



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
SINERGIA PDV

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

SINERGIA PDV

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

GUSTAVO MOREIRA DE FARIA, RA

1012020200217

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	6
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	6
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	6
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	8
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	8
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	8
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	8
4. CONCLUSÃO	10
REFERÊNCIAS	11
ANEXOS	12

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é demonstrar como o Brainstorming Empresarial é importante e relevante na criação de novas empresas e negócios, independente de qual seja o mercado a ser atingido.

Abordaremos diversos temas relacionados ao planejamento de uma nova empresa, os objetivos, as estratégias, etc.

Durante todo o trabalho, nos depararemos com algumas das matérias que permeiam todo o conteúdo sobre empreendedorismo, apresentando de forma clara o que de fato é necessário para o sucesso e manutenção de um novo negócio.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Sinergia PDV é uma empresa voltada para o mercado de materiais promocionais para o ponto de venda, produzindo diversas soluções para promover os produtos de seus clientes nos pontos de venda, sejam eles físicos ou digitais.

Cada dia que passa, a atenção do consumidor é cada vez mais disputada pelas marcas. Fica mais difícil e custoso atrair um cliente em potencial se sua marca não está em evidência por onde esse cliente frequenta. Se sua marca tem como o principal canal de vendas uma gôndola de mercado, seu produto deverá estar o melhor posicionado possível e de forma que capte a atenção desse cliente o suficiente para que ele decida por levar esse produto.

Nossa empresa tem o objetivo de auxiliar nossos clientes a tomarem decisões mais assertivas em relação às práticas de marketing que possam surtir o melhor resultado possível.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

A criação de algo novo é o que alimenta a expectativa de as empresas aumentarem sua participação no mercado e sua lucratividade.

Com a inserção de uma nova empresa no ramo de materiais promocionais, precisaremos de ideias inovadoras na prospecção de clientes, nos desenvolvimentos de projetos e de maneiras inteligentes de produção.

Entendendo a gestão empreendedora como uma forma de gestão que sempre está disposta a calcular, estudar e assumir riscos em nome da ideia final, sabemos que todos os empreendedores devem ter esse tipo de perfil. Nenhum negócio, ou nova ideia, ou mudança de direção na empresa, tende a ser calmo e sem riscos, portanto os empreendedores são pessoas que se destacam justamente por conhecer os riscos, ter uma visão da oportunidade e assumir o risco.

É de extrema importância que a pessoa tenha habilidades para gerir os riscos e que saiba preparar a equipe para enxergar a oportunidade acima do fator risco. Quando um empreendedor aprende a lidar com os riscos que dependem dele e de sua equipe, e também com os riscos que dependem de flutuações externas à companhia, ele é totalmente capaz de conquistar grandes oportunidades uma vez que outras pessoas sem essas características são paralisadas pelos riscos antes mesmo de tentar gerenciá-los e minimizá-los.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Para o empreendedor responsável pelo novo empreendimento apresentado acima, acreditamos que as qualidades necessárias sejam as de uma pessoa que não se importa com o tamanho do empreendimento ou com o ramo que ele está inserido, e muito menos com a quantidade de concorrentes. É necessário que o empreendedor seja um otimizador de resultados, com visão ampla, criatividade, capacidade de inovação e eficiência.

É de extrema importância que o empreendedor conheça bem o ramo, que entenda dos diferentes tipos de materiais promocionais, que consiga entregar um atendimento de excelência e soluções inovadoras e, ao mesmo tempo, com custo baixo e que tenha um retorno real para o cliente, e que se desafie e desafie sua equipe diante das dificuldades que surgem naturalmente em todos os projetos dessa espécie.

Quando falamos em uma nova empresa de fabricação de materiais promocionais, sendo que já existem várias estabelecidas no mercado atualmente, é importante que o empreendedor tenha uma visão de inovação diante do que já vem sendo encontrado, é importante que ele saiba assumir riscos de forma inteligente e o mais segura possível.

Como esse empreendedor também irá trabalhar com uma equipe, da qual precisará para enfim fazer o negócio funcionar, também temos que citar a importância de se oferecer um ambiente favorável à criatividade, inovação e motivação. Acreditar na sua equipe, nas suas qualidades, se comprometer com o projeto em todas as suas etapas, estar sempre atento à concorrência e conhecer a fundo seus clientes, são os diferenciais do empreendedor que se espera para esse grande projeto.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Com todos os pontos acima já estabelecidos, torna-se necessário falar sobre a constituição da empresa e o capital necessário para o empreendimento.

Por se tratar de um grande projeto, onde exige um investimento básico em maquinários simples e mão de obra (dobradeiras, máquinas de solda, budget para captação e contratação de designers, etc.), é necessário o aporte de terceiros para que seja possível a realização do negócio. Esse aporte será utilizado para a liberação de documentações necessárias, compra de matéria-prima inicial, compra de móveis e equipamentos, etc.

Além da opção de aporte de terceiros, também existe a possibilidade de fazer um empréstimo em bancos como a Caixa Econômica Federal, o Bradesco ou até mesmo algumas cooperativas de crédito. Após toda documentação apresentada da empresa e também dos empresários, provavelmente também será solicitada a apresentação de um plano de negócios estruturado para se conseguir o financiamento.

