**

**Logomarca da Empresa**



**Building Comercial**

**Com material garantimos a nossa e a vossa obra.**

### Histórico do Projeto

Building comercial, visa necessariamente desenvolver actividades do comércio a retalho, na venda de material de construção civil e electrodomésticos na zona de Muedamanga dado que a população reside a mais de 40 km com um raio de 30 km a partir da sede de Munhiba, com uma população de cerca de 18.350 mil pessoas. Com uma renda média, dado que a população residente vive na base de actividades comerciais, porque a actividade agrícola é meramente baixa porque os seus solos não são propícios a agricultura.

A Building comercial possui uma loja com uma armazém com a capacidade de depósito dos seus materiais e o seu valor de investimento foi de 120.900 mt.

## **1. Introdução**

### **1.1. Missão**

Alocação dos materiais ou produtos mais perto dos consumidores para encurtar a sua aquisição ;

Melhoria nas condições de habitação familiar;

Rapidez nas entregas dos produtos;

Fornecimento do material de boa e alta qualidade;

Apresentar soluções para reduzir os custos dos clientes.

#### **1.1.1. Visão**

Atingir o maior número populacional;

Obter maior comprometimento dos funcionários;

Ser líder na área;

Expandir o seu projeto além fronteiras.

#### **1.1.2. Valores**

Atendimento de qualidade;

Honestidade e transparência no negócio;

Excelência, eficácia e eficiência com o entusiasmo e vontade de inovar.

#### **1.1.3. Análise do Mercado**

A Building comercial estará fixamente no mercado apartir de setembro deste ano, atuando assim no ramo de venda.

Ficando-se nos 3 pontos:

- ▶ Mercado consumidor;
- ▶ Mercado fornecedor
- ▶ Mercado concorrente

#### **1.1.4. Mercado consumidor**

Conjunto de clientes, por sua vez chamados de mercado alvo serão os compradores.

#### **1.1.5. Mercado fornecedor**

Composto de grandes empresas e ou pessoas que fornecem máquinas ou produtos.

#### **1.1.6. Mercado concorrente**

São as empresas do mesmo ramo ou sector oferecendo o mesmo produto ou serviço e atendendo ao mesmo público.

## **2. Matriz Swot**

### **2.1. Força**

- ❖ Nível de trabalho bem definido;

- ❖ Funcionários altamente qualificados;
- ❖ Fácil acesso a instalação.

### 2.1.1. Oportunidade

- ❖ Buscar novas marcas;
- ❖ Lançar novos produtos;

### 2.1.2. Fraqueza

- ❖ Área pequena de estocagem;
- ❖ Baixo envolvimento dos empregados;
- ❖ Incompetência de alguns funcionários;
- ❖ Ausência de equipamentos de segurança.

### 2.1.3. Ameaça

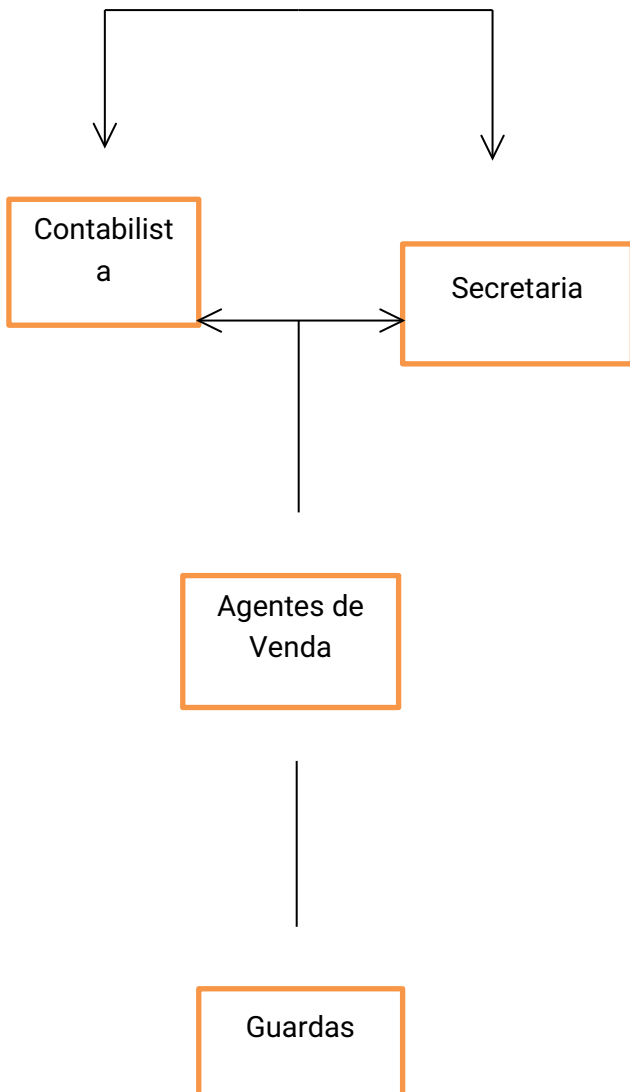
- ❖ Ausência de seguro contra incêndio e roubo;
- ❖ Inexistência de clientes;
- ❖ Crescimento de número de concorrentes.

