



UNIFEOb
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
CURSOS DE PROCESSOS GERENCIAIS, ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
3R'S

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
JUNHO, 2019

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
CURSOS DE PROCESSOS GERENCIAIS, ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
3R'S

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA – PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA – PROF. DANILO MORAIS

DOVAL

Estudantes:

Amanda Cristina de Souza Cunha, RA 18002000

Maria Olivia A Rodrigues RA 1012019100637

Jéssica Alves Bortoluci, RA 1012018200317

Leticia Buzato, RA 1012018200208

Mateus Tomaz, RA 1012018200373

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	6
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO.....	6
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA.....	8
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	8
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	9
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO.....	11
4. CONCLUSÃO.....	12
REFERÊNCIAS	13

1. INTRODUÇÃO

Para começo de conversa, gostaríamos de apresentar a 3R's, uma empresa inovadora, por que visa a sustentabilidade e a preservação do meio-ambiente, com grande possibilidade de elevação mercadológica, devido a seu planejamento de médio longo prazo.

Dito isto precisamos esclarecer que, nossa missão aqui foi imaginar um possível novo negócio, sem a real preocupação com sua viabilidade, embora em algumas unidades tenhamos atentado ao mercado, competitivo e predador.

De qualquer modo abusamos da criatividade ao propor a criação da empresa.

De modo didático e enriquecedor discutimos possibilidades para esse negócio, embora não tenhamos realizado seu plano na integra, aqui se encontra um pequeno rascunho.

É com orgulho que dizemos que a 3R's busca diferenciação no mercado, com planejamento de marketing e custo baixo.

Quer ser diferenciada ao vender produtos residuais, mas de qualidade, suprimindo as necessidades dos clientes.

Para tal empresa, espera-se crescimento rápido por seu caráter de inovação, livre de concorrência direta. Além do fato de contar com diversidade em produtos para melhor atender seus clientes.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa abordada nesse trabalho trata-se de uma loja de materiais novos para construção, situada à cidade de São José do Rio Pardo, SP. Tem o intuito de preservar o meio ambiente, visando assim, a sustentabilidade através de reutilização de produtos residuais. A preocupação em manter a qualidade dos produtos e suprir as necessidades dos clientes é constante!

O público alvo pertence às classes B e C, de faixa etária de 18 a 50 anos e do sexo masculino e a intenção é atender nas localidades próximas á sede da empresa. A loja atende ao público e faz entregas à domicílio.

O investimento inicial foi de R\$ 9.955,41 (nove mil, novecentos e cinquenta e cinco reais e quarenta e um centavos) e a projeção é de um lucro mensal de R\$ 1.500,00 (mil e quinhentos reais) e retorno total do valor investido em dois anos.

A missão da empresa é vender materiais novos em quantidade certa. Isso porque esse é o atrativo para os clientes, produtos de custo/ benefício interessante, com facilidade para pagamento e sem desperdícios, comprando o que precisa na medida certa.

Para a eficácia da empresa tudo foi minuciosamente estudado, calculado e planejado, de acordo com os dados abaixo descritos.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

Atualmente, ser dono do próprio negócio, é lidar com as constantes mudanças do mercado, clientes informatizados e profissionais que buscam carreiras de sucesso.

A Gestão Empreendedora se refere ao emprego de conceitos de empreendedorismo na administração de uma empresa ou negócio, são elas: capacidade de identificar necessidades e supri-las por meio de serviços/produtos, criatividade, inovação, etc.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Pode-se definir empreendedor um indivíduo apto a identificar e suprir necessidades de uma empresa por meio de negociações e resoluções de desafios de mercado.

O gerenciamento de uma empresa de sucesso nos dias de hoje exige de seus administradores um conjunto de habilidades que andem junto com as evoluções tecnológicas e o dinamismo do mercado atual. Para a sobrevivência no mundo dos negócios contemporâneo, o empreendedor deve ser hábil e estratégico para se antecipar ante seus concorrentes as necessidades de seus clientes. Um ponto indispensável é a atenção para não ser surpreendido por riscos comuns do mercado, como: riscos estratégicos e financeiros.

Neste ramo as habilidades do gestor não se diferem, pelo contrário, exige além de tais habilidades, o conhecimento na área de materiais para construções e qualidade de produtos e atendimento. Tal conhecimento irá colaborar para melhores negociações ao adquirir mercadorias e na venda, além de negociações de sucesso. A contratação de colaboradores aptos também é imprescindível.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

A fonte de capital utilizada será recursos próprios dos sócios, sendo dividida entre cinco partes iguais, caso haja necessidade de complemento de recursos recorrerão a financiamento bancários ou a investidores.

