



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

E

GESTÃO EMPREENDEDORA

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

JOCAEXPRESS

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS, SP

JUNHO, 2021



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

E

GESTÃO EMPREENDEDORA

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

JOCAEXPRESS

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Felipe Mendonça Nubile, RA 1012021100567

Gabriel Vaz dos Santos, RA 1012021100502

Gabriel H. de Lima Pereira, RA 1012021100512

Ticiane Rizzi, RA 1012021100542

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS, SP

JUNHO, 2021

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	5
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	7
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	10
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	11
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	13
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	16
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	17
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	19
REFERÊNCIAS	22
ANEXOS	23

1. INTRODUÇÃO

O presente projeto tem por objetivo a proposta de criação de um novo empreendimento. A partir de sugestões, pesquisas e discussões em grupo e partindo da abordagem dos principais conceitos de uma gestão empreendedora eficaz e eficiente, foi elaborado um plano de negócios para analisar a viabilidade e criar um centro de distribuição de bebidas, localizado na cidade de São José dos Campos, a JocaExpress.

De maneira estratégica e aprofundada, foram feitas pesquisas de mercado e foi analisada uma oportunidade de nova entrada em um setor que, apesar de competitivo, nunca para de crescer e abrange praticamente todas as pessoas como potenciais clientes. Foi traçado um plano financeiro detalhado com todos os custos e principais fontes de recursos e capital necessário para a inserção da JocaExpress nas atividades do mercado de transporte e distribuição de bebidas.

Por meio da aplicação de ferramentas estratégicas de administração foram levantadas as principais características do tipo de serviço prestado, do mercado e da concorrência. Foram analisadas as principais capacidades estratégicas das quais dispomos, bem como, oportunidades e ameaças relacionadas ao mercado, a disponibilidade de recursos tangíveis e intangíveis para o investimento, às competências necessárias para o empreendimento e nossas principais vantagens competitivas, sobretudo relacionadas à tecnologia. Com base nisso foi criado um modelo de negócios viável, sustentável e promissor que tem como principal foco a distribuição de variados tipos de bebidas para comerciantes e consumidores finais.

A JocaExpress surge com uma missão clara, valores bem estruturados e um objetivo concreto que visa servir e oferecer comodidade, pontualidade e segurança em suas entregas, assim como uma experiência sólida de parceria e transparência com nossos clientes, sócios, investidores e colaboradores.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A JocaExpress é uma distribuidora de bebidas que nasceu em 2021 com a concepção de atender bares, restaurantes, lanchonetes, e também, seu público físico de uma forma integral e diferenciada; atendendo sempre as necessidades dos seus clientes.

Dispomos de uma loja física de fácil localização e acesso, com estacionamento próprio situado na Avenida Anchieta, região central de São José dos Campos. Trabalhamos com variedades e tipos de bebidas jamais vistas na região. Também trabalhamos com bebidas geladas e no ponto correto de consumo.

E para você que procura um atendimento rápido e não quer sair do seu local de conforto, nós trabalhamos com uma loja móvel – no caso, JocaExpress Móvel.

Possuímos veículos móveis nas regiões Norte, Leste, Oeste, Central e Sul. Assim você, nosso cliente, consegue receber sua bebida sem sair do seu local de conforto.

Com toda nossa estrutura, buscamos levar ao nosso cliente segurança, qualidade e praticidade na hora de realizar sua compra.

Venda ao consumidor final – Loja física e móvel

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

JocaExpress é uma distribuidora de bebidas que poderá ser o verdadeiro diferencial competitivo do mundo do negócio. Afinal, não à toa, a logística é um dos principais fatores para o sucesso de uma empresa, é por meio de sua boa execução que a agilidade e eficiência se unem para melhorar toda uma operação corporativa. Por isso, conhecer os detalhes e conceitos por trás do centro de distribuição é tão importante. Em muitos setores é possível ver um grande número de empresas perdendo espaço no mercado pelo simples motivo de não apostar em um centro de distribuição.

A verdade é que, muito mais do que um ativo físico, o CD (Centro de Distribuição) pode ser definitivo para uma melhor gestão de produção e entregas. O resultado se apresenta em forma de agilidade, produtividade e maior satisfação para os clientes.

