



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
LOJA SPORT WORLD

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
LOJA SPORT WORLD

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA – PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA – PROF. DANILO MORAIS
DOVAL

Estudantes:

Bruno Lago Pianez, 18001062 – 3º Modulo Administração

Luan Henrique Lovato, 1012019100357 – 1º Modulo Ciências Contábeis

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	11
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO.....	12
4. CONCLUSÃO.....	13
REFERÊNCIAS	14

1. INTRODUÇÃO

Hoje em dia fala-se muito sobre empreender. Ao ouvir esse termo, logo imaginamos pessoas abrindo empresas, vendendo produtos e serviços e até gerando empregos. Empreendedorismo é a atitude de quem, por iniciativa própria, realiza ações ou idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e administração.

Ao analisar o mercado, podemos perceber que nem todos os serviços, produtos ou métodos de trabalho são eternos. Há diversos itens que cumprem uma função durante um determinado período e, depois disso, são gradualmente deixados de lado pelo público, que passa a buscar novas soluções. Isso ocorre naturalmente devido às mudanças de contexto cultural, social, econômico e de consumo.

Essa demanda do mercado por opções mais adequadas ao cenário atual alimenta o empreendedorismo, e vice-versa. Da mesma forma, o próprio empreendedorismo alimenta a continuidade da renovação dos movimentos de mercado, fazendo com que haja oportunidades de expansão, evolução e crescimento ininterruptos nas mais variadas indústrias. Ao trazerem inovações a esses segmentos, os empreendedores geram empregos, movimentam a economia e preparam o terreno para o desenvolvimento.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A loja Sport World tem como objetivo o comércio varejista de roupas e acessórios esportivos, oferecendo a seus clientes roupas específicas para a prática esportiva, levando em consideração as melhores tecnologias aplicadas aos tecidos, que trarão como benefício uma melhora a performance esportiva de nossos clientes. A loja revenderá os produtos das maiores e principais marcas desse seguimento.

A loja terá sua sede na cidade de Espírito Santo do Pinhal, e terá como concorrentes lojas já existentes no mercado da região.

A Sport World pratica Marketing de Segmento, pois está direcionada para um grupo de pessoas específicas, às que praticam atividades físicas.

A loja Sport World destina-se exclusivamente à venda de roupas e acessórios esportivos, dessa maneira nosso segmento de mercado e público alvo são homens e mulheres, dos 15 aos 59 anos, que possuem hábitos semelhantes, como a prática de exercícios físicos.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

A gestão empreendedora é a união de todos os conceitos do empreendedorismo aplicados na administração de um negócio.

Nos dias de hoje, para identificar e sustentar essas necessidades, o perfil do empreendedor deve ser dinâmico, inovador e criativo, algumas características que não eram tão requisitadas antigamente.

Uma gestão empreendedora é aquela que engloba práticas gerenciais baseadas nessas características, aplicando-as no ambiente interno da empresa, criando um ambiente propício à inovação, com equipes motivadas e comprometidas a idealizarem novos produtos e serviços.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Um perfil deste empreendedor é ter paixão pela atividade, conhecer as tendências de mercado, identificar oportunidades, ter visão clara de onde quer chegar, ter capacidade administrativa entre outros.

A loja Sport World irá ter sua sede na região central da cidade de Espírito Santo do Pinhal, atendendo os clientes da cidade.

A longo prazo, pretende-se instalar filiais da loja na cidade de Vargem Grande do Sul e Poços de Caldas, ampliando a área de atuação da empresa.

A Sport World se posiciona no mercado como uma loja que oferece os melhores produtos, com as últimas tecnologias empregadas em tecidos e acessórios fitness, com um preço mais elevado que resultará numa melhor performance esportiva para nossos clientes.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Serão utilizados recursos próprios dos sócios, que seria em torno de R\$ 50.000,00.

Os mesmos serão destinados:

- Mobiliário para a área administrativa – R\$ 5.000,00
- Despesas de registro da empresa, honorários profissionais, taxas etc.- R\$ 3.500,00
- Produtos e equipamentos – R\$ 20.000,00
- Capital de giro para suportar o negócio nos primeiros meses de atividade – R\$21.500,00

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Na cidade de Espírito Santo do Pinhal contamos com várias lojas de comércio varejista de roupas. Entretanto, percebemos uma carência no mercado específico de roupas e acessórios esportivos. A Sport World tem como concorrentes na cidade: a Loja Spinners, Loja Ponto do Esporte e também podemos citar Loja Tem Total Modas, O Precinho e Lojas D+.