Fontes de Recursos:

1º sócio entrou com um capital no valor de 1.991,08 reais.

2º sócio entrou com um capital no valor de 1.991,08 reais.

3º sócio entrou com um capital no valor de 1.991,08 reais.

4º sócio entrou com um capital no valor de 1.991,08 reais.

5º sócio entrou com um capital no valor de 1.991,08 reais.

Capital Social

Sócio	Valor	Participação (%)
1º sócio	R\$ 1.991,08	20,00
2º sócio	R\$ 1.991,08	20,00
3º sócio	R\$ 1.991,08	20,00
4º sócio	R\$ 1.991,08	20,00
5º sócio	R\$ 1.991,08	20,00
Total	R\$ 9.955,41	100,00

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Loja de materiais novos para construções, visando sustentabilidade, preservação do meio-ambiente e reutilização de produtos residuais novos por venda fracionada, mantendo a qualidade e buscando suprir as necessidades dos clientes, em uma localização acessível, atingindo o público alvo das classes B e C, de faixa etária de 18 a 50 anos do sexo masculino.

Público-alvo (perfil dos clientes)

Ambos os sexos, classe B e C, faixa etária de 30 a 50 anos, diversos trabalhos, renda média de 980,00 a 3.000,00, da cidade de São José do Rio Pardo- SP

Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

A quantidade necessária que irá utilizar e economia, preço atrativo e produtos com boa qualidade.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

Na cidade de São José do Rio Pardo- SP

CONCLUSÕES

Ao Analisar a concorrência chegou-se a conclusão de que não há concorrente direto, pois não existe uma empresa com o mesmo propósito, porém há concorrentes indiretos como Arcádia e o Ormando Biongo que são duas grandes redes de venda de materiais para construção localizadas em São José do Rio Pardo junto com a 3 R's, mas com quantidade mínima de venda, já o Brechó da Construção vende produtos com baixo custo, porém são materiais usados. O que torna na 3 R's uma empresa diferenciada no mercado.

As informações podem ser melhor visualizadas na Tabela 1 exposta abaixo:

Tabela 1 - DADOS DE ANALISE SITUAÇÃO DE MERCADO

Empresa	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos clientes
Arcádia	Boa	Médio a alto	Cheque, cartão, dinheiro e boleto	Avenida Brasil	Presencial e online	Venda direta, venda online
Brechó da construção	Média	Baixo	Dinheiro	Avenida Perimetral	Presencial	Presencial
Orlando Biondo	Boa	Médio a alto	Dinheiro, cartão e cheque	Avenida Brasil	Presencial	Presencial

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

O que seria estratégia empresarial significa decisões a serem tomadas hoje para que seus objetivos se realizem futuramente? Nada mais é do que traçar uma rota e organizações para a caminhada da sua empresa no mercado. Quem toma conta dessa rota é a gestão de frente da empresa. A estratégia empresarial passa a ser muito importante pelo fato de que muitas empresas nascem e crescem de forma desordenada, podendo até sobreviver por certo período no mercado. Mas, em tempos de tantas mudanças nos aspectos políticos, econômicos, sociais e tecnológicos, em um mercado altamente competitivo, sobreviver com resultados diferenciados, exige muita organização, controle e inovação de acordo com o SEBRAE (2017).

As empresas devem começar especificar o que oferecem para atingir os objetivos e atender assim as demandas do meio em que pretendem operar. A partir disso, também se pode definir sua vantagem competitiva, ou seja, seu diferencial perante seus concorrentes, que delimitará de forma mais assertiva qual direção seguir rumo ao sucesso. Para se elaborar estratégias empresariais, é importante partir de um roteiro, organizar o pensamento de forma estratégica, orientando a empresa rumo ao futuro e ao sucesso (Idem, Ibidem).

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão, Visão e Valores são definições importantes para saber direcionar decisões a serem tomadas no dia-a-dia de uma empresa, servem como definições de comportamentos para que o caminho fique claro a ser seguido. São três fatores essenciais e fundamentais para elaboração de um planejamento estratégico.

Missão nada mais é que a identidade da sua empresa podendo assim responder a simples pergunta, porque existimos? É onde consegue identificar onde sócios e colaboradores trabalham e se esforçam tanto. Todos devem saber claramente o propósito, a razão da existência da organização para que assim possam ter controles de suas atitudes e decisões (CLOSS, 2019).

