



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
PADARIA IMPÉRIO

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

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

PADARIA IMPÉRIO

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Alessandro Santana Gomes, RA 1012021100028

Ana Lucia Braganholi, RA 1012021100094

Ana Paula Figueiredo, RA 101202110004

Beatriz Casagrande, RA 1012021100186

Henrique Duarte Correia, RA 1012021100605

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	7
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	9
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	9
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	10
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	10
4. CONCLUSÃO	12
REFERÊNCIAS	13
ANEXOS	14

1. INTRODUÇÃO

Esse projeto trata-se de um brainstorming empresarial, também conhecido como chuva de ideias.

Brainstorming é um método utilizado pelas organizações para gerar ideias e alternativas para seus projetos e determinar soluções de problemas.

Esse conceito foi criado em 1939, pelo norte americano Alex Osborn, pois percebeu que seus funcionários tinham um baixo desempenho no desenvolvimento na criação de campanhas de propaganda criativas para seus clientes. Após essa análise realizou reuniões com seus colaboradores com o intuito de coletar lista de ideias sugeridas pelos participantes, para que as melhores ideias fossem colocadas em prática para solucionar problemas e formar estratégias.

No desenvolvimento do brainstorming existem alguns princípios fundamentais que são:

- Quantidade: quanto maior a quantidade de ideias melhor, pois o brainstorming aceita que é possível encontrar qualidade dentro da quantidade.
- Evitar a crítica: ideias não devem ser criticadas durante a reunião; como o foco é a quantidade, devem estimular que todos os integrantes interajam e não façam nenhum julgamento às ideias propostas.
- Apreciar ideias fora do comum: ideias que fogem dos conceitos conhecidos são bem vindas, pois o objetivo é coletar maior quantidade de ideias e identificar novas abordagens na solução de problemas.
- Combinar e melhorar ideias: com base em ideias prontas outras melhores surgirão; em cima de idéias já estabelecidas, poderão surgir novas idéias que irão agregar mais conteúdo ao assunto em pauta.
- Colocar as ideias em ação: é importante que as ideias e sugestões levantadas sejam colocadas em prática ou o brainstorming acaba sendo um perca de tempo.

- Monitoramento dos resultados: o líder precisa mostrar para sua equipe como os projetos realizados com o brainstorming estão evoluindo, essa prática é fundamental para motivar ainda mais na busca de melhores ideias.

Vimos que a chuva de ideias deve envolver toda classe de uma organização e deve ter todo um planejamento para conseguir o resultado esperado. Um exemplo de brainstorming muito conhecido é de um acontecido na empresa Colgate, que realizou uma reunião com a alta diretoria para discutir ideias com o intuito de criar uma maneira que a população aumentasse o consumo de creme dental. Durante a reunião surgiram várias ideias como: criar um creme dental colorido, de outro sabor. Mas a melhor ideia foi de um operador que sugeriu a ideia de aumentar o bico do tubo, assim o consumidor iria usar mais creme dental sem perceber. Muitas vezes a ideia mais simples pode ser a melhor, por isso a importância da participação de representantes de setores diferentes da empresa.

Quando os gerentes adotam o brainstorming no dia a dia das empresas, a mesma consegue antecipar as tendências do mercado e estimula a criatividade de sua equipe perante problemas atacando-os de imediato.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A padaria Império é um novo empreendimento no ramo alimentício, com diversos produtos de alta qualidade produzidos para atingir todos os tipos de público.

Pensando em atender a necessidade de todos, seus produtos além de terem alta qualidade, terão um bom custo benefício para que seja acessível a todos, usando este diferencial para poder entrar no mercado com condições de competir com outras padarias que já estão consolidadas no mercado local.

