



UNIFEOb

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

TECNOLOGIA EM GESTÃO FINANCEIRA

TECNOLOGIA EM MARKETING

TECNOLOGIA EM RECURSOS HUMANOS

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

COMFFEE

UNifeob
CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS
SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

TECNOLOGIA EM GESTÃO FINANCEIRA

TECNOLOGIA EM MARKETING

TECNOLOGIA EM RECURSOS HUMANOS

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

COMFFEE

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Brenda Costa, RA 1012020200181

Douglas Cardoso, RA 1012021100434

Laynara Alves, RA 1012020200009

Maria Bezerra, RA 1012020200011

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	5
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
3. PROJETO INTEGRADO	8
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	8
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	8
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	8
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	9
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	11
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	12
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	13
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	14
4. CONCLUSÃO	15
REFERÊNCIAS	16

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por objetivo apresentar uma proposta para um novo empreendimento, utilizando como ponto de partida oportunidades observadas no mercado e dificuldades impostas pelo novo estilo de vida, devido a pandemia de covid-19.

Serão apresentadas propostas, objetivos e estratégias que podem ser usadas para colocar o empreendimento em prática. O intuito é achar um modelo que seja prático e flexível não apenas para os consumidores, mas para as pessoas responsáveis pela sua administração. Sendo facilmente adaptado para atendimento tanto em momentos de reclusão, quanto de certa normalidade.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Com o advento da pandemia de covid 19 e o fechamento de diversos estabelecimentos comerciais devido a necessidade do isolamento social, tornou-se indispensável propor algo novo que também se adequasse à nova realidade, algo que possa ser marcante mesmo para o cliente que está só de passagem, que possa chegar em qualquer lugar e que traga a sensação de familiaridade, hoje tão escassa.

Com isso em mente, a proposta deste trabalho é propor um empreendimento com foco em bebidas urbanas (cafés, *capuccinos*, chás, sucos) e seus acompanhamentos, sejam salgados ou doces. Visto que esse tipo de alimento pode ser consumido rapidamente (a caminho do trabalho ou faculdade, por exemplo) sem que seja necessário um local para consumi-lo. Além da praticidade na produção e entrega do produto, sendo uma opção viável também para comercialização em formato *delivery*.

A familiaridade e o destaque ficarão sob responsabilidade do sabor dos produtos que, embora inspirados na rede norte-americana *Starbucks*, serão facilmente reconhecidos pelo paladar brasileiro devido às matérias-primas, como doce de leite e paçoca ou manga e maracujá no uso de *frappuccinos*. Mas sem deixar de atender aos mais clássicos, oferecendo também o café expresso, por exemplo.

O empreendimento atuará no setor alimentício que, em 2020 (primeiro ano de pandemia) criou 20 mil novas vagas de emprego e registrou crescimento de quase 13% em faturamento em relação a 2019, chegando à marca de R\$ 789 bilhões de acordo com a ABIA (Associação Brasileira da Indústria de Alimentos).

Com tantas opções diferentes de alimentos e bebidas disponíveis, a concorrência está presente tanto em bares e restaurantes físicos quanto em aplicativos e serviços de *delivery*. Entretanto não há, longe dos grandes centros urbanos, concorrência para esse tipo específico de empreendimento. Visto que para consumir cafés *gourmet*, é necessário dirigir-se para grandes centros urbanos (hoje com fluxo reduzido de pessoas)

ou *shoppings* (hoje funcionando de maneira escalonada). A *Comffee* visa funcionar no modelo *to go* e com *delivery*, mas quiosques próximos de universidades, hospitais ou escritórios, já que a proposta é atender pessoas que estejam a caminho de seus compromissos ou atarefadas no *home office*.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Existem muitas variações de perfil empreendedor e cada negócio necessita de um perfil diferente, alguns são ousados e jovens, outros possuem experiência e são pragmáticos. Cada negócio também surge a partir de uma necessidade diferente, alguns têm o objetivo de mudar a comunidade em que estão inseridos, outros surgem como necessidade devido a crises financeiras e outros como *hobby*. Resumidamente, não há um perfil certo, mas o ideal. Mas para este empreendimento o ideal é um profissional com criatividade para criar sabores, resiliência para saber se adaptar aos anseios do público e perseverança para conquistar o espaço ainda inexplorado.

