



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
LOGÍSTICA

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
EXCLUSIVA MODAS

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
LOGÍSTICA

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
EXCLUSIVA MODAS

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Luís Fernando da Silva, RA 1012020100124

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	5
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	5
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	5
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	6
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	7
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	7
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	7
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	8
4. CONCLUSÃO	9
REFERÊNCIAS	10

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo exemplificar o funcionamento de uma empresa de personalização de vestuário online, para tal, utilizo o nome fantasia Exclusiva Modas. Ao longo do texto serão explicitados os pontos pertinentes de acordo com o escopo das disciplinas abordadas.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A princípio a proposta diz respeito a uma empresa de personalização de vestuário online, aqui denominada "Exclusiva Modas", onde os clientes podem fazer a customização das peças de vestuário através do portal online. Uma vez no site, os clientes terão acesso a uma paleta de opções predefinidas que, à medida em que são escolhidas, geram uma pré-visualização do produto, bem como o custo de produção e sua estimativa de entrega.

A empresa atuará no ramo de tecelagem e confecção, setor que vem demonstrando bons resultados e boa recuperação econômica, e terá como foco a parcela de pessoas mais engajada nas redes sociais e mais propícia a consumir produtos de moda.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

A Exclusiva Modas, à princípio, necessita de empreendedores com um perfil antenado e ao mesmo tempo pragmático, utilizando das informações e tendências com auxílio da tecnologia, sem deixar de lado o realismo e a objetividade do negócio.

Em linhas gerais, as principais características dos empreendedores são o planejamento e o trabalho em equipe. O planejamento é parte vital, pois a partir dele serão traçados os objetivos e os recursos (financeiros, temporais e humanos) para atingi-los. Já o trabalho em equipe é o que sustentará o negócio, uma vez que precisamos da força de trabalho e participação de todos os envolvidos.

Como já foi citado, a Exclusiva Modas funciona através da personalização de vestuário utilizando o portal online; dessa forma, os gestores não precisam necessariamente conhecer todos os processos de fabricação das peças, já que essas são escolhidas pelo cliente dentro de um número finito de opções disponíveis no site da loja. Contudo é necessário que os funcionários responsáveis pela confecção das peças tenham domínio desse assunto.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Inicialmente, a Exclusiva Modas contará com um aporte financeiro próprio, no valor de R\$60.000,00 (sessenta mil reais), dividido em três partes iguais entre seus três sócios. Esse valor será utilizado para a aquisição de maquinário, matéria prima, desenvolvimento e manutenção do portal online e pagamento dos funcionários, além das demais despesas. À princípio estimamos que o pró-labore seja de R\$1.500,00 (mil e quinhentos reais) no primeiro ano de funcionamento.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

A Exclusiva Modas é uma empresa de confecção e personalização de vestuário online. Através do website os clientes podem efetuar a compra das peças disponíveis, desde camisas, camisetas, blusas, shorts, calças, bonés, máscaras, etc, além da capacidade de customizar os produtos desejados, utilizando um conjunto de opções previamente disponibilizadas. Dessa forma, o cliente pode escolher o tamanho, tecido, cores, modelos e demais personalizações como brasões, logomarcas, nomes, etc. Em seguida, é disponibilizada uma pré-visualização do(s) produto(s), bem como o custo de produção e a previsão de entrega. Após a confecção, todas as peças são enviadas através de empresa de logística terceirizada.

Segundo a Associação Brasileira de Indústria Têxtil e de Confecção (Abit), no acumulado do primeiro quadrimestre de 2021, em relação ao mesmo período de 2020, houve um crescimento de 30,9% na produção têxtil e 27,6% na de confecção, o que mostra uma recuperação do setor mesmo durante o período de pandemia.

Além disso, segundo o relatório da Mastercard SpendingPulse, um indicador de vendas no varejo, as vendas online no Brasil aumentaram 75% em 2020 se comparado com 2019, principalmente após o início do isolamento social.

Portanto, identifiquei um mercado próspero e uma demanda crescente no setor, além de uma excelente aceitação por parte dos clientes. Segundo o estudo Shopper Compass no e-commerce de vestuário, 82% dos consumidores preferem o e-commerce das marcas. Destes, o índice de satisfação chega a 68%.

Com base nessas informações, a Exclusiva Modas terá foco nas suas operações online, sem a necessidade de loja física a princípio. Toda a divulgação e propaganda será feita a partir das redes sociais, como Instagram e Facebook, onde serão expostas imagens e vídeos dos produtos acabados e/ou em estoque. A partir desses pontos, defino o público alvo como sendo pessoas de ambos os sexos, de 17 a 54 anos, das classes A, B e C, tendo em vista que essa parcela de consumidores é mais ativa nas redes sociais e são mais propícios a consumir produtos de moda.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Inicialmente, a Exclusiva Modas contará apenas com uma unidade de produção e distribuição, uma vez que o foco será na interação online e mídias sociais e não haverá a necessidade de uma unidade física. Em seguida, a propaganda da marca e produtos será impulsionada online através das mesmas mídias, utilizando como alvo o perfil de usuários mais propícios a interagir e adquirir os produtos disponibilizados. Posteriormente, utilizando ferramentas online de análise e acompanhamento, como o Google Analytics, além de várias métricas, será possível identificar o padrão de comportamento dos usuários dentro do site, o que servirá como norteador no direcionamento das próximas ações para expansão da marca.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

