



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
Tecnologia em Marketing

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
São João Brindes

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

Tecnologia em Marketing

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

São João Brindes

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Kenneth G. Ramires Ