



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS
MARKETING

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
Cheiro de Livro

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

MARKETING

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

Cheiro de Livro

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Beatriz Noronha Carvalho, RA 1012021100332

Otávio Cristo, RA 1012021100319

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	3
3. PROJETO INTEGRADO	4
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	4
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	5
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	6
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	8
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	10
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	11
4. CONCLUSÃO	12
REFERÊNCIAS	13
ANEXOS	14

1. INTRODUÇÃO

Atualmente, no mundo corporativo, tem valorizado-se muito a formação de ideias. Para que isso seja estimulado, existe o brainstorm, ou tempestade de ideias (tradução livre). Esta ferramenta tornou-se bastante apreciada entre os empreendedores e administradores, pois através dela é possível incentivar o pensamento estratégico, o aumento da criatividade e maior interatividade entre os colaboradores.

A razão de utilizar o brainstorm é buscar soluções e novas ideias para possíveis problemas que a empresa esteja enfrentando, levando em consideração a pluralidade dos integrantes da equipe, respeitando todas as ideias que surgirem, desfocando das críticas, que podem atrapalhar o processo de criação do grupo.

Sabendo disso, nosso grupo decidiu que o novo empreendimento, a livraria Cheiro de Livro, será no ramo varejista, comercializando livros, artigos de escritório e papelaria, inicialmente em uma loja virtual.

Ao refletir sobre a loja física, o grupo definiu que a livraria poderá oferecer um ambiente cultural e confortável com espaço para uma lanchonete e cafeteria. Assim, seguindo a missão do empreendimento, disponibilizando informação e entretenimento, promovendo encontros, interatividade e momentos de lazer em um ambiente acolhedor e aconchegante.

No decorrer deste projeto iremos explicar sobre o novo empreendimento, aplicando o que aprendemos através das unidades de estudo.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

O empreendimento que será desenvolvido neste projeto é uma livraria. Decidimos que chamará Cheiro de Livro, tendo como referência o fato de que muitos leitores adoram o cheiro de livro novo.

O mercado livreiro tem sofrido impactos significativos e as visitas às livrarias e as horas observando as prateleiras de livros deixaram de ser rotina. Pensando nisso, nós trabalharemos com uma loja virtual e uma livraria física de pequeno porte, situada no centro da cidade.

Investiremos em uma boa gestão para aplicar estratégias com inovação e criatividade para não nos tornarmos parte da estatística que indica falência de grandes livrarias. Realizaremos um trabalho diferenciado, promovendo experiências diversificadas através de eventos, saraus literários, sessões de autógrafos com autores locais e contação de histórias, com o objetivo de atrair o público e fidelizá-lo.

Pretendemos atender vários tipos de públicos, para isso teremos um acervo de livros diversificado, com preços justos e acessíveis. Além de livros, a loja contará com produtos de papelaria e, também, uma cafeteria para deixar o ambiente agradável e aconchegante.

No ambiente virtual, nossa loja irá comercializar livros físicos e ebooks, tornando nosso acervo ainda mais completo. As estratégias serão voltadas para o marketing digital e administração de nossas páginas nas redes sociais.

Nossa finalidade é oferecer não apenas bons produtos, mas excelentes experiências aos nossos clientes. Afinal, livros são o caminho para o desenvolvimento do pensamento crítico, intelectual e cultural.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

Sabemos que gestão empreendedora é a aplicação da mentalidade empreendedora diariamente em uma empresa já construída. O empreendedor assume um papel de risco ao investir em um novo negócio, porém se sua gestão for construída com bases sólidas, esse novo investimento terá mais chances de se tornar um negócio de

sucesso. Nos tópicos abaixo, iremos detalhar como será aplicado a gestão empreendedora em nossa empresa Cheiro de Livro.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

O mundo dos negócios está, frequentemente, em constante mudança, e com isso, é necessário que as pessoas que desejam permanecer nele estejam em desenvolvimento contínuo.

O perfil do empreendedor é algo muito debatido e pesquisado. Afinal, para ser um empreendedor basta ter o próprio negócio? Para responder essa pergunta, é essencial que façamos uma observação.

É dito como regra que todo empreendedor deve ter características como criatividade e espírito pesquisador para buscar soluções diante as eventuais adversidades que surgirão no decorrer de seu negócio. Segundo Dornelas (2013), não existe um padrão para definir o perfil do empreendedor, porém há características mais comuns dentre os empreendedores, que são: otimismo, iniciativa, persistência e determinação para superar obstáculos.