O centro de distribuição é onde ficam armazenadas as mercadorias quando chegam das fábricas e antes de serem entregues aos pontos de venda (PDV). É uma unidade física de armazenamento e despacho, estruturada para receber os produtos de uma empresa de forma centralizada. Então, internamente e por meio dos processos logísticos adequados, organiza-se a distribuição de forma fracionada, em quantidades menores. Além disso, os CDs devem estar em uma localização estratégica, que permita uma rápida locomoção até os PDVs. A parte das entregas é, geralmente, realizada pelas distribuidoras, que ficam responsáveis por esses produtos até que cheguem às lojas e às mãos dos consumidores finais. No entanto, em operações mais robustas, as próprias empresas fabricantes podem ser responsáveis pela entrega, sem um intermediário para o serviço. É importante frisar: Qualquer problema que aconteça no centro de distribuição pode impactar diretamente o cliente final, como atrasos na entrega ou falta de organização. Portanto, nesses centros são realizadas rotinas como a gestão de estoque, armazenagem, expedição, entre outras.

Por meio de processos estruturados e com uma gestão proativa, nosso principal objetivo é agilizar a operação logística, reduzir custos e aumentar lucros. Afinal, esse é um grande problema de muitas empresas. De acordo com dados do Logistics Bureau, cerca de 12% das empresas não lucram nada se considerarmos os custos de distribuição. Por isso, para diferentes tipos de negócio, o CD é um elemento infraestrutura e estratégico valioso.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Planejar e implantar um projeto de centro de distribuição requer conhecimento técnico e alguns cuidados básicos. O estudo é amplo e deve ser analisado sistematicamente, em outras palavras, diferentes áreas da empresa, como projetos, logística, compras, financeiro, contabilidade, recursos humanos, TI, marketing, jurídico, entre outros, devem participar dos estudos e avaliar os impactos do CD. O desenvolvimento do projeto do centro de distribuição depende de alguns fatores, tais como: tipo de mercadoria e forma de movimentação, por exemplo. O tipo de mercadoria define algumas características básicas e particularidades de cada operação. O peso, volume, estado físico, valor e unidade de movimentação precisam ser considerados no conceito da operação logística no armazém. A forma de movimentação define se os produtos são manuseados unitariamente, em pequenas ou grandes embalagens. Além disso, também determina se existe a necessidade de controle de lote, com saída do tipo FIFO – First In First Out (PEPS – Primeiro a Entrar Primeiro a Sair), por exemplo. Uma amostra disso é a diferença entre uma operação logística de alimentos, a qual possui características específicas, tais como: curto prazo de validade, necessidade de armazém com sistema de controle de temperatura (refrigeração ou congelamento), autorização de órgão específico (ANVISA, etc), equipamentos compatíveis com o peso e tamanho, entre outros. Já no caso de eletrônicos é essencial cuidados com a segurança do armazém, por se tratarem de produtos de alto valor agregado, o risco de furtos e roubos é alto.

Entenda de que forma cada área tem relação com o centro de distribuição:

Projetos: planejamento e controle de toda a implementação do CD, elaboração de cronograma, previsão de orçamento, divisão de tarefas, etc;

Logística: a localização geográfica está diretamente relacionada ao prazo de entrega. A proximidade com mercado consumidor, fornecedores e infraestrutura logística são elementos importantes para tomada de decisão;

Compras: busca de fornecedores, cotação e aquisição de equipamentos, sistemas e serviços;

Financeiro: levantamento de fontes de recursos, análises de custos e viabilidade econômico-financeira;

Contabilidade: ajustes legais e fiscais necessários para funcionamento e planejamento tributário;

Recursos humanos: recrutamento e seleção de pessoas, treinamentos, definição de EPIs, aplicação de normas e leis trabalhistas específicas, etc;

TI: implantação de softwares, instalação de infraestrutura e configuração de hardwares;

Marketing: pesquisa de localização dos mercados consumidores e produtos mais vendidos, prazo de entrega de concorrentes, etc;

Jurídico: contrato de locação de barracão, equipamentos e prestação de serviços.

Pode-se dizer que esses são os aspectos mais gerais, alguns cuidados básicos que devem ser tomados:

Acesso ao local por veículos de carga (leve, médio e pesado), restrições de tráfego de caminhões na região; Capacidade de peso do piso, docas cobertas para carregamento/descarregamento em dias de chuva, altura do armazém, sistema de detecção e combate a incêndio, sistema de alarme, circuito fechado de televisão, posição do sistema de iluminação eficiente; Processos simples e padronizados, pois estão diretamente relacionados com a produtividade de toda a operação, devem trabalhar com apoio de equipamentos e sistemas; Máxima otimização do layout para melhor produtividade dentro do CD, disposição do sistema de armazenagem, área de picking, postos de trabalho para packing, área de consolidação e expedição de mercadorias; Equipamentos compatíveis entre si, ambiente de trabalho e o tipo de mercadoria para o qual seu uso se destina; Sistemas integrados com hardwares e boa comunicação com a

rede, principalmente Wi-fi; Mão de obra especializada em logística, indicadores individuais de desempenho e treinamentos na área. Utilização de EPI (Equipamento de Proteção Individual) adequado para sua atividade em conformidade com a NR (Norma Regulamentadora). A concepção da operação logística e o projeto do centro de distribuição devem ser avaliados simultaneamente. Além disso, é essencial pensar no médio e longo prazo, considerando uma possível expansão e/ou outros planos futuros da empresa.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Para a implementação do CD e início das atividades, foi estimada a necessidade de um investimento de R\$500.000, sendo que deste valor, R\$ 300.000,00 será adquirido através de financiamento com o BNDS, com taxa anual de 10% e R\$ 200.000,00 será à partir de capital próprio, sendo que cada um dos quatro empreendedores será responsável por alocar a quantia de R\$ 50.000,00 .

Esse valor será responsável por arcar com os custos de instalação da infraestrutura necessária como refrigeradores horizontais e verticais, telefone e rede wi-fi, docas de recebimento e expedição, escritório administrativo, vestiários para funcionários, área de estoque e área de *showroom* e degustação. Também está incluso no investimento o maquinário, como duas empilhadeiras, três VUCs (veículo urbano de carga), pallets e engradados. Além disso, e não menos importante, a contratação e capacitação de mão de obra será necessária como parte essencial do empreendimento.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

O empreendimento apresentado se trata de um comércio com o intuito de vender e distribuir bebidas no modelo B2B ou B2C, ou seja, para intermediários, como bares ou mercados e também diretamente para o consumidor final, de forma que, dispondo de um alto volume em estoque, é possível oferecer um valor de comercialização mais acessível aos clientes.

Será possível fazer a compra diretamente no local, no modelo varejista, para consumidores finais e sob encomenda no modelo atacadista, para comerciantes intermediários.

É importante salientar que o setor é responsável por mais de 2% do PIB brasileiro, possui mais de 1,2 milhões de pontos de vendas e recolhe cerca de R\$21 bilhões em tributos em todo o país (Portal SEBRAE).

Serão priorizados fabricantes e produtores da região do Vale do Paraíba, a fim de fortalecer a economia na região, pois acreditamos se tratar de uma prática justa e que nos renderá uma maior rede de relacionamentos, além de favorecer a logística de recebimento, devido à menor distância física e a menores custos de frete, menor tempo em trânsito e maior agilidade nas entregas. Temos como prioridade, também, produtores que tenham sólidas políticas e diretrizes sociais e ambientais alinhadas às da JocaExpress.

As principais oportunidades identificadas são referentes à promoção de novas marcas de bebidas, tendo um *showroom* para degustação dos clientes e formadores de opinião no ramo. Vemos como oportunidade a crescente oferta de produtos artesanais e locais em conjunto com a crescente procura do mercado por estes tipos de produtos. Nossa principal vantagem é o preço, uma vez que o volume de estoque tem maior capacidade do que grande parte de comércios, mercados ou mercearias.

As principais ameaças identificadas são referentes à concorrência, uma vez que grandes redes de mercados já possuem áreas específicas para variados tipos de bebidas e já possuem uma rede de fornecimento em atacado, oferecendo preços relativamente acessíveis e a comodidade para o cliente final que já se encontra no mercado e não precisa se deslocar até outro ponto para comprar a bebida, porém isso se aplica majoritariamente a clientes finais.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

O diferencial que as empresas buscam imprimir em seus produtos e serviços objetivando alcançar destaque no mercado e produzir os resultados esperados, demanda de análises bem feitas dos ambientes que interferem no negócio. Dessas análises os gestores determinam os procedimentos que devem ser seguidos, constituindo no planejamento estratégico (Bethlen, 2004).

Portanto, a questão estratégica é tentar prever o que vai acontecer e conseguir, com isso, se aproximar intelectualmente dos acontecimentos futuros. Entra em cena a criação de cenários, que é uma técnica cada vez mais utilizada, uma vez que busca prever combinações de variações de diversas naturezas e origens, dentre elas econômicas, sociais, políticas, mercadológicas, dentre outras, buscando a melhor forma de lidar com incertezas e ignorância parcial em que as decisões serão tomadas. Destaca-se o orçamento empresarial como ferramenta de gestão (Bethlen, 2004).

Percebe-se, então, que a capacidade da empresa para atingir seus objetivos vai depender de como ela planeja e monitora seus ambientes e, especialmente, de como ela se posiciona para identificar os riscos e as oportunidades inerentes a esses ambientes, tanto no presente quanto em projeções futuras. E mais que isso, conhecer quais são os impactos sobre as forças dos ambientes e como influenciam no negócio.

Objetivo: Atualmente a JocaExpress é a distribuidora número 1 da cidade de São José dos Campos. Nosso maior objetivo é expandir a empresa para todo estado de São Paulo, com percentual de crescimento de 20% em cinco anos. Assim poder ser a maior distribuidora do estado de São Paulo. Uma distribuidora jamais vista em todo estado; levando novas ideias e um novo jeito de distribuir bebidas.

Dessa forma JocaExpress iniciou em 3 etapas sua Estratégia Empresarial, sendo elas:

Análise SWOT – A análise SWOT – (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças).

Pontos Fortes

Layout interno: é um ponto forte porque o espaço físico da Atlanta Distribuidora de Bebidas é bem estruturado, considerando produtos parecidos próximos uns dos outros e os que vendem mais próximos do cliente.

Equipamentos: há muitos freezers e equipamentos facilitadores do manuseio dos produtos oferecidos.

Preços acessíveis: preços que são acessíveis, tendo em vista o poder aquisitivo do público na região.

Atendimento: os colaboradores têm treinamento para atenderem bem e terem bom relacionamento com os clientes.

JocaExpress Móvel: um veículo onde possui um armazenamento de bebidas. Atendendo as regiões Leste, Oeste, Central e Sul. Trazendo mais comodidade ao cliente.

Crescimento no mercado: a empresa pode vir a se expandir em todo estado de São Paulo e com novas parcerias.

Pontos Fracos

Organização: falta de organização nos documentos da empresa.

Problemas operacionais internos: custos de manutenção elevados e falta de experiência anterior no ramo de atividade.

Oportunidades

Alto fluxo de pessoas: com o crescimento de novos comércios na região a oportunidade de captar novos consumidores vem crescendo.

Abertura de filiais: a empresa tem grande chance de crescimento e, possivelmente, abrirá novas filiais.

Outras empresas buscam alianças: empresas do mesmo ramo buscam parcerias para se desenvolver mais rápido.

Ameaças

Imposto: impostos elevados e exigências legais rigorosas

Presença digital

Hoje, os compradores não têm mais tempo nem disposição para folhearem volumosos catálogos impressos de produtos. Eles esperam ter uma experiência mais ágil e eficiente com versões online.

A JocaExpress inicia uma nova estratégia de marketing nas redes sociais, buscando o maior engajamento com seus clientes. Proporcionando vendas online, promoções e sorteios. Um novo jeito de atrair seu público.

Nova Parceira

Com o intuito de facilitar você cliente, a JocaExpress entrará em parceria com uma das maiores marcas do mercado de carne do país, a SWIFT. Assim, com apenas alguns cliques, além de adquirir bebida gelada você poderá também pedir pela carne de sua preferência, com qualidade e sem sair do seu local de conforto.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Com relação à sua estrutura hierárquica, a JocaExpress encontra-se dividida em departamentos, quais sejam: Gerência Geral de Vendas, Coordenação de Negócios e Serviços, Coordenação de Categoria, Coordenação de Marketing, Coordenação de Planejamento Mercadológico, Superintendência de Negócios e Serviços e Consultoria de Negócios. Em termos de respostas hierárquicas, estes departamentos estão estruturados conforme o organograma apresentado na Figura 1.