Neste momento é importante também que já tenha sido realizada uma análise prévia de mercado para se planejar, traçar suas estratégias de negócio, organizar sempre suas finanças e mensurar os resultados que o empreendimento terá para verificar sua capacidade de liquidez diante do financiamento que se busca conseguir.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Esse novo negócio tem como proposta apresentar novas soluções para os pontos de venda de seus clientes, de forma personalizada e com alta qualidade de apresentação, produção e entrega.

Para entrar no mercado é necessário antes de tudo conhecer o cliente, para assim, oferecer um produto especializado. De forma a avaliar as ideias propostas pela empresa e o serviço prestado pelos colaboradores, será feita uma pesquisa de satisfação para medir o NPS (Net Promoter Score, uma métrica onde é possível medir a satisfação dos clientes com a empresa) e buscar dicas de melhorias e dados para avaliação individual de cada colaborador e sua respectiva atividade, envolvendo feedbacks mais precisos para a empresa e seus funcionários. Com isso, poderão ser criados serviços mais específicos, que atendam melhor a expectativa dos clientes.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A inserção desse negócio no mercado gera grandes desafios e, com estratégia, devemos nos preparar para enfrentar esses desafios, enxergar ameaças e oportunidades que ainda não existem.

O planejamento estratégico ampliará a visão dos empreendedores a buscar os melhores clientes para o momento inicial, ou seja, os que possuem um baixo custo de transformação de uma prospecção em atual cliente, e cujo produto adquirido tenha uma boa margem, para que, assim, o negócio comece a se tornar viável e atrativo para novos aportes. O objetivo tático dessa empresa deve ser coerente com a visão do empreendedor, cujo será o sonho, o futuro da empresa.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A estratégia empresarial é o passo fundamental para o sucesso e a consolidação da empresa. É o que utilizaremos como ponta pé inicial e irá lapidar e transformar o negócio a fim de alcançar os objetivos traçados.

O planejamento operacional é a fase em que as metas de curto prazo são idealizadas para início imediato. Nesse início, para reduzir o valor de investimento em maquinários, faremos parceiros para a terceirização da produção, principalmente da parte gráfica, onde o valor de investimento em máquinas é muito maior que máquinas para manipulação do aço. Esse dinheiro pode ser investido no time de vendas para aumentar a conversão de pedidos e financiar o negócio no curto prazo.

No planejamento tático são definidos os objetivos de médio prazo, que auxiliam na concretização dos objetivos de longo prazo. Em um período de 5 anos, planejamos já ter dentro da fábrica o setor de impressão em larga escala e linhas automáticas de produção para manter a qualidade e garantir o melhor produto para o cliente.

O planejamento estratégico são as aspirações de longo prazo dos fundadores para a organização. Nessa fase, com uma base de clientes fidelizada e recorrente, podemos

desenvolver novos mercados de atuação para aproveitar a disponibilidade das máquinas para geração de receita.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão, visão e valores são o tripé que confere identidade e propósito para uma empresa. Sem esse tripé, é praticamente impossível construir um planejamento estratégico e guiar as decisões feitas dentro da empresa de modo a atingir os resultados esperados.

Em resumo, a missão é o propósito da empresa, o motivo pelo qual ela existe e trabalha todos os dias. Já a visão é a declaração de onde a empresa quer chegar, um grande objetivo a ser alcançado a longo prazo, e os valores são os princípios a serem seguidos em todas as ações da organização, devendo ser visíveis tanto interna quanto externamente.

Peter Drucker, grande especialista da área de administração, diria que a missão é o que define uma empresa, e que não podemos prever o futuro, mas podemos criá-lo.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

A missão da nossa organização é oferecer produtos e soluções sofisticadas para os pontos de vendas com a máxima qualidade, tecnologias diferenciadas e de alto impacto.

Temos como visão ser a mais completa e moderna empresa a prover soluções pontuais e competitivas para merchandising e pontos de vendas.

A base dos nossos valores é fundamentalmente o respeito aos clientes, o comprometimento e responsabilidade para realizar o que foi oferecido, o amor e a dedicação nos serviços e produtos prestados, qualidade, a inovação e melhoria contínua, e, sobretudo a ética profissional.

4. CONCLUSÃO

Ao finalizar este trabalho, podemos concluir o quanto é importante que se desenvolva a habilidade de empreender, uma vez que não basta o indivíduo apenas ter o perfil de empreendedor para que se assegure o sucesso de um novo negócio.

Há muito que se desenvolver, de saber sobre os seus concorrentes, sobre a busca de novas tecnologias, etc. Em um mercado em evolução constante, sobrevive o mais criativo, o que agrega maior valor para seus clientes e parceiros e principalmente os que conseguem de forma sustentável trazer para o seu público o melhor custo e benefício.

É preciso formar uma estrutura onde se avalie os riscos e os assuma de forma responsável, de modo que se mantenha um negócio saudável em todos os sentidos.

REFERÊNCIAS

ANEXOS