## 3. Organograma

Gerente da  
Empresa







### 3.1. Mercado e Qualidade

A empresa irá treinar o seu pessoal para ser altamente qualificada no atendimento e nas vendas, treinar o seu pessoal para que possa seleccionar os produtos de qualidade boa e excelente para a empresa e para os clientes pós a exigência de uma boa qualidade é um facto.

### 3.1.1. Pesquisa e Desenvolvimento

A Building comercial estará atenta a todo o desenvolvimento tecnológico do sector, incorporando todos os avanços que possam representar um factor de sucesso.

## 4. Preço

Para determinar o preço das vendas a Building comercial estará em consideração dos seguintes aspectos:

- ❖ Preços aplicados pelos concorrentes;
- ❖ O preço que os clientes estarão disponíveis a pagar;
- ❖ Total dos custos de aquisição (preço da factura líquida + despesas de compra) assim, considerando os dados acima conclui-se que os preços serão variáveis de acordo com o produto e a sua forma de aquisição.

### 4.1. Promoção de Possibilidade

A Building Comercial estará numa atualização constante dos seus produtos via rádio, panfletos informativos. Assim, existirá descontos por quantidades para estimular a compra de um número maior de unidades, a fim de se ganhar em economia de escala.

#### 4.1.1. Plano de Ação

Responsabilidade	Ação a realizar	Calendário
Gerente	Controle dos seus	Sempre

	produtos	
Contabilista	Controle e Fiscalização das facturas	Diariamente
Secretaria	Responsável pelos relatórios e agendas	Semanalmente
Gurda	Assegurar e proteger a Instalação	Diariamente

#### 4.1.2. Investimento giro, fixo e pré-operacional

<b>Investimento giro</b>	<b>Valor</b>
Material de construção	
Sacos de cimento	250.00
Luzaltes	320.00
Carinho de Mão	580.00
Chapas	600.00
Serrote	950.00
Martelos	250.00
Varões	750.00
Eletrodomésticos	

Televisores	420,00
Congeladores	980,00
Geladeiras	1.200,00
Ar condicionados	1.700,00
Máquina de lavar roupa	2.500,00
Fogões eletrônicos	360,00
Ferros elétricos	490,00
Chaleiras	500,00
Amplificador	1.000,00
Reprodutor	850,00
<b>Total de Investimento giro</b>	<b>13.700,00</b>
<b>Investimento fixo</b>	<b>Valor</b>
Moveis (mesas, cadeiras (	970,00
Equipamentos para trabalhadores	2.500,00
Ferramentas para trabalho	42.000,00
Transportes para carregar materiais	6.000,00
Blocos para construção da empresa	12.000,00
<b>Total de Investimento fixo</b>	<b>63.470,00</b>
<b>Investimento pré-operacional</b>	<b>Valor</b>
Orçamento dos trabalhadores	30.000,00
Pagamento de energia	10.000,00
Pagamento de licença	12.000,00
Refeições	5.000,00
Blocos para construção da empresa	25.000,00
<b>Total de investimento pré-operacional</b>	<b>82.000,00</b>
<b>Total dos investimentos (1+2+3)</b>	<b>198.070,00</b>

Divulgamos a empresa para os nossos clientes através das mídias, como, rádios, televisões, jornais, redes sociais (facebook e whatsapp).

Os produtos chegam aos clientes através dos nossos transportes de entrega, nós fazemos chegar os produtos a qualquer parte do nosso local de instalação.

Inovaremos para poder crescer, ser uma empresa de renome, abrir novas filias

tudo isso só com as novas políticas ou estratégias para poder crescer.

### **Conclusão**

Concluimos assim com a a nossa visão acerca do projecto Building comercial, o projecto sera uma das mais-valias para aquela área de Munhiba e não só também para a cidade de Mocuba pois quanto menor for a distancia para a aquisição dos produtos menores serão os custos.

Estamos focados na tal área com o intuito de desenvolver a área de uma maneira aceitável para que futuramente nos possam congratular por tal efeito.

A Building Comercial esta focada no desenvolvimento das sociedades dando assim preços e ou custos acessíveis aos seus clientes e esperando assim o crescimento total da companhia.