Exemplos de Missão:

- Walmart – Nós economizamos o dinheiro das pessoas para que elas possam viver melhor!
- Harley Davidson – Nós realizamos sonhos através da experiência de motociclismo.
- Mary Kay – Dar oportunidades ilimitadas às mulheres.
- Microsoft – Ajudar pessoas e empresas por todo mundo a realizar todo o seu potencial!
- Involves – Nosso propósito é a harmonia entre pessoas e tecnologia para uma execução perfeita.
- Progin – Tornar o ambiente de trabalho mais feliz.

Visão é o aonde mostra os objetivos na sua empresa em longo prazo. Representa um estado futuro para o negócio aonde deseja chegar e alcançar. A visão de uma empresa precisa ser pratica realista e visível. Sendo diferente da missão ela é criada a período de tempo pré-determinado podendo mudar ao longo do tempo conforme encontra a empresa no momento (CLOSS, 2019).

Exemplos de Visão:

- Instituto Brasileiro de Coaching – Ser a maior Escola de Coaching do Mundo.
- Disney – Criar um mundo onde todos possam se sentir crianças.
- Coca-Cola – Matar a sede do mundo.
- Petrobrás Visão 2030 – Ser uma das cinco maiores empresas integrada de energia do mundo e a preferida dos seus públicos de interesse.
- Involves – Temos um grande sonho. Queremos ser os parceiros estratégicos em trade marketing das grandes marcas globais.
- Progic – Ser reconhecida como líder em soluções para comunicação com colaboradores de médias e grandes empresas através de conteúdo educativo, tecnologias inovadoras, metodologias próprias e serviços de excelência.

Valores de uma empresa representam organizações, crenças e comportamentos na qual a empresa acredita onde valoriza suas motivações para ser o que é e fazer o que faz, na qual faça com que mantenha o foco para chegar ao seu objetivos (CLOSS, 2019).

Exemplos de Valores:

- Avon – Confiança; Respeito; Crença; Humildade; Integridade.
- Petrobras – Respeito à vida, às pessoas e ao meio ambiente; Ética e transparência; Orientação ao mercado; Superação e confiança; Resultados.
- Banco Itaú – Só é bom para a gente, se for bom para o cliente; Simples. Sempre; Fanáticos por performance; Pensamos e agimos como donos; Gente é tudo para a gente; Ética é inegociável; O melhor argumento é o que vale.
- Coca-Cola – Inovação; Liderança; Responsabilidade; Integridade; Paixão; Colaboração; Diversidade; Qualidade.
- Involves – Integridade; Garra; Música; Empatia; Evolução; Eu sendo eu.
- Progic – Bom relacionamento; Critérios elevados; Ética; Compromisso; Humildade.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Loja de materiais novos para construções, visando sustentabilidade, preservação do meio-ambiente e reutilização de produtos residuais, mantendo a qualidade e buscando suprir as necessidades dos clientes, em uma localização acessível, atingindo o público alvo das classes B e C, de faixa etária de 18 a 50 anos do ambos o sexo.

- Missão: Vender materiais novos na quantidade certa.
- Visão: economia, preço atrativo e produtos com boa qualidade.
- Valores: respeito ao próximo, confiança, preservação do meio ambiente.

4. CONCLUSÃO

É notório que, por meio desse estudo de caso, para uma empresa ter êxito no mercado em que atua é necessário um bom planejamento estratégico. Ainda assim um plano de negócios não garante o sucesso do empreendimento pois fatores externos também influenciam diretamente no resultado e por isso a importância de fazer análises contínuas das oportunidades, ameaças e do cenário do mercado em que atua, fazendo revisões e atualizando o plano de negócios sempre que houver necessidade.

O plano de negócios tem como propósito, permitir que o empreendedor seja capaz de estimar seus riscos, mesmo que não os anule, é possível gerar estratégias para evitá-los ou mesmo solucioná-los.

Através de toda análise feita é possível que a empresa em questão gere um retorno em um prazo médio de seis meses, isso se for feita sempre uma pesquisa por materiais de custo benefício satisfatório e que esteja aquém da proposta de produto a ser oferecido aos clientes.

Se faz necessária também uma rigorosa análise sobre os bens móveis, administrando os recursos da melhor maneira possível.

REFERÊNCIAS

CLOSS, D. Missão, Visão e Valores de uma Empresa – Conceitos, Exemplos e Como Comunicar. Endomarketing.tv. Postado em jan. 2019. Disponível em <<https://endomarketing.tv/missao-visao-e-valores/#.XRIZgehKjcs>>. Acesso em 18 jun. 2019.

SEBRAE. Estratégia Empresarial. Postado em 7 dez. 2017. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-sao-estrategias-empresariais,e4df6d461ed47510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> . Acesso em 18 jun. 2019.