A Sport World se posiciona no mercado como uma loja que oferece os melhores produtos, com as últimas tecnologias empregadas em tecidos e acessórios fitness, com um preço mais elevado que resultará numa melhor performance esportiva para nossos clientes.

Na cidade de Espírito Santo do Pinhal, estima-se que esse mercado fature cerca de R\$ 1.800.000,00 anuais.

Os produtos vendidos pela loja Sport World serão roupas apropriadas para prática de exercícios e de diferentes esportes; Tênis; e variados acessórios que facilitem e auxiliem a prática de exercícios físicos, como coqueteleiras, squeeze, luvas de musculação entre outros.

Nosso produto se enquadra no nível de produto ampliado, pois oferecemos produtos, com qualidade, características e utilidades próprias.

Os produtos oferecidos pela loja classificam-se como de consumo, por serem adquiridos pelo consumidor final para seu próprio uso, e enquadram-se como produtos de

comparação pois durante o processo de seleção e compra, consumidor os comparam em termos de adequação, qualidade, preço e modelo. Além disso se classificam como bens tangíveis e duráveis.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

O processo de administração estratégica inicia-se juntamente com a análise do ambiente, com o objetivo de monitorar o ambiente organizacional visando a identificação dos riscos e das oportunidades presentes e futuras. Mediante a isso, esse ambiente acaba por fim com todos os fatores, internos e externos a organização, que influencia diretamente no progresso adquirido por intermédio da realização desses objetivos organizacionais.

Os administradores devem entender o objetivo da análise do ambiente, reconhecer os diversos níveis que existem no ambiente da organização e compreender as normas e recomendações ao realizar uma análise do ambiente.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Após a identificar e conhecer nossos concorrentes, foi elaborado um quadro com a análise SWOT, contendo as forças e fraquezas dos mesmos e em seguida a tabela com a análise PFOA com as ameaças e oportunidades do ambiente interno e externo da Loja Sport World.

	Loja Spinners	Loja ponto do Esporte	Loja Sport World
Forças	Maior tempo de atuação no mercado; Loja mais reconhecida; Público fiel;	Mão de obra mais experiente; Recursos financeiros abundantes;	Novas opções de produtos; Preços mais competitivos; Atendimento diferenciado; Lançamento de novidades do mundo fitness;

Fraquezas	Reposição de produtos lenta; Demora no lançamento de novas roupas e acessórios;	Espaço físico da loja reduzido;	Mão de obra pouco experiente; Marca pouco conhecida;
------------------	--	---------------------------------	---

Análise PFOA – Loja Sport World

	Oportunidades/ Força	Ameaças/ Fraqueza
Ambiente Interno	Equipe bastante motivada; Atendimento diferenciado; Ambiente agradável;	Pouca experiência por parte de seus colaboradores; Recursos financeiros limitados;
Ambiente externo	Boa localização (Centro) Formação de alianças;	Concorrentes experientes; Diminuição da demanda, devido à crise econômica; Marca pouco conhecida; Concorrência indireta (lojas sem especialização) muito forte;

A loja Sport World, procurando oferecer sempre o melhor serviço para nossos clientes, contará com uma equipe de funcionários treinados para indicar as melhores mercadorias para a necessidade de cada cliente. Contaremos com um sistema de mala direta, afim de divulgar nossa marca para o maior número de pessoas.

Para a fixação do preço, iremos levar em consideração os custos com funcionários, aluguel, água, luz, telefone, internet, custo de aquisição da mercadoria e nossa margem de lucros.

A política adotada para fixar os preços, será em cima da média dos valores praticados pela concorrência.

Os produtos oferecidos pela Sport World, são de altíssima qualidade, oferecendo produtos das marcas mais conhecidas do estilo, como Adidas e Nike. Nossos valores variam muito. Vão desde R\$ 39,90 (preço de uma garrafa squeeze), até R\$ 799,00 (valor de tênis de alta performance).

Por sermos uma empresa de pequeno porte os sócios optaram por utilizar o Método da Disponibilidade de Recurso, utilizando um valor mínimo necessário para gastar na divulgação do negócio.

A estratégia usada pela loja será a de posicionamento no mercado como a loja mais completa e com disponibilidade dos produtos de maior qualidade e tecnologia do mercado de roupas fitness.

Para essa divulgação, a loja irá realizar panfletagens, a cada nova coleção ou promoção nova; carro de som circulando pelo centro da cidade, divulgando alguns produtos da loja; comercial na rede local de televisão; além de divulgação nas redes sociais.

