



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
VG

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
VG

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Estudante Gabrielly da Silva Martins, RA
1012021100501

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

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	9
REFERÊNCIAS	12
ANEXOS	13

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste projeto é levar a ideia do delivery, na região do interior de São Paulo, essa ideia surge com o estudo da aula Estratégia Empreendedora: geração e exploração de novas entradas da matéria Gestão Empreendedora, durante o estudo eu percebi que criar uma empresa em uma região com alta necessidade do delivery, principalmente nessa pandemia da Covid 19, obteria um ótimo resultado. Quando falamos do delivery em São Paulo, falamos também de um grande fluxo de gastos pelos consumidores. Porém, esse fluxo começa a diminuir nas cidades do interior do Estado. Em uma pesquisa você irá perceber que a maioria dos restaurantes do interior de São Paulo, trabalham com o seu próprio delivery, já os restaurantes da Capital a maioria prefere trabalhar com o iFood. Contudo, meu projeto irá mostrar que o crescimento de um delivery nessa região, administrado por uma empresa específica pode faturar tão bem quanto ao um delivery simples da região.

Vamos conhecer melhor a **VG**.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A **VG**, nome inspirado com as iniciais da dupla, mesmo que um dos fundadores não esteja mais presente, será uma empresa de delivery, inspirada no iFood. Você deve estar pensando, como uma empresa de delivery pode competir com a iFood, a resposta é bem simples: Quando você observa um território com pouco recurso de empreendimento para um serviço específico, você acaba percebendo que o seu negócio pode dar certo, se planejado da maneira correta. A **VG** foi planejada para ser uma empresa de delivery, voltada para clientes que habitam o interior de São Paulo, onde na maioria das vezes não existe um aplicativo para um delivery tão rápido. Executar um pedido na maioria das vezes, pode acabar sendo estressante, mas meu objetivo no aplicativo, é criar uma plataforma simples e rápida para acessos, tanto para o comércio que deseja vender, e para o cliente que quer comprar.

O setor da empresa fica localizado no ramo de restaurantes, através de uma plataforma online. O aplicativo permitirá ao comerciante acessar um menu de introdução do seu negócio: O tipo de comida, as formas de pagamento, e como ele irá querer o delivery. Existirá dois tipos de delivery, o delivery simples que é feito pelo próprio entregador do estabelecimento, ou o delivery rápido, construído por entregadores da **VG**. A contratação do delivery rápido é feita por um pagamento de taxa mensal para a empresa, onde a empresa se responsabiliza pela entrega rápida, segura, e prática, permitindo que o estabelecimento se preocupe apenas com a qualidade do produto. Vale ressaltar que, embalagens para embrulho do alimento, serão disponibilizadas, assim que for assinado o aplicativo **VG**, no estabelecimento.

Minha preocupação com a concorrência ainda é mínima, não deixará de existir, porém, devido a falta de aplicativos de delivery na região que eu quero construir, fica mais fácil o meu crescimento financeiro com os clientes. Uma concorrência sempre é boa, mas o meu serviço será um diferencial no mercado, permitindo o sucesso da empresa.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

A proposta do meu empreendimento, é reforçar a ideia de que o investimento em regiões pequenas, pode gerar lucros da mesma forma que cidades grandes. O aplicativo é um meio de acesso muito rápido, e prático. Basicamente, você irá acessar uma plataforma com todos os restaurantes cadastrados, vai decidir a sua refeição. Construindo a inovação colocando a possibilidade de realizar o pagamento já na plataforma, sem precisar ter contato com o entregador, mantendo a sua saúde e a saúde do funcionário da empresa estável. Isso foi pensado, com base no que estamos vivendo, com a covid-19. A plataforma é constituída por cores vibrantes, diversificando de demais aplicativos, nas opções de refeições, também irá mostrar as avaliações do estabelecimento, comentários, e fotos do pedido. Três botões estão disponíveis, o primeiro é para realizar o pedido e o pagamento (e o seu tipo de delivery), o segundo é para você ter acesso nos comentários efetuados, ou realizar um. E o último, para ligações no estabelecimento.

Abaixo de tudo isso, ficará um canal de atendimento diretamente com a central da VG, onde você poderá encontrar pessoas reais, te ajudando com problemas do aplicativo, ou com seu pedido.