Dada sua estrutura hierárquica, na empresa, os envolvidos no planejamento estratégico são a Controladoria, o Departamento de Vendas, e o setor de Planejamento Mercadológico. A responsabilidade pela elaboração do planejamento estratégico está a cargo dos gestores de cada uma das áreas aqui citadas.

Um aspecto importante adotado pela JocaExpress foi a interligação do planejamento estratégico entre as diversas unidades do grupo, visando ampliar o alcance das metas mediante ações integradas que objetivam resultados regionais para o empreendimento. Esta interligação tem favorecido à empresa maximizar seus pontos fortes e aproveitar as oportunidades, bem como superar pontos fracos e enfrentar as ameaças mantendo sua posição de liderança em seu segmento de atuação.

Figura 1: Organograma JocaExpress (em anexos)

Por ser uma microempresa, a distribuidora terá uma administração enxuta, com poucos profissionais, mas que possibilitará a divisão de tarefas, visando qualidade nos processos.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Muitas pessoas acham que a missão, visão e valores na hora de começar um negócio não é a parte mais importante, mas é por ela que encontramos um norte para dar início a um negócio de sucesso, e conforme você e sua empresa vão mudando, elas podem mudar igualmente. Além disso, elas servem para que seus colaboradores e clientes entendam melhor a empresa e saiba seus valores e princípios, sendo assim, se os seus princípios baterem com os princípios de outro colaborador, uma forte parceria pode surgir para que a empresa tenha ainda mais rendimento.

E o que são missão, visão e valores?

Missão: Ela é basicamente a razão pela qual sua empresa existe, a identidade da empresa e o segmento em que está definido. Ao longo dos anos é o único tópico que nem sempre vai sofrer muitas alterações. Ela diz o que sua empresa faz e qual é a responsabilidade dela no mercado.

Visão: Nesse tópico é falado sobre o futuro da empresa e o que ela deseja se tornar. A visão é importante para o planejamento estratégico da empresa, o que impacta diretamente no crescimento do negócio.

Valores: Já os valores são as características e os princípios que a empresa cobra, admira e respeita. É o tópico mais particular e que mais pode sofrer alterações ao longo dos anos, pois está diretamente ligada à ética do dono ou dos donos do negócio.

Para melhor exemplificar, pegamos um exemplo de missão, visão e valores de uma empresa já existente. Apesar de a nossa empresa ser uma distribuidora de bebidas, a empresa escolhida para servir de exemplo é a de distribuição e produção de bolos caseiros.

A Casa de Bolos.

Missão: “Oferecer às pessoas produtos de qualidade, que garantam sua satisfação, agregando sabor e valor às suas vidas, trazendo à lembrança as coisas que são realmente importantes”.

Visão: “Ser referência em bolos caseiros. Ser exemplo em condutas e processos. Ser inspiração para o resgate de valores, construindo pontes entre as pessoas”.

Valores: “Simplicidade: Optar pelo simples é escolher um caminho para a felicidade. Família: A razão do nosso sucesso. Humildade: Crescer sem perder a essência”.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Para a JocaExpress não podia ser diferente. Elaboramos nossa missão, visão e valores referente ao que cada um acredita e pensa ser a melhor forma de ter um negócio de sucesso.

Missão: Ser uma empresa de maior credibilidade no mercado na distribuição de bebidas, levando experiência, qualidade e sabor para a vida de nossos clientes.

Visão: Ser a maior distribuidora de bebidas no mercado, oferecer aos clientes e parceiros uma relação duradoura, focando sempre no crescimento e no sucesso de distribuir nossas bebidas para todo o estado.

Valores

Respeito: Sempre seguir com o maior respeito possível, a todas as classes, etnias, grupos sociais e acima de tudo com o meio ambiente.

Integridade e honestidade: Nunca deixar de lado nossas estimas, ser honestos com nossos clientes, parceiros e funcionários, tendo uma conduta íntegra e humilde.