A empresa optou por uma departamentalização funcional, onde os departamentos criados são formados por pessoas que possuem habilidades e conhecimentos similares e que participam de atividades e tarefas comuns dentro do processo de trabalho.

Dentro de cada departamento, as pessoas são responsáveis por um processo específico de sua função especializada.

Como os departamentos são formados de acordo com a principal função especializada, as principais áreas adotadas são: produção, vendas e finanças, podendo também ser acompanhado de outras áreas como recursos humanos. Este tipo de departamentalização é o mais comum nas organizações.

A Sport World irá oferecer os melhores produtos disponíveis no mercado, tendo como fornecedores marcas de grande relevância que integram qualidade, tecnologia e design. Dentre nossos colaboradores estão:

- Nike
- Adidas
- Olympikus
- Oxyfit
- Canoan Moda Fitness

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Determinar a Missão, a Visão e os Valores da organização pode ser vista apenas como uma formalidade por algumas empresas, mas esses princípios podem proporcionar muitos benefícios.

A Missão, Visão e Valores contribui de forma positiva para os relacionamentos e para a imagem da organização junto dos públicos interno, externo e na fidelização dos clientes e parceiros.

Missão - de uma organização, comunica a sua razão de existir, tudo o que ela visa oferecer para o mercado, quem ela será para cada parte interessada, sejam clientes, colaboradores ou investidores por exemplo.

Visão – mostra aonde a empresa quer chegar e traz seus objetivos de longo prazo. É também o que orienta suas ações e aspirações para o futuro. Motiva os colaboradores e líderes a irem além e ajudar a empresa a conquistar grandes realizações e deve ser uma meta palpável e realista.

Valores - são os princípios e as crenças que servem como guias e parâmetros para os relacionamentos entre todas as partes envolvidas em uma organização.

Exemplos

Missão

Microsoft – Ajudar pessoas e empresas por todo mundo a realizar todo o seu potencial!

Visão

Disney – Criar um mundo onde todos possam se sentir crianças.

Valores

Coca-Cola – Inovação; Liderança; Responsabilidade; Integridade; Paixão; Colaboração; Diversidade; Qualidade.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Missão

Comercializar artigos esportivos com criatividade e tecnologia, proporcionando satisfação, respeito, prazer, energia e desafios sem limites, com qualidade superior, conforto e satisfação aos nossos clientes

Visão

Ser reconhecida nacionalmente entre as principais lojas no segmento esportivo.

Valores

Ter confiança, respeito, crença, humildade, integridade, resultados e comportamento ético.

4. CONCLUSÃO

Planejamento Estratégico é considerado como um processo dedicado a uma visão sistêmica da empresa atingindo toda a estrutura e alcançando os objetivos de um modo eficiente e eficaz para as organizações. Para abrir o próprio negócio e manter-se firme no mercado as micro e pequenas empresas não devem contar apenas com o acaso da sorte, mas é imprescindível colher informações seguras e confiáveis e saber o que fazer, quando fazer, onde e como.

As organizações que possuem um planejamento estratégico passam a frente daquelas que executam e depois planejam, portanto para aquelas que antes de executar seus negócios procuram adotar um planejamento a oportunidade de estar à frente na competitividade será maior e o alcance para o sucesso será satisfatório.

Através do presente estudo verificou-se a veracidade da hipótese apresentada, pois para as micro e pequenas empresas sobrevivam e tenham um sucesso organizacional com o planejamento estratégico devem levar em consideração os fatores externos quais sejam: as variáveis econômicas, tecnológicas, sociais e dentro outras, sendo estes importantes para o entendimento de suas necessidades organizacionais e, por conseguinte, as decisões de gestão.

REFERÊNCIAS

LEITE, Julio. **As etapas do processo de administração estratégica**. [S. l.], 21 nov. 2014. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/as-etapas-do-processo-de-administracao-estrategica>. Acesso em: 24 jun. 2019.

MATEUS, Mário. **O QUE É GESTÃO EMPREENDEDORA E COMO APLICAR EM SEU NEGÓCIO?**. [S. l.], 3 ago. 2018. Disponível em: <https://www.matur.com.br/noticias/o-que-e-gestao-empresendedora/>. Acesso em: 24 jun. 2019.

O que é empreendedorismo? Definição e dicas para quem quer ser um! [S. l.], 26 out. 2018. Disponível em: <https://blog.serasaempreendedor.com.br/o-que-e-empresendedorismo-definicao-e-dicas-para-quem-quer-ser-um/>. Acesso em: 24 jun. 2019.