Nós, empreendedores da Cheiro de Livro, compreendemos que todas essas características são importantes para qualquer empreendimento, mas focaremos em desenvolver habilidades como:

- A capacidade de planejar e alinhar estratégias, metas e objetivos. Um bom empreendedor sabe planejar, acompanhar o plano para possíveis correções e aplicar suas decisões, colocando-as em prática para que esteja mais próximo dos objetivos e obtenha sucesso.
- A persistência para compreender, frequentemente, que haverá eventualidades, dificuldades e obstáculos no percurso, e através desta habilidade, não desistir e

adaptar-se para superar as adversidades, assim alcançando os resultados pretendidos.

- A liderança para saber motivar, incentivar e impulsionar a equipe. Acreditamos que tal competência está totalmente relacionada com a habilidade da comunicação, promovendo diálogos, trocas e escuta ativa entre os colaboradores. Também, vale salientar que a auto liderança faz parte deste tópico, para que um empreendedor seja um excelente líder, é preciso que saiba se auto administrar e auto avaliar da mesma forma.
- O comprometimento é a chave para empreender. É fundamental que o empreendedor esteja comprometido com o seu negócio e mantenha-se engajado, assuma as responsabilidades e comprometa-se com todos os envolvidos da organização, direta ou indiretamente, para que o empreendimento cresça e se destaque de maneira positiva.

Voltando ao questionamento feito no início deste tópico, não, para empreender não basta ter o próprio negócio. É preciso muita dedicação para aprimorar e potencializar habilidades e competências necessárias de um empreendedor de sucesso, caso contrário, poderá ser considerado dono de algo, mas não um empreendedor.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

É chegado o momento de comentar um dos pontos mais importantes de qualquer empreendimento, as fontes para captação de capital e a forma de investir esses recursos corretamente para tirar seu negócio do papel e torná-lo real.

O capital talvez seja o pilar mais importante na construção de um novo empreendimento, sem ele nenhum negócio pode ser iniciado ou se sustentar, e para alguém que deseja se tornar dono do próprio negócio, esse assunto deve ser devidamente discutido e estudado.

Existem duas formas a serem consideradas para a obtenção de capital para se iniciar um negócio. O empreendedor deve considerar a possibilidade de obter recursos por meio do financiamento por endividamento, ou por capital próprio.

O financiamento por endividamento, também chamado de financiamento baseado em ativos, exige que algum bem (terreno, casa, automóvel, etc) seja usado como garantia para o empréstimo. Já o financiamento por capital próprio não exige nenhuma garantia e oferece aos investidores alguma forma de participação no empreendimento. A decisão para escolher a melhor forma de financiar e obter recursos para seu empreendimento está totalmente relacionada aos recursos disponíveis ligados aos investidores e das taxas em vigor no momento do financiamento.

A Cheiro de Livro optou por investir apenas com capital próprio, recursos advindos de dois investidores, sócios proprietários do empreendimento.

Inicialmente, cada um dos sócios aplicou cem mil reais, somando ao todo, duzentos mil reais, que serão distribuídos em locação de um ponto físico, mobília, reforma e adaptações nas instalações, produtos e equipamentos, salários dos colaboradores, construção do site E-commerce e também, ter um capital reserva ou capital de giro.

O tempo previsto para que a empresa equilibre totalmente as contas é de 60 meses, totalizando 5 anos. Após esse período a Cheiro de Livro irá expandir, e pretendemos abrir mais duas lojas físicas em locais estratégicos pré definidos para alavancar ainda mais nossa marca.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Nosso empreendimento, a livraria Cheiro de Livro, oferecerá produtos tanto em loja física quanto loja virtual, com preços acessíveis.

Para a loja física, investiremos R\$200.000,00; dividindo esse valor em gastos como mobília, reforma e adaptações nas instalações, produtos, equipamentos e

tecnologia de gestão, taxas de abertura do negócio, pagamento de profissionais e capital de giro.

Traremos para a loja física um ambiente aconchegante e acolhedor para auxiliar na estratégia de ganhar e fidelizar clientes. Iremos oferecer um local multicultural, com puff's e sofás confortáveis para que os clientes sintam-se à vontade para realizar a leitura e incentivar a aquisição dos livros. Também terá espaços como cafeteria e palco para apresentações.