Além disso, é necessário ter também talentos e qualificações voltadas para o ramo de bebidas e alimentos, afinal para o sucesso da cafeteria é indispensável qualificação e capacitação em *logística*, visto que haverá demanda e orçamento para reposição de suprimentos e abastecimento do estabelecimento, cuidando desde a entrada de matéria prima até a logística reversa; *finanças* para o controle de gastos, investimentos, contas a pagar e receber e, claro, verificação da saúde financeira através de demonstração de resultado, balanços e demais controles; *gastronomia* para preparar e confeccionar os alimentos, buscando manter o padrão estético e o sabor da marca.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Foram realizados levantamentos a respeito do ponto comercial que será utilizado e optou-se por uma sala comercial na rua Major Braga que interliga todos os bairros da cidade de Aguai. O imóvel está localizado no número 434 e o aluguel mensal é de R\$1.000,00.

Entretanto, serão necessárias reformas para adequar o *layout* à proposta do estabelecimento. Para isso, serão adquiridos tintas, revestimentos, interruptores, luminárias e louças para o banheiro. Além disso, itens decorativos como quadros, letreiros e de utilidades como bancos, mesas e prateleiras. Todo o material que será utilizado no dia a dia do estabelecimento, como liquidificador, cafeteira, moedor, *blender*, refrigerador, balcão e expositores. Itens para execução do trabalho administrativo, como computador, caixa registradora e impressora.

O valor estimado foi de R\$50.000,00 e o empréstimo pessoal será feito através do Banco do Brasil, que cobra uma taxa mensal de 2,84% que serão pagas em 36 meses, totalizando três anos. Com base na fórmula dos juros compostos ($M = C (1 + i)^t$), o custo final do empreendimento será de R\$137.026,46.

Levando em consideração que a cidade de Aguaí está interligada a quatro cidades (São João da Boa Vista, Orindiúva, Espírito Santo do Pinhal e Leme), possui um IDH de 0,715 e sua economia está baseada na agricultura, será possível arrecadar os valores necessários para quitar os custos de produção e funcionamento.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

A *Comffee* visa ser uma cafeteria contrário ao modelo tradicional. A proposta é atender o público que gosta de desfrutar cafés e que ficou desamparado durante o período de fechamento do mercado e isolamento social, visto que as cafeterias tradicionais, em sua maioria, não atendem no modelo *delivry* ou sequer dão ao cliente a possibilidade de “comprar pra levar”.

O modelo de negócio é idealizado para proporcionar flexibilidade de formatos, permitindo focar rapidamente em resoluções mais adequadas para cada momento, como acontece nos períodos mais críticos da pandemia de covid-19.

Um espaço pequeno não irá gerar desconforto para períodos em que o cliente não possa ficar no estabelecimento, mas permitirá dispor mesas e balcões à medida que a circulação de pessoas volte a certa normalidade.

Além disso, todo o processo de produção e entrega dos produtos será rápida. Visto que a matéria-prima, como frutas e doces, já estarão pré-prontos antes do preparo das bebidas. A *Comffee* irá preparar cafés tradicionais no mercado, mas com características tipicamente brasileiras, como por exemplo: usar na produção de *frappuccinos* ingredientes como paçoca, doce de leite e frutas conhecidas por toda a população como maracujá ou manga. O café expresso será preparado com cafés brasileiros populares e, para acompanhá-los, oferecemos produtos como pão de queijo e coxinha.

A *Comffee* irá atuar no mercado de comidas e bebidas, mas em um formato e oferecendo produtos que não estão disponíveis longe dos grandes centros urbanos. Portanto, embora possa encarar como concorrência qualquer estabelecimento que atue no mesmo segmento (como bares, restaurantes e lanchonetes), seu diferencial é oferecer diferentes opções ao consumidor que não quer comer um *hambúrguer*, pedir uma *pizza* ou beber *chopp* acompanhado de poções.

É um alimento de consumo rápido, como a caminho do trabalho ou da faculdade, por exemplo. Para um lanche da tarde ou uma pequena confraternização.

A *Comffee* estará localizada na principal avenida da cidade, permitindo fácil acesso para clientes de qualquer bairro e cidades adjacentes. Sua proximidade com o centro, permite que trabalhadores possam usufruir do cardápio, mas que possa continuar funcionando mesmo durante os fechamentos.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A administração estratégica é responsável por verificar o porquê daquela empresa existir, até onde ela pretende chegar e quais caminhos serão tomados para isso.

Ela é de suma importância pois ajuda os gestores a conhecer onde a empresa está inserida, seus pontos fortes e fracos, suas oportunidades e ameaças. É através dela que se define a missão, a visão e os valores de uma empresa.