Analisando a parte do restaurante que escolhe nosso serviço de delivery, posso assegurar que não existem pretextos para desistência do serviço, a plataforma também irá acolher o ambiente que deseja vender, permitindo a tranquilidade do dono do estabelecimento para realizar a entrega.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Sempre acreditei que um perfil de um bom negócio está relacionado ao que existe por detrás dele. Bom, construindo um perfil profissional desde o momento do

ensino médio, eu realizei diversas palestras que me permitiram me sentir mais confiante no mundo dos negócios. Para ter uma empresa do que eu sonho, é preciso a comunicação e marketing andarem lado a lado, e eu sinto isso. A logística, dentro dessa empresa cresce a cada dia, para um bom fornecimento de serviço prestado ao consumidor. Compreendendo e com muito estudo, adquirindo um perfil empreendedor, me sinto preparada para lidar com o delivery, sabendo que uso todos os dias para me alimentar; Seria maravilhoso eu conseguir usar o meu algum dia. Quero deixar registrado que um bom empreendedor não nasce empreendendo, ele se constrói a cada dia dentro do seu negócio. Esse é o meu maior objetivo.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Com base no levantamento do site PHURSHELL, o valor estipulado foi de \$45.620.00 A partir disso, foi estudado a negociação de um empréstimo bancário no valor de \$100.000 pelo banco Bradesco, sendo considerado financiamento por endividamento.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

A nossa proposta é levar o conforto para aqueles que não tem um Delivery mais prático, e como eu venho de cidade de interior, e o meu sócio também, percebemos a necessidade de um aplicativo, quando vamos pedir uma refeição, na maioria das vezes mais que o desejado, acabamos passando um estresse com a entrega, o alimento acaba demorando, chegando frio e até bagunçado. A proposta da **VG** é diminuir a ocorrência desses fatores, com o aplicativo inovador, nós estamos empolgados para mostrar a todos a sua eficácia de serviços de qualidade. Nosso foco de clientes acaba se tornando 50% os donos de estabelecimentos, e 50% clientes dentro das suas casas, aguardando ter uma boa refeição, já que o aplicativo abrange os dois lados do negócio.

Com pesquisas, nós concluímos que nosso lugar dentro do mercado é o negócio que mais cresceu na pandemia. Isso é positivo e muito importante ser levado em consideração; Nosso concorrente principal é o iFood, e durante a pandemia ele cresceu 50%, e isso não deveria ser visto como algo negativo, mas esse % também mostra que existe lugares para esse tipo de empreendimento. Acreditamos no potencial e na nossa

capacidade de ampliar e fazer desse aplicativo, nosso sucesso. Nosso plano de marketing envolve sair do padrão de aplicativo laranja, e investir em um design mais moderno e diferente. Quando falamos de marketing, acreditamos que ele é feito somente de propagandas, mas não adianta entregar um anúncio muito bom, mas o produto ser ruim, nosso objetivo é acrescentar melhores desempenhos para tal ação de executar o pedido, ou, realizar o cadastro e a assinatura.

Criar e manter um aplicativo é muito caro, é por isso que decidimos criar uma taxa mensal para os assinantes, e mesmo que essa taxa seja pequena, o pouco que ganhamos faz total diferença para a empresa. É muito prático e fácil entregar a responsabilidade do seu delivery para uma empresa especializada nisso, nossa principal diferença no mercado é exatamente essa, abrir um espaço seguro e eficaz para o entregador e para o dono do restaurante/lanchonete/bar.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A estratégia da empresa VG, é caminhar por uma trilha de aperfeiçoamento no contato com o público, ou seja, cada vez mais investir em recursos no aplicativo para que a experiência seja positiva 99% das vezes. Além de uma experiência positiva com o aplicativo, nossa missão é adquirir espaço entre outros aplicativos famosos da Apple store ou play store. Quando a gente fala sobre uma empresa na região do interior de São Paulo, acredita-se que nossa visão é alcançar um público pequeno, mas é mais do que isso. Queremos crescer expandindo nosso serviço de delivery, causando até uma certa concorrência entre outros, que acham que serão os maiores por um grande período de tempo. Um aplicativo totalmente fácil de mexer, que qualquer um consiga executar o pedido, ou cadastramento de estabelecimento. O aplicativo não aceitará palavras de baixo calão, tornando um ambiente saudável e fácil de interação, para ambas partes. A VG será aceita positivamente, e o nosso maior objetivo de todos é sermos aceito pelo público, deixando nossa marca e nosso serviço reconhecidos de uma forma única, especial, e eficiente, acima de tudo.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A estratégia empresarial da VG é ser referência na entrega de comida realizada por aplicativo, e dentro de 5 anos, através de medidas como: pesquisa dos perfis dos clientes e do mercado, possamos criar uma base para o crescimento da empresa. Além disso, nossa questão de estratégia está relacionada ao contato com outros empreendedores, assim como nós, que procuramos um serviço de qualidade para confiar seu lugar. A ideia é para os assinantes da VG, ser inserida uma taxa mensal, beneficiando o contratante um serviço completo de delivery, por exemplo, um entregador da empresa, qualificado e treinado pela VG. Mesmo que não seja assinado, nossa plataforma estará disponível para todos os estabelecimentos, atingindo a primeira lição sobre uma boa estratégia empresarial, que é abrir oportunidades com via dupla,