Os produtos que serão oferecidos aos clientes, irão ser desde o tradicional pão francês, até os mais deliciosos bolos recheados, roscas, doces, rocamboles, pães e frios em geral, sem deixar de lado o tradicionalismo de um bom café quentinho.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

Com a inserção de um novo empreendimento no ramo alimentício, a gestão trabalhará forte em relação ao empreendedorismo, pensando em se destacar no mercado com novas ideias, para atrair o público alvo. Para isso os sócios têm ciência que é preciso arriscar e apostar no brainstorming, incentivando e estimulando a criatividade de toda equipe, também transmitir confiança a todo time de profissionais é de extrema importância para obter sucesso e aceitação no mercado.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Ao surgir uma oportunidade que proporciona algo novo onde ninguém consegue ver, somente o empreendedor, há uma flexibilidade para mudanças e pensamentos diferentes de todas as pessoas tendo uma inovação no mercado. Com os conhecimentos, experiências ao longo da vida, habilidades, e uma educação formal, ou informal contribuem para uma visão futura e o bom funcionamento da empresa, e para que tudo funcione como foi planejado é preciso algumas competências como:

- objetivo esclarecido
- colaboradores
- capacidade de administrar riscos
- comprometimento
- persistência, planejamento, capacitação

E é nessa base de competência que a padaria Império, chega com os frutos das experiências no conhecimento alimentício, sendo criativo, buscando inspiração e

conhecimentos dos demais recursos como produção de bens ou serviços (máquinas e equipamentos). Com dedicação, empenho, responsabilidade e vocação a padaria Império conquistará a fidelidade dos consumidores e continuará no auge nos próximos anos.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

O valor orçado para o empreendimento foi em torno de R\$50.000,00 (cinquenta mil reais), do qual, 60% será de recursos próprios e 40% por meio de instituição financeira. A padaria Império possui cinco sócios proprietários, onde cada um arcará com 12% do capital próprio, arrecadados por meio de FGTS rescisório, vendas de automóveis e fundo em conta poupança.

Os 40% restantes foram adquiridos através de financiamento do tipo capital de giro(para fins de formação e manutenção de estoque, adiantamento mensal de aluguel e investimento em condução para entrega das mercadorias), onde as taxas mais baixas de juros e mais vantajosas eram da instituição CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, com 7,54% a.a. (Dados banco BCB).

O esperado é que no segundo ano de atividade da empresa, o investimento total comece a dar retorno e os sócios possam dividir o lucro líquido em partes iguais.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

A proposta da criação da padaria Império surgiu com o intuito de oferecer aos moradores de uma cidade do interior a oportunidade de ter produtos de qualidade de uma forma acessível.

Ao realizar uma análise de mercado, os cinco sócios identificaram que já haviam outras padarias na cidade e que a maioria delas já tinham uma clientela formada. Desta forma, qual seria nosso diferencial? Esta foi nossa primeira pergunta.

Então, após fazer uma pesquisa com futuros clientes, identificou-se que nenhuma das padarias realizava entregas em áreas rurais. Realizou-se uma análise de custo até o produto entregue ao cliente e estabeleceu que seria possível realizar entregas nas áreas rurais duas vezes por semana, aos sábados e quartas-feiras, de modo que obtivesse lucro.

Em um primeiro momento, acreditávamos que somente o diferencial das entregas rurais seria suficiente para ganhar o público, mas houve a necessidade de criar canais chamativos nas redes sociais e para isso contamos com o apoio do facebook e instagram, e um dos sócios ficou responsável por gerenciar essa parte.

Pensando na divisão dos setores da empresa, cada sócio optou por gerenciar a área que se sentisse mais confortável. A divisão ficou da seguinte forma: marketing; vendas; produção; financeiro e administrativo.

Para que houvesse equilíbrio e crescimento da empresa, foi pensando em reuniões semanais com pautas previamente definidas.

A proposta dos cinco sócios, além de aumentar o campo de visão, também já reforça a estratégia da padaria Império em criar suas filiais, sem que perca sua essência, que consiste em fornecer praticidade, especialmente para os moradores de áreas rurais.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Inseridos em um contexto de pandemia provocada pela COVID-19, temos como principal estratégia fortalecer parcerias, buscar novos fornecedores e renegociar preços.

O marketing por meio das redes sociais também deveria estar sempre atualizado e buscando alcançar as clientes, despertando interesse e o desejo de adquirir produtos.