A *Comffee* foi criada com o intuito de trazer alegria e inovação para os habitantes de Aguaí e região, trazendo os cafés de melhor qualidade, em um ambiente agradável, respeitoso e confortável para fazer seus pedidos, além de trazer um preço superacessível. A praticidade de pedir seu café e seguir para seu destino é nosso maior diferencial, além dos nossos inéditos sabores de cafés, sucos e *refreshers*.

Além de ser referência no mundo do Café na região, outro objetivo da *Comffee* é levar seu nome adiante e expandir suas franquias por todo o estado de São Paulo e logo para todo o país.

Para concluirmos esses objetivos, será necessário que os gestores de nossa empresa façam observações minuciosas sobre o ambiente interno e externo da empresa, ou seja, deve ser analisado desde aquilo que está no nosso alcance, até aquilo que não está, para que assim possamos estar sempre preparados para enfrentarmos qualquer situação e termos uma boa estrutura para lidar com problemas.

A dedicação ao cliente é a base para a fidelidade e confiança dos mesmos, logo, sempre ouvir o cliente e tentar melhorar nos aspectos sugeridos pelos mesmos será um dos pontos principais da *Comffee*, afinal, sem clientes a empresa não sobrevive.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A Estratégia Empresarial são os planos que a empresa traça com a finalidade de alcançar seus objetivos. Ela é de suma importância para as organizações, visto que o mercado passa por constantes mudanças em questões sociais, políticas, econômicas e tecnológicas e, caso não tenha uma boa estratégia, a empresa pode não garantir sua sobrevivência e vir à falência. Portanto, elaborar a estratégia empresarial logo no início, faz com a empresa tenha um preparo maior para encarar tais mudanças.

Como temos o objetivo de expandir nosso nome e trazer novidades no ramo de cafeterias para a região, resolvemos, através da Matriz SWOT, fazer algumas análises e comparações dos nossos pontos fortes e fracos, nossas possíveis oportunidades e ameaças, para que assim possamos fazer os devidos ajustes e concluirmos nossos primeiros objetivos.

	Fatores Positivos (auxiliam o objetivo estratégico)	Fatores Negativos (atrapalham o objetivo estratégico)
Ambiente Interno (características da organização)	<p>Inovação e Praticidade: o estabelecimento é o primeiro na cidade de Aguai a apresentar um sistema inovador e prático, feito exclusivamente para que o cliente possa adquirir seu produto com agilidade e logo em seguida partir para seu destino, ótimo para estudantes a caminho da escola e trabalhadores a caminho de seus serviços.</p>	<p>A ausência de uma marca de peso: Alguns consumidores acabam optando por comprar apenas nas cafeterias já conhecidas e que já tem seu nome consolidado no mercado, mas à medida que espaços são conquistados e a confiança do público aumenta, conquista-se a fidelidade e reconhecimento.</p>
Ambiente Externo (características do mercado)	<p>Localização Estratégica: Próxima de escolas e o centro da cidade, ponto de tráfego dos estudantes e trabalhadores, colaborando para que mais pessoas conheçam o estabelecimento e tenham praticidade e rapidez na mesma.</p>	<p>Concorrência: o mercado de comidas e bebidas é altamente competitivo e as pessoas tendem a procurar por aquilo que já estão acostumadas. O sistema convencional de cafeteria pode ser mais atrativo pela familiaridade, fazendo com que o público tenha resistência ao novo.</p>

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Definir a Missão, a Visão e os Valores da organização é de fundamental importância na criação do Planejamento Estratégico da mesma. Por isso, é o primeiro passo a ser seguido.

A Missão nada mais é que um resumo do propósito da organização. É dito em poucas palavras o motivo daquela empresa existir. Um exemplo é a Missão do Grão Espresso:

Compromisso com nossos franqueados em orientar, apoiar e desenvolver ferramentas para que as franquias atinjam seus melhores níveis de gestão e operação.
Compromisso com o consumidor final em entregar-lhe a mais alta qualidade em produtos, limpeza e organização do ambiente, oferecidos em um excelente padrão de atendimento com preços acessíveis.

Portanto, a cada novo projeto da empresa, deve-se consultar a missão e ver se ambos se conectam. Caso se conecte, basta apenas prosseguir. Caso não, deve-se rever a nova possível implementação e fazer as devidas alterações até que ela fique dentro da missão. É importante que a missão da empresa seja expressa de forma clara e objetiva o que se espera de seu trabalho a todos na instituição e como a organização quer ser reconhecida.