criando uma pirâmide estratégica: o cliente contrata o serviço, diminui preocupações e gastos com o entregador. VG ganha uma taxa mensal fixa, definida por um contrato. Ganha visibilidade por outros lugares. A empresa atinge a meta de vender, lucrar e ser bom para o cliente.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Os conceitos de missão, visão e valores são respectivamente: a missão é o propósito da empresa existir, é a sua razão de ser. A visão é a situação em que a empresa deseja chegar (em período definido de tempo). Os valores são os ideais de atitude, comportamento e resultados que devem estar presentes nos colaboradores e nas relações da empresa com seus clientes, fornecedores e parceiros.

Por exemplo a empresa iFood, empresa brasileira atuante no ramo de entrega de comida pela internet, tem como missão ser a maior e melhor plataforma de delivery da América Latina, dando ao consumidor mais opções e agilidade na hora de pedir comida e como valores estão a facilidade, privacidade e respeito com os usuários e parceiros.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

A missão da VG é atender às necessidades dos nossos clientes, entregando ao consumidor mais opções e rapidez na hora de pedir comida. Também, em partes, a missão se torna também uma vontade de mostrar como um aplicativo responsável pelo delivery, pode ser um bom investimento. A visão é se tornar um dos aplicativos de delivery da região, muito bem colocado no mercado, opiniões positivas, retorno financeiro, e principalmente, a fixação do público no nosso serviço, em 5 anos. Os valores principais, falamos daqueles que você sente quando olha para uma empresa, são eles; inovação, comprometimento, confiança, serviço de qualidade, ambiente virtual totalmente interativo, permitindo um diálogo entre o estabelecimento e o cliente. O SAC de reclamação também torna o ambiente confortável, fazendo o cliente se sentir confiante ao dar sua opinião. Definindo tudo e resumindo, nosso aplicativo busca a sua

confiança e sua aquisição, realizando a responsabilidade de administrar seu delivery e também as suas vendas.

4. CONCLUSÃO

Concluimos que, o PI (projeto integrado), pode influenciar em um novo empreendimento. O PI trabalhou nossas capacidades administrativas, empreendedoras e estratégicas, apesar da dificuldade nas partes estratégicas, conseguimos executar o nosso maior desempenho. As principais dificuldades estão relacionadas a estratégia, a parte empresarial, missão, visão e valores.

Foi importante realizar pesquisas, entender um pouco mais sobre a relação entre o cliente e o empreendedor. Aprendemos que, um negócio funciona totalmente voltado para o público, gerando as fontes de capital e resultados positivos. Vale ressaltar que, para um bom empreendimento acontecer, ele deve ser totalmente estudado e comentado entre os companheiros de equipe. Mesmo que você esteja sozinho, é importante a comunicação com o serviço externo. Toda essa parte de pesquisas, estudos, foi realizada pelos dois integrantes da equipe, porém a ideia do aplicativo e a administração do delivery, surgiu pelos dois.

Conclusão, o investimento no negócio de delivery, executado por aplicativo, pode resultar em um grande retorno financeiro. Importante lembrar que, estudado corretamente, trabalhado ideias de divulgação, comunicação, e uma fonte de administração forte. É um projeto a ser pensado para ser desenvolvido no futuro, e não teria acontecido sem a Escola de negócios investir nesse aprendizado.

Fiquei extremamente feliz e completada em realizar esse PI, de inúmeras maneiras ele me ajudou a aplicar o meu conhecimento administrativo. Encerro essa conclusão agradecendo ao meu companheiro Vitor Baptista, que finalizou suas atividades na faculdade de administração, mas que mantém seu lugar estruturado dentro desse projeto, administrou com grande êxito o planejamento estratégico, me orientando

e fortalecendo as minhas ideias, foi um grande companheiro de equipe, e pretendemos investir na VG.

Agradeço de uma maneira muito especial os meus professores: Luis Fernando Pancine, e Danilo Doval, que não mediram esforços para realizar as aulas ao vivo e orientar sobre o PI, mantendo uma explicação excelente e bastante esclarecedora que me trouxe até aqui. Professores atenciosos, que me influenciaram indiretamente a me dedicar por inteira nesse projeto integrado.