Neste contexto, mais do que nunca a administração estratégica se tornou essencial para o sucesso de um empreendimento. Foi um consenso entre os sócios que qualquer investimento de alto valor precisaria ser acordado entre todos.

Procuramos manter clareza quanto a situação da empresa e quais objetivos pretendemos alcançar. Para cada setor, foram propostas metas para serem alcançadas e para aquelas que são atendidas, presenteamos nossos colaboradores com algum doce da padaria, a fim de mostrar que eles são reconhecidos por seus esforços.

Como missão da empresa, temos o existir para tornar a vida de nossos clientes mais prazerosa, de um jeito simples, e ao mesmo tempo, levar nossos produtos até os clientes que antes eram negligenciados.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A padaria Império irá prezar a comodidade de seus clientes com foco principal na entrega de mercadorias na zona rural onde se tem pouco acesso, sendo por encomendas ou não, em dias e horários predefinidos. Mas também possuir um ambiente agradável para toda a família fazer suas reuniões e encontros rápidos, com uma brinquedoteca completa e funcionários capacitados para cuidar das crianças.

Além de padeiros qualificados para tal função, as matérias primas utilizadas serão de preferência fornecidas pelos produtores da região, prezando por produtos orgânicos e de boa qualidade.

Contará com uma equipe completa com treinamento em atendimento ao público, com horário de funcionamento todos os dias da semana no horário das 5h às 20h.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Fazem parte do planejamento de um negócio e orientam o empreendedor em busca de resultados, e são aplicados em empresas de todos os portes.

- missão- foco da empresa
- visão- norte da empresa
- valores- como a empresa se posiciona no mercado e sociedade, seus princípios, como ser vista e conduta profissional

A empresa WICKBOLD como exemplo, tem sua missão, visão e valores como;

- missão- nutrir e inspirar pessoas para uma vida mais equilibrada.
- visão- ser a melhor empresa brasileira de alimentos reconhecida pela excelência em tudo que faz.
- valores- respeito às pessoas - paixão pelo que faz - honestidade - simplicidade - inovação.

Institucional - WICKBOLD <https://www.wickbold.com.br/wickbold>

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

A padaria Império entrará no mercado levando a sua missão, visão e valores a toda clientela, impulsionada pela sua criatividade e inovação, estima-se que o resultado será positivo .

Com equilíbrio dos produtos e serviços, a estrutura da padaria Império será expandida nos próximos anos, com o intuito de concretizar a marca Padaria Império.

Na inspiração dos sócios a padaria Império irá fluir em harmonia a conquista plena na sua missão, visão e valores:

-valores: ser reconhecida como o melhor parceiro de seus clientes.

-missão: levar qualidade e respeito a todas as pessoas, será o nosso compromisso.

-visão: nosso propósito de existir é fazer a diferença independente das circunstâncias, com os objetivos e as realizações rumo ao alvo se concretizarem.

4. CONCLUSÃO

Durante a confecção deste PI, foi possível identificar que antes da tomada de decisão de qual empresa criar, foi necessário realizar uma pesquisa de mercado, analisando principalmente os clientes que queríamos atender.

O fato de termos optado por um empreendimento “comum”, nos trouxe dificuldades para nos destacarmos no mercado, mas que logo foram superadas por uma equipe qualificada e empenhada em ter sucesso.

Esperamos expandir a empresa por meio de filiais e que a Padaria Império cresça de forma exponencial.

REFERÊNCIAS

https://spi.pt/documents/books/inovint/gi/aceso_ao_conteudo_integral/capitulos/3.7/cap_apresentacao.htm

<https://agenciadommarketing.digital/brainstorming/>

<https://www.voitto.com.br/blog/artigo/brainstorming>

https://www.bcb.gov.br/estatisticas/reporttxjuros?path=conteudo%2Ftxcred%2FR eports%2FTaxasCredito-Consolidadas-porTaxasAnuais.rdl&nome=Pessoa%20jur%C3% ADdica%20-%20Capital%20de%20giro%20com%20prazo%20at%C3%A9%20365%20 dias¶metros=tipopessoa:2;modalidade:210;encargo:204&exibeparametros=false&ex ibe_paginacao=false

ANEXOS