Ao desenvolver a missão de uma empresa, pode-se fazer os seguintes questionamentos que irão auxiliar nessa tarefa: Para que a empresa existe? O que a empresa faz? Para quem?

A Visão é a forma que a empresa enxerga no futuro, se ela chegou onde planejava e se conseguiu atingir suas metas estabelecidas. Como a Visão é feita de metas, ela deve ser revisada no período determinado pela empresa (em sua maioria, 5 anos). E então, diferente da Missão, a Visão pode sofrer alterações, adicionando na mesma mais metas e objetivos para serem cumpridos no futuro. Como exemplo, temos a Visão do Grão Espresso:

Ser reconhecida por seus franqueados e respectivos clientes como uma Rede de cafeterias modelo de atendimento e satisfação, dentro de um sistema eficiente de franquia empresarial.

Para desenvolver a Visão de uma empresa, pode-se basear nas seguintes perguntas: O que a empresa quer se tornar e aonde ela quer chegar? Para onde devemos apontar para cumprir as metas? E após definir a Missão e a Visão, deve-se definir os Valores, que podem ser tratados como “regras” e princípios. Eles influenciam na tomada de decisões, nos comportamentos e atitudes dos funcionários da organização. Para se concluir as metas de forma mais eficiente, deve-se ter disciplina. Sendo assim, é necessário que a empresa construa seus valores conectando-os com seus objetivos. Um exemplo, os Valores do Grão Espresso:

1. Resiliência, respeito, colaboração e cordialidade.
2. Dedicção ao franqueado.
3. Senso de urgência.
4. Rigor na execução e monitoramento.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Com base naquilo que já foi abordado e na proposta do empreendimento que foi proposto até aqui, foi definido como *Missão*: trazer alegria e inovação para os consumidores de forma prática, com os melhores produtos, no melhor ambiente e com os melhores preços, como *Visão*: ser referência em qualidade e inovação por toda a região, sendo sempre lembrada de maneira positiva pelo público quando o assunto é

Cafeteria e *Valores*: respeito e conforto, praticidade e satisfação, dedicação total ao consumidor.

4. CONCLUSÃO

O projeto da *Comffee* mostrou que além de todo o conhecimento técnico e preparo necessário para abrir e administrar um negócio, é necessário também ter criatividade e ousadia. Às vezes, na prática, o que foi projetado acaba saindo de maneira completamente diferente. Inclusive dando novas ideias e novos pontos de partida, muitas vezes resultando em algo de maior sucesso não só do ponto de vista financeiro ou comercial, mas do ponto de vista do gestor também, com mais retorno emocional do que aquele anteriormente imaginado.

O ponto de partida para quem quer empreender sempre será o da ideia. Que resultado eu busco? Independência financeira? Contribuir para a minha comunidade? obter maior qualidade de vida? Com o que eu quero trabalhar e de que maneira eu posso fazer isso? Conhecer a si próprio e o seu potencial, além das limitações que terá para abrir um negócio é fundamental para traçar um plano para um negócio de sucesso.

REFERÊNCIAS

ABIA. Faturamento da indústria de alimentos cresce 12,8% em 2020, c1996. Disponível em:

<<https://www.abia.org.br/releases/faturamento-da-industria-de-alimentos-cresce-128-em-2020#:~:text=O%20food%20service%20>>. Acesso em: 07 de Junho de 2021.

BANCO DO BRASIL. Em linha com COPOM, BB reduz taxas para pessoas físicas e jurídicas, c1998. Disponível em:

<[https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/imprensa/n/61621/em-linha-com-copom-bb-reduz-taxas-para-pessoas-fisicas-e-juridicas#/>](https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/imprensa/n/61621/em-linha-com-copom-bb-reduz-taxas-para-pessoas-fisicas-e-juridicas#/). Acesso em: 07 de Junho de 2021.

GRÃO ESPRESSO. Para você, nossa paixão, c2000. Disponível em: <<http://www.graoespresso.com.br/grao-espresso>>. Acesso em: 04 de Junho de 2021.

SEBRAE. Entenda o que é administração estratégica, c1996. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-administracao-e-strategica/>>. Acesso em: 11 de Junho de 2021.

SEBRAE. O que são estratégias empresariais, c1996. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-sao-estrategias-empresariais.e4df6d461ed47510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 01 de Junho de 2021.