Amizade: Por fim e não menos importante, a bebida é o que une os amigos, desde a cerveja gelada ao refrigerante no almoço de domingo à tarde. Pois quem tem amigos, tem tudo.

4. CONCLUSÃO

O projeto aqui proposto tem como principal objetivo a criação de um empreendimento com valores sólidos, valores estes, que atendam às principais demandas e expectativas de nossos clientes e acionistas e que sejam responsáveis por gerar benefícios para todas as partes interessadas.

É importante salientar a importância deste planejamento para empreendimento apresentado, uma vez que serve como o plano norteador de todas as ações necessárias envolvidas para sua implementação e prosperidade, pois acreditamos que uma estratégia bem elaborada e desenvolvida é indispensável para uma entrada de sucesso no negócio, bem como se preparar para um mercado cada vez mais competitivo com demandas cada vez mais exigentes por parte dos clientes. Preparar-se para enfrentar uma concorrência cada vez mais agressiva com ferramentas de gestão e análises de mercado, e da concorrência também é indispensável para a sobrevivência do empreendimento.

Para a criação da JocaExpress foram combinadas as principais habilidades e competências dos empreendedores, relacionadas à gestão, contabilidade, logística e marketing, de modo que todas, ou quase todas as principais demandas administrativas sejam supridas com eficácia e eficiência seguindo as estratégias administrativas desenvolvidas.

Foi prevista a necessidade de um financiamento bancário como fonte de capital, uma vez que exige um alto investimento em maquinário, aluguel e tecnologias, uma vez que se tratará de um centro de distribuição com alto fluxo e variedade de mercadorias do ramo de bebidas, como apresentado na descrição da empresa.

Nossa missão, visão e valores foram criadas e desenvolvidas a partir do que acreditamos e consideramos ser importante, atuando sempre com transparência e respeito a nossos clientes, colaboradores e fornecedores, bem como valorizando a pontualidade e qualidade no atendimento prestado, a fim de nos tornarmos referência em nosso setor de atuação.

Nossos principais desafios foram encontrar uma área com tamanho e localização ideais e com um preço de aluguel viável ao empreendimento, bem como um local que siga todas as normas de segurança da Vigilância Sanitária e do PDU - Plano Diretor Urbano, em vista disso, o melhor local que encontramos foi a Av. Anchieta, onde o valor do aluguel não foge do que podemos pagar e a localização é central. Também foi necessário ter acesso a uma boa taxa de juros para um financiamento com o banco, compra de maquinário de qualidade com preço viável e a aquisição de uma tecnologia de controle logístico para aplicação dentro do armazém, o que nos auxilia com inventários, entradas e saídas de produtos e outras atividades internas.

Tudo foi feito com extrema atenção aos detalhes e com a convicção de que, tendo um bom planejamento como nossa principal estratégia, a JocaExpress poderá se tornar referência em gestão, transporte e distribuição de bebidas.

REFERÊNCIAS

ASAPLOG. Disponível em: <<https://asaplog.com.br/projetos-de-centro-de-distribuicao/>> Acesso em: 31/5/2021

ATACADISTA DISTRIBUIDOR. Disponível em: <<https://www.totvs.com/blog/atacadista-distribuidor/centro-de-distribuicao/>> Acesso em: 02/6/2021.

BETHLEN, A. Estratégia empresarial: Conceitos, processos e administração estratégica. São Paulo: Atlas. 2004

CASA DE BOLOS. Disponível em: <<http://www.casadebolos.com.br/nossa-historia/>> Acesso em: 25/5/2021

FERNANDES, B.H.R.; BERTON, L.H. Administração Estratégica: da competência empreendedora à avaliação de desempenho. São Paulo: Saraiva. 2005.

GOULART, Guilherme. Elaboração de um plano de negócio para uma empresa de distribuidora de água mineral. Disponível em: <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Guilherme%20Goulart.pdf>> Acesso em: 07/6/2021

PORTAL SEBRAE. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-distribuidora-de-bebidas,b0787a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em: 28/5/2021

TREASY. Disponível em: <<https://www.treasy.com.br/blog/missao-visao-e-valores/>> Acesso em: 25/5/2021

WELSH, G.A. Orçamento empresarial. São Paulo. 1983.

ANEXOS

3.2.1 Estratégia Empresarial (Figura 1).

