**MÁRIO DE OLIVEIRA MARTINS**

**PLANO DE NEGÓCIOS DE UMA EDITORA DE LIVROS**

Este artigo tem por finalidade desenvolver um plano de negócios e é um conjunto de elementos que mostram o perfil da Editora Martins. O projeto trará vantagens aos estudantes, em diversos níveis da educação, mas prioritariamente ao ramo da indústria. Uma boa oportunidade para investir na educação. Além disso, é uma forma de contribuir com o projeto sustentável do cenário empresarial.

Todo o projeto de desenho técnico é elaborado em forma de coleções, que de tempo em tempo muda a configuração, sempre ampliando o formato. Passa-se depois para uma análise de qualidade. Nessa perspectiva analisa-se todas as características gerais da marca Martins, depois as peculiaridades de cada colégio ou instituição de ensino. Essa descrição minuciosa da marca demonstra a amplitude e a responsabilidade em colocar no mercado produtos de alto nível.

O livro será mais barato do mercado e será uma ferramenta fundamental na busca do conhecimento. O modo dessa geração pesquisar, estudar e procurar o saber é articulado de outra maneira. As vantagens serão grandes quando todos os envolvidos na educação descobrirem que vão gastar menos e alcançar uma qualidade maior no resultado do ensino. Hoje se gasta em média R$ 800,00 (oitocentos ) a R$ 1.500,00 (Mil e quinhentos reais) apenas nos livros impressos no início do ano. Sem contar os gastos do ano todo com xerox, pesquisas, impressos, caderno, etc... somando tudo no final do ano um aluno gasta mais de 3.000,00 com papéis. Com o novo livro, que já vem integrado todos os assuntos e não necessita de pesquisa externa, pois já possui um sistema de biblioteca para pesquisas, além dos conteúdos do ano, esse gasto de reduz para R$ 700,00 (Setecentos reais).

Uma organização é constituída de princípios, valores, missão e acima de tudo de bases sólidas que sustentem os seus objetivos e suas metas. Para que não se torna uma entidade desorganizada é importante que seus alicerces sejam bem firmes e nesse sentido haverá sucesso na administração e no resultado.

 A citada organização tem a missão de favorecer a todas as pessoas a oportunidade de ter alegria e desfrutar de cada dia de sua vida com intensidade e prazer. Os valores fundamentais são comprometimento, excelência, profissionalismo, trabalho em equipe, transparência e ética.

Inicialmente, percebeu-se que havia inúmeros objetivos definidos na criação da empresa, tais como: contribuir para o aumento e o desenvolvimento do capital intelectual, bem como a produção e difusão do conhecimento através de projetos de tecnologia; procurar desenvolver a autosustentabilidade como incentivo à prática dessa necessidade no cenário mundial; Inovar a metodologia pedagógica e didática da educação. No contexto hodierno a editora tem dois objetivos estratégicos, a saber: Gerar lucratividade sustentável e ser referência na indústria regional; Atingir a rentabilidade planejada, gerando eficiência na compra de materiais escolares eficientes. Dessa maneira, pretende ser futuramente uma empresa âncora na Bahia e no Brasil. A patente aqui demostrada será uma geração de renda e de empregos especializados em toda a região sudoeste.

É uma organização de grande porte, possuindo uma abrangência capaz de conviver com os demais concorrentes do ramo de TI de forma tranquila. Não há concorrentes diretos, isto é, não existe outra editora desse porte na região sudoeste, mas apenas lojas que vendem produtos de tecnologia. Com essa concorrência ampla, contudo não possuindo igual extensão, percebe-se que a empresa consegue ser o diferencial na linha de impressos. Por isso, é enorme a esforço para definir e articular todo o plano de negócios, entretanto, maiores são as vantagens de expansão dos produtos. Os livros são a maior novidade do mercado, de acordo com a estrutura formatada e nova oferta ao mundo da educação.

