



UNIFEOb
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
COLOR TAG

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
P&J SOLUÇÕES INTELIGENTES

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
COLOR TAG

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA – PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA – PROF. DANILO MORAIS
DOVAL

Estudantes:

Alessandra Tardelli Jorge, RA 18000520

Camila Cândido Souza, RA 18000518

Marilane Ap. M. Risso, RA 18000517

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	5
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR.....	5
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	5
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO.....	5
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA.....	6
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	6
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	6
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO.....	6
4. CONCLUSÃO.....	8
REFERÊNCIAS	9

1. INTRODUÇÃO

O presente Projeto tem como objetivo as inovações e criações do Empreendedorismo, embasado no conhecimento que nos foi apresentado durante o bimestre.

De acordo com as especificações será usado o método “BRAINSTORMING EMPRESARIAL”, onde será apresentado dentro desse conteúdo as ideias, sugestões e opiniões de todos envolvidos.

A decisão do ponto inicial, foi tentar criar algo totalmente novo e surpreendente.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Nosso Planejamento dará início a COLOR TAG, uma empresa de Comércio de Roupas e acessórios, será com uma novidade inusitada, pois os produtos serão vendidos por quilo, através de um catálogo de etiquetas coloridas.

Cada cor de etiqueta irá representar o peso e valor das peças a serem vendidas.

É uma loja de roupas para o público em geral, com venda exclusiva por quilo, em nossa loja o consumidor consegue escolher de acordo com a necessidade de modelo, tamanho, marca, feminino e masculino, podendo compor a compra como precisar, temos várias formas de precificações de acordo com as cores das etiquetas, todas de ótima qualidade e marcas renomadas no mercado. Cliente escolhe o que precisa, se dirige ao balcão, onde todas as peças são pesadas e o valor cobrado seguindo esse critério.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

A empresa tem o objetivo de inovar uma nova modalidade de vendas de roupas, e com o retorno expandir suas lojas, visando atender atacados e revendedores externos que venha a cidade em busca de mercadorias de alta qualidade com preço excelente para revenda em suas lojas ou mesmo para vendas porta a porta, investindo em profissionais capacitados na área de vendas.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Usamos um cômodo residencial, para abrir um ponto comercial para o início do negócio, o risco foi baixo por falta de capital suficiente para iniciar com um capital maior.

Optamos pela sociedade para investimento na compra das mercadorias iniciais, com pouca renda juntamos as economias para realizar a primeira remessa de compras.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

A proposta do negócio é de vendas de roupas e acessórios por quilo, por ser uma novidade no mercado, pode atrair vários clientes. O principal motivo é a curiosidade de como funciona o negócio, pois é um negócio ousado, mas com grande chance de crescimento no mercado

O diferencial da P&J em comparação com suas concorrentes de maior porte é a objetividade: a grande "marca" da empresa são seus aplicativos de controle de fluxo de caixa, customizáveis de acordo com o negócio de seu cliente, de rápida implantação e fácil manutenção.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A administração estratégica é essencial para uma atuação eficaz.

Uma vez que se conhece o cenário em que a empresa está inserida, sabendo os fatores que geram oportunidades para seu sucesso, bem como aquilo que gera ameaça à sobrevivência no ambiente externo, além de reconhecer suas fortalezas, competências e também fraquezas internas, os administradores podem definir qual é a razão de existir da empresa, e aonde se quer chegar com os recursos investidos.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Vamos utilizar das estratégias de inovação da empresa pela modalidade de vendas por quilo. Novidade no mercado que atrai a curiosidade do público, adquirir ferramentas e pessoas necessárias, impulsionando os resultados tornando a empresa menos frágil aos desafios do mercado.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

A missão é atrair o público pela novidade da venda por quilo, ter um bom planejamento, ouvir as necessidades dos clientes e observar a visão dos fornecedores.

É essencial pois faz parte da etapa inicial de qualquer negócio. Muitas empresas acabam fechando as portas com pouco tempo de vida, por não dar a devida importância para esse tripé.

A missão é atrair o público pela novidade da venda por quilo, ter um bom planejamento, ouvir as necessidades dos clientes e observar a visão dos fornecedores.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

É essencial, conhecer verdadeiramente o potencial da sua ideia, do seu negócio e observar se as pessoas que estão envolvidas neste processo compartilham da mesma percepção, sejam elas seus clientes, fornecedores ou colaboradores.

Além disso, a metodologia de precificação, aliada a seleção de marcas e a qualidade de produtos que estão estabelecidos na empresa, garantirá nosso fortalecimento no mercado.

4. CONCLUSÃO

A aplicação dos conceitos, e a abordagem interdisciplinar, fundamenta-se em adquirir conhecimentos que serão utilizados pela empresa, no foco das matérias disponibilizadas no módulo em questão.

O projeto utilizou a modalidade MATRIZ SWOT, para a identificação de oportunidades e definição de objetivos táticos.

O sucesso do empreendedor baseia-se em uma estratégia bem elaborada, baseada em dados e informações cuidadosamente coletados e analisados, e totalmente orientados por um alcance dos objetivos definidos e com base no material disponibilizado pela instituição para suprir os quesitos solicitados. Visando a criação de novos produtos e ousando da criatividade e inovação do mercado.

REFERÊNCIAS

www.eugeniomussaki.com.br

www.google.com.br

www.inteliliplan.com.br

www.portaleducacao.com.br

www.sebrae.com.br

CARVALHO, Antônio Pires de. Os empreendedores da nova era.

MUSSAKI, Eugênio. Liderança.