De maneira clássica, o trio Missão, Visão e Valores se faz necessário para a definição das estratégias, motivação da equipe e reflexão sobre o papel do seu negócio na sociedade. Assim, podemos definir:

- Missão: A razão pela qual a empresa existe, seu propósito, intenção, finalidade;
- Visão: Onde a empresa deseja chegar, em um determinado espaço de tempo;
- Valores: Atitudes e comportamentos que se espera dos colaboradores com os seus clientes, fornecedores e parceiros.

Abaixo encontram-se exemplos de Missão, Visão e Valores das empresas Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal, respectivamente:

- Nossa Missão: Nosso propósito é estar próximo das pessoas e ajudar a preservar o que é importante para nossos clientes, acionistas, funcionários e toda a sociedade.
 - Nossa Visão: Ser a empresa que proporciona a melhor experiência para a vida das pessoas e promove o desenvolvimento da sociedade, de forma inovadora, eficiente e sustentável.
 - Nossos Valores: Ética, foco no cliente, inovação, eficiência, confiabilidade, senso de dono, espírito público.
-
- Nosso Propósito: Ser o banco de todos os brasileiros.
 - Nossa Visão: Ser o maior parceiro dos brasileiros, reconhecido pela capacidade de transformação, com eficiência e rentabilidade.
 - Nossos Valores: Os valores que guiam nossas ações são: ética, foco no cliente, integridade, meritocracia, responsabilidade socioambiental.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

A Exclusiva Modas, em relação ao planejamento estratégico, contará com os seguintes pontos:

- Missão: Oferecer vestuário de qualidade e adequado às necessidades dos nossos clientes.
- Visão: Ser referência no ramo de personalização e satisfação no segmento.
- Valores: Ética, confiança e honestidade.

4. CONCLUSÃO

Em virtude dos fatos mencionados, identifiquei uma relação próxima entre a Gestão Empreendedora e a Administração Estratégica, de modo que ambas convergem no direcionamento do negócio visando o seu sucesso. Identificar uma ideia inovadora e economicamente viável não é tarefa fácil, levando em consideração a quantidade de opções disponíveis no mercado atual. Ao longo do texto foi demonstrado uma proposta de empreendimento focada na personalização e, até certo ponto, unicidade de seus produtos, inserida em um ramo que demonstra boa recuperação econômica além da crescente busca por tais produtos através do uso da tecnologia e mídias sociais.

REFERÊNCIAS

ABIT. **Indústria têxtil e de confecção apresenta recuperação no primeiro quadrimestre.** Disponível em:

<<https://www.abit.org.br/noticias/industria-textil-e-de-confeccao-apresenta-recuperacao-no-primeiro-quadrimestre>>. Acesso em 07 jun/2021.

BANCO DO BRASIL. **Quem somos.** Disponível em:

<https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/sobre-nos/quem-somos#>. Acesso em 10 jun/2021.

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL. **Apresentação - Sobre a Caixa.** Disponível em: <<https://www.caixa.gov.br/sobre-a-caixa/apresentacao/Paginas/default.aspx>>. Acesso em 10 jun/2021.

NAKAGAWA, Marcelo. **Missão, Visão, Valores (Clássico).** Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/ME_Missao-Visao-Valores.PDF>. Acesso em 10 jun/2021.

REDAÇÃO AZULIS. **É possível empreender com capital próprio? Descubra aqui!**

Disponível em:

<<https://www.azulis.com.br/artigo/e-possivel-empreender-com-capital-proprio-descubra-aqui>>. Acesso em 07 jun/2021.

TERRA, Thiago. **Pesquisa mostra perfil de quem compra vestuário em e-commerce de moda.** Disponível em:

<<https://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/pesquisa/38279/pesquisa-mostra-perfil-de-quem-compra-vestuario-em-e-commerce-de-moda.html>>. Acesso em 08 jun/2021.

TORRES, Vitor. **Quanto custa abrir empresa no Brasil? Custos e Taxas 2021.**

Disponível em:

<<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/quanto-custa-abrir-empresa-no-brasil-descubra-tudo/>>. Acesso em 07 jun/2021.

VILELA, Luiza. **E-commerce: o setor que cresceu 75% em meio à pandemia.**

Disponível em:

<<https://www.consumidormoderno.com.br/2021/02/19/e-commerce-setor-cresceu-75-cri-se-coronavirus/>>. Acesso em 07 jun/2021.

ZUINI, Priscila. **Os 9 perfis mais comuns de empreendedores.** Disponível em: <<https://exame.com/pme/os-9-perfis-mais-comuns-de-empreendedores/>>. Acesso em 07 jun/2021.