O objetivo do projeto é desenvolver um serviço em vista de uma administração holística. Somente com essa ordem se pode gerir uma empresa de grande porte. Por isso, a satisfação não é particularizada, mas com objetivos em comum, tanto dos colaboradores quanto da organização; todos ganham e o resultado é positivo. Os colaboradores não são visto como meros empregados, mas corresponsáveis na administração, porém, interlocutores do processo amplo e geral da empresa. Os fornecedores são pessoas fiéis e com visão ampla de futuro. Por sua vez, os clientes são o foco de toda a ação conjunta da organização. Assim, há uma interação entre os elementos essenciais do processo organizacional.

As características que identificam o serviço em nossa empresa são: funções definidas, trabalho em equipe, departamentalização sistêmica, objetivos e resultados compartilhados. Pode-se afirmar que a organização e-book possui essa estrutura harmônica.

É necessário analisar o perfil dos clientes. Estes são bastante exigentes. Possuem senso crítico e um patrimônio enorme: o nome registrado no Ministério de Educação, pois são entidades educadoras que possuem grande ênfase na qualidade do ensino; professores e demais colaboradores bem preparados com pedagogias diversas e perspectivas de carreiras definidas; as escolas, colégios e faculdades possuem o PPP – Projeto Político Pedagógico que contém os critérios e programas educacionais de acordo com o MEC (Ministério de Educação e Cultura); obedecem a normas e critérios educacionais, além de parâmetros curriculares em nível regional e nacional. Ademais, seguem um panorama amplo de educação. Tudo isso é a soma da responsabilidade que a editora assume ao firmar contratos com seus clientes.

É salutar a experiência do Treinamento e Desenvolvimento, porque propicia uma formação a curto e longo prazo e assim desenvolve uma sequência de atividades. Para que um treinamento possa atender ao objetivo de forma adequada e eficaz é necessário enfatizar o conteúdo e os objetivos. O Conteúdo do treinamento deve envolver: transmissão de informações, desenvolvimento de aptidões, desenvolvimento ou modificação de comportamentos e atitudes, desenvolvimento de conceitos. Já os objetivos do treinamento precisam estar claros e com a finalidade de obter os seguintes resultados: tornar os indivíduos aptos; servir de ligação a um contínuo desenvolvimento, transformar ações e atitudes.

Nessa dinâmica contextual é imprescindível que se tenha uma atenção especial nos quatro Pês: produto, o preço, o ponto e a promoção. A editora tem o plano piloto de amostragem dos produtos, em forma de cursos para apresentá-los aos diversos setores de educação. Toda a demonstração da nova aula digital será ministrada num período de um ano, distribuídos por etapas e cronograma, no intuito de envolver todas as categorias educacionais. O segundo P será comparado aos produtos eletrônicos do mercado como notebook, tablet e o preço estabelecido será uma média equivalente ou menor a R$ 700,00. O terceiro P será analisado com muita sabedoria. Após a análise de mercado feita, percebeu-se que a região do bairro Inocoop II e adjacências possui um contexto para o futuro mercado, com a presença de vários colégios, novo shopping, enfim do parque logístico. Com isso pretende-se agregar a esse novo conjunto o ponto da construção da nova editora. Finalmente a promoção partirá do princípio que é necessário convencer as pessoas com o novo produto. Dessa forma, a promoção consiste em descontos de 10% às entidades que assinarem contratos de fidelidade por 3 anos. Também será feito um concurso entre os alunos e aqueles que se destacarem com notas acima de 8 receberão no ano seguinte o livro gratuito.

 Todos os anos são realizadas nas cidades vizinhas, praças, nos colégios, faculdades, as feiras do livro digital, em que são apresentadas as novas configurações eletrônicas. Oportunidade de divulgação é a feira anual do livro, que atingirá também municípios vizinhos com a novidade do mercado.

 A própria empresa é responsável pelo marketing e para isso é indispensável uma equipe para elaboração de um planejamento detalhado para divulgação e distribuição. A citada equipe se ocupa de criar uma estratégia baseada no princípio de utilizar quatro meios: outdoor, panfletos, internet e o contato pessoal com as entidades de educação. Entende-se que a editora tem um foco de atuação especializado no ramo da tecnologia educativa.