Para atrair diversos tipos de público, contaremos com vários eventos como saraus literários, convidados para palestrar, autores locais para sessões de autógrafos, peças teatrais e sessões de contação de histórias infantis, entre outros.

A loja virtual terá uma equipe realizando a administração das redes sociais, onde iremos promover sorteios, descontos nos produtos e distribuição de mercadoria com valores abaixo de nossos concorrentes para atender o maior número de clientes e fidelizá-los.

Nosso maior comprometimento é que os clientes sintam-se satisfeitos com os nossos produtos e serviços, e que a experiência de visitar nossas lojas seja inesquecível, tornando nossa marca referência de qualidade no mercado livreiro.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Para criar a estratégia ideal a ser utilizada pela nossa empresa Cheiro de Livro, buscamos entender o mercado atual das livrarias já consolidadas em nosso país. Utilizamos a Matriz SWOT como ferramenta de análise, e buscamos identificar as forças e fraquezas mais relevantes, bem como as ameaças e oportunidades que podem surgir em um determinado período, para que assim possamos antever algumas situações que gerem possíveis desconfortos financeiros.

Em nossa análise, vimos que a partir de 2018 o mercado sofreu grandes transformações, e o mercado de livrarias foi bastante impactado por elas.

Com o crescimento e a chegada de nomes já consolidados no mercado mundial do E-Commerce, como por exemplo a Amazon, podemos observar que as vendas em lojas físicas das livrarias de todo o país foi bastante comprometida. Por outro lado, segundo uma pesquisa da revista Exame, a venda de livros teve um aumento de 3,65% na comparação de 2018 com 2017.

Ao analisar esses fatos, chegamos à conclusão de que a Cheiro de Livros não pode nem deve ficar restrita a sua loja física. Será necessário a criação de um site E-Commerce e também a criação de estratégias de marketing voltada para as Redes Sociais para que possamos obter uma forte presença digital, tudo isso por meio de tráfego de dados e anúncios pagos, para equilibrar as vendas e consequentemente a economia da empresa.

Além dessa breve análise, fizemos também um estudo do mercado regional, para encontrar a melhor localização para nossa loja física, levando em consideração a localização de nossos concorrentes; o que nos levou a ter certeza de que a Cheiro de Livro deve estar localizada no centro da cidade, pela facilidade da mobilidade urbana por meio do transporte público, pela quantidade de consumidores que frequentam diariamente este centro comercial e consequentemente pela visibilidade gerada para nossa marca.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Por meio de análises realizadas com a Matriz SWOT e após confrontar as vantagens e desvantagens do mercado em que nosso empreendimento está inserido, definimos que nossas estratégias serão parcialmente baseadas no marketing digital, vendas online e marketing local.

Tanto para a loja física quanto para as lojas virtuais, usaremos uma estratégia dividida em quatro momentos, são eles: encontrar nossos clientes potenciais, conquistar

esses clientes potenciais, manter os clientes conquistados, e por fim, aumentar as vendas aos clientes já fidelizados e para novos clientes. Usaremos nossos ambientes físicos e virtuais como um diferencial, oferecendo eventos culturais, saraus e sorteios.

O perfil do nosso quadro de colaboradores também fará parte de nossa estratégia, pois sabemos da importância de ter uma equipe preparada e robusta em todos os setores de nosso empreendimento. Seja no momento da pré-venda, fechamento de vendas, pós vendas e relacionamento com o cliente, presencialmente ou via internet.

Mesmo definindo nossa estratégia inicial, temos a certeza de que ela não é absoluta, e sabemos da importância de irmos nos moldando com o passar do tempo, sem perder a essência de nossa identidade. Somente com as análises futuras de nosso planejamento orçamentário e de nossas estratégias empresariais adotadas a princípio, poderemos saber qual caminho seguir para que possamos ser uma marca reconhecida e de sucesso.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

O tripé MISSÃO-VISÃO-VALORES é uma ferramenta de suma importância para a criação e o desenvolvimento da empresa. É através dela que o empreendimento dará seus primeiros passos para a realização do planejamento estratégico. Vale ressaltar que não basta defini-los, mas também, colocá-los em prática ao longo da existência da empresa.

O trio Missão-Visão-Valores é frequentemente mal empregado na gestão de empresas. É comum observarmos companhias com declarações de missão, visão e valores que são meros objetos decorativos ou que acabam se tornando motivo de piadas dos colaboradores. (SEBRAE, 2021).