REFERÊNCIAS

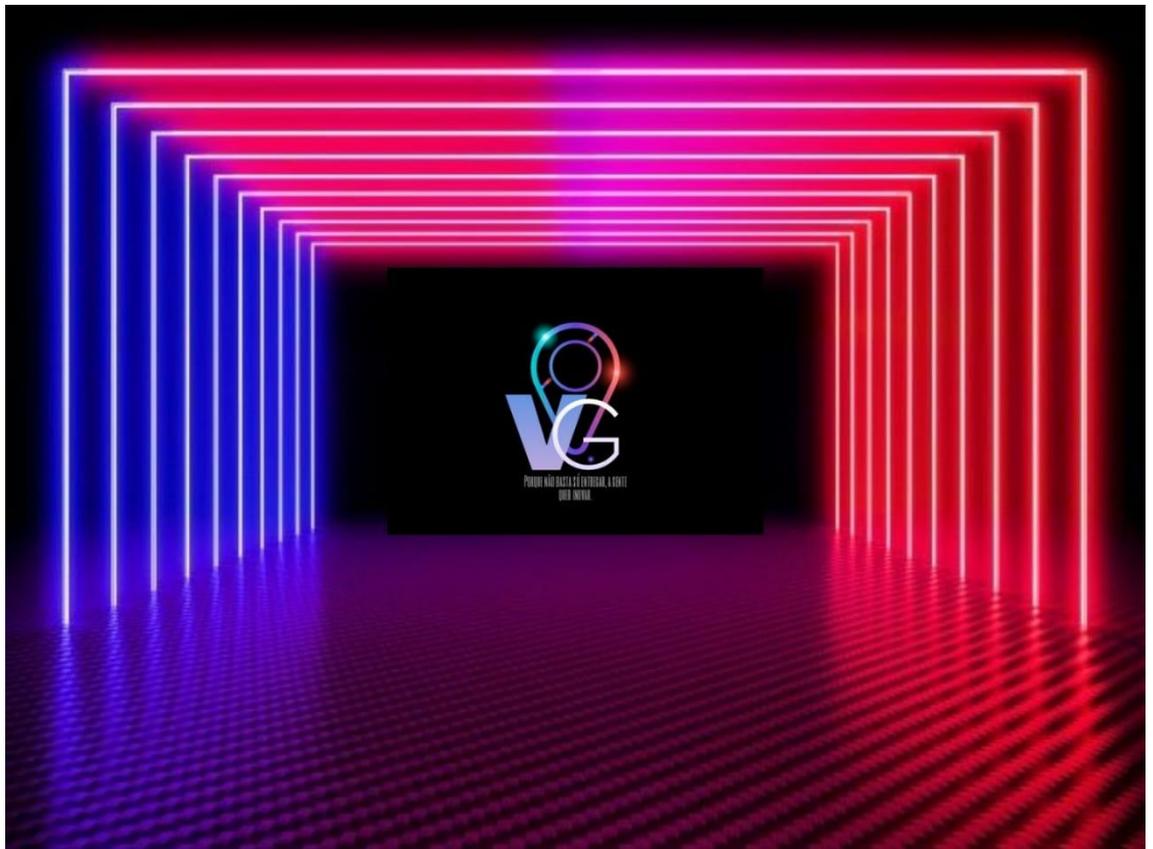
NAKAGAWA, Marcelo. Ferramenta: Missão, Visão, Valores (clássico). Sebrae, ???. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Missao-Visao-Valores.PDF>. Acesso em: 18 mai. 2021.

PHURSELL. Disponível em: <<https://phurshell.com>>. Acesso em 14 mai. 2021

TREVISAN. Helenoá. Estratégias competitivas para crescimento pós crise. iFood empresas, ??. Disponível em: <<https://blog-empresas.ifood.com.br/estrategias-competitivas/>>. Acesso em: 18 mai. 2021.

TUDO SOBRE IFOOD - HISTÓRIA E NOTÍCIAS, 2017. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/empresa/ifood/>>. Acesso em: 18 mai. 2021

ANEXOS



LOGO.



INÍCIO DO APLICATIVO

SEJA BEM VINDO



Nós precisamos de alguns dados do seu estabelecimento, para fazer isso dar certo, beleza? 

 **NOME:**

 **ENDEREÇO:**

 **NÚMERO DO CONTRATO:**

 **FOTO DO ESTABELECIMENTO/DESCRIÇÃO:**

 **Ser um VG**

ÁREA DO ASSINANTE DA VG.



ÁREA DO CLIENTE.