Para melhor compreensão, é importante saber a definição de cada item que forma o trio. A Missão de uma empresa é uma declaração que evidencia seu principal

foco e sua razão de ser e existir. Através desse fator que o empreendedor estabelece o propósito fundamental de sua marca de forma clara e objetiva.

Por exemplo, a Missão da empresa “Lupo”, marca reconhecida no ramo de moda íntima e roupas esportivas, é ser um time obstinado em prever e atender as necessidades dos clientes e consumidores sempre agregando valores.

A Visão de uma empresa é composta por metas que a marca deseja alcançar futuramente e, também, por indicadores de como atingir o que foi apontado. Para elaborar a Visão de sua marca é necessário perguntar-se “Onde a empresa quer chegar?” “O que ela quer se tornar?”

Um bom exemplo de Visão é da empresa “Cacau Show”: Ser a maior e melhor rede de chocolates finos do mundo, oferecendo aos seus clientes e parceiros uma relação duradoura, com foco no crescimento, rentabilidade e responsabilidade socioambiental.

Concluindo o tripé, os Valores devem ser definidos pelas crenças ou princípios que a empresa seguirá como guia ao longo de suas atividades. É quando as “regras” da marca se estabelecem e servirão como orientação para o comportamento da organização.

Para exemplificar, temos a marca “Quem disse, Berenice” que descreve seus valores como inovação, revolução, questionamento e liberdade.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Para iniciar qualquer negócio é importante definir a missão, visão e valores. São esses princípios que darão o direcionamento para a empresa. Após estudos realizados no tópico anterior, foi possível desenvolver a missão, visão e valores do nosso empreendimento.

A missão da livraria Cheiro de Livro é disponibilizar livros, entretenimento e informação a um preço justo e acessível para todos os públicos, buscando o desenvolvimento intelectual e educacional de nossos clientes.

A visão é ser uma marca reconhecida nacionalmente, destacando-se pela qualidade de acervo e de serviços prestados aos consumidores. Contribuindo com a disseminação do conhecimento e da cultura, incentivando a prática da leitura e busca por informações relevantes para a construção de uma sociedade mais justa e lúcida.

Nossos valores são empatia, diversidade, responsabilidade, ética e excelência.

4. CONCLUSÃO

Ao decorrer da construção desse Projeto Integrado, concluímos que, com a constante evolução do mercado, os empreendedores que desejam ter sucesso, precisam ser cada vez mais criativos e assertivos em suas estratégias e em sua administração.

É preciso avaliar o mercado no qual está inserido, avaliar os riscos e assumi-los de forma responsável, buscando sempre o equilíbrio para obter saúde financeira em seu novo empreendimento.

Ao longo deste trabalho utilizamos o conhecimento obtido através das unidades de estudo Gestão Empreendedora e Administração Estratégica para tentar dar vida a Cheiro de Livro, uma empresa fictícia, inserida no mercado livreiro, que foi totalmente estruturada empregando os ensinamentos dessas.

Este projeto contribuiu para compreendermos o funcionamento e a aplicação de estratégias relevantes para a construção de um empreendimento, garantindo uma base que nos oferece segurança para criar, planejar e estruturar o próprio negócio. Com isso, temos uma visão ampla, tanto estratégica quanto empreendedora, tornando sonhos alcançáveis e transformando vidas através do empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

DORNELAS, J. **Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação**. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

E-COMMERCE BRASIL - GESTÃO, MERCADO. **Livrarias brasileiras: o mercado editorial não está morto**. Disponível em: <[Livrarias brasileiras: o mercado editorial não está morto \(ecommercebrasil.com.br\)](http://ecommercebrasil.com.br)> Acesso em: 05 jun. 2021.

EXAME - NEGÓCIOS. **Editores se reúnem para discutir futuro de Saraiva e Livraria Cultura**. Disponível em: <<https://exame.com/negocios/editores-se-reunem-para-discutir-futuro-de-saraiva-e-livraria-cultura/>> Acesso em: 05 jun. 2021.

OBERLO. **Missão, Visão e Valores: 11 Exemplos Inspiradores**. Disponível em: <<https://www.oberlo.com.br/blog/missao-visao-e-valores>> Acesso em: 05 jun. 2021.

REALIZARTE. **O que é brainstorming e qual a importância para o seu negócio**. Disponível em: <<https://realizartepalestras.com.br/o-que-e-brainstorming-e-qual-a-importancia-para-o-s-eu-negocio/>> Acesso em 08 jun. 2021.

SEBRAE. **Ferramenta: Missão, Visão e Valores (Clássico)**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Missao-Visao-Valor.es.PDF> Acesso em: 05 jun. 2021.

SITWARE. **Exemplos de visão de uma empresa: 13 casos para se inspirar ao definir a visão da sua empresa**. Disponível em: <<https://www.siteware.com.br/blog/gestao-estrategica/exemplos-visao-de-empresas/#:~:text=Podemos%20definir%20o%20que%20%C3%A9,futuro%2C%20suas%20aspirac%C3%A7%C3%B5es%20mais%20desafiadoras.>> Acesso em: 05 jun. 2021.

UOL MEU NEGÓCIO. **Modelo de Plano de Negócios**. Disponível em: <<https://meunegocio.uol.com.br/blog/modelo-de-plano-de-negocios/>> Acesso em: 05 jun. 2021.

ANEXOS



MODELO DE PLANO DE NEGÓCIOS

DADOS DO EMPREENDIMENTO

Para começar, vamos fazer uma análise dos principais pontos sobre o seu negócio e registrar. Preencha:

Nome da sua empresa: _____

CNPJ: _____

Setor de atuação: _____

Porte: _____

Endereço: _____

MISSÃO DA EMPRESA

Por que a sua empresa existe? O que você espera dela? O que o seu negócio pode oferecer para o consumidor e para o mercado? Respondendo a estas perguntas você será capaz de descrever a missão da empresa, ou seja, qual o seu papel no mundo.

Missão: _____

FORMA JURÍDICA

Existem várias formas jurídicas para uma empresa, cada uma com obrigações e direitos diferentes, e você deve analisar a configuração do seu negócio para descobrir qual é a ideal. Alguns dos enquadramentos possíveis para uma empresa são:

- **Microempreendedor individual:** pessoa que trabalha por conta própria e se regulariza como pessoa jurídica.
- **Empresário individual:** pessoa física que presta serviços ou comercializa produtos e responde com seu patrimônio pessoal.
- **Empresa individual ou limitada:** representada por uma pessoa, na qual a empresa responde apenas por seu próprio patrimônio.

Imagem 1 do Modelo de Plano de Negócios da página UOL - Meu Negócio.

• **Sociedade limitada:** composta de, pelo menos, dois sócios.

Qual sua forma jurídica?

- Microempreendedor Individual – MEI
- Empresário Individual
- Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI
- Sociedade Limitada
- Outra:

ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Uma boa forma de descobrir em qual categoria sua empresa se enquadra é determinar se ela é ou não integrante do Simples Nacional, programa que simplifica e reduz os impostos organizacionais. Cada nível do Simples tem regras e tributos diferentes, que precisam ser aplicados à sua situação. Caso não seja optante pelo Simples, poderá arcar com tributos avulsos, como IRPJ (Imposto de Renda para Pessoa Jurídica), ISS (Imposto sobre Serviços) e IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados).

Sua empresa se enquadra no Simples Nacional?

- Sim
- Não

Quais os tributos que deverão ser pagos, de acordo com seu enquadramento?

CAPITAL SOCIAL

Neste item você deve incluir todos os recursos necessários para que a empresa dê os primeiros passos. Dinheiro, equipamentos, insumos e ferramentas devem constar nesse campo.

RECURSO	VALOR

FONTE DE RECURSOS

Discrimine, aqui, como serão captados os recursos para os primeiros investimentos na empresa. Normalmente, as principais fontes são de reservas pessoais, venda de bens ou empréstimos.

RECURSO	COMO SERÁ CAPTADO

ANÁLISE DE MERCADO

Estudo dos clientes

Para este item é necessária uma profunda análise de público consumidor, que ateste dados como sexo, idade, localização, interesses, momento em que compram o produto ou serviço, no que costumam trabalhar, qual a classe social etc.

Se o seu público for outras empresas, analise o ramo de atuação, que produtos e serviços ofertam, qual o porte, quantos colaboradores costumam ter, tempo de mercado, imagem, e por aí vai. Vamos descrever, na sequência, quem é o seu público-alvo:

Imagem 2 do Modelo de Plano de Negócios da página UOL - Meu Negócio.



**Cheiro de
Livro**
LIVRARIA

Imagem 3- Logo da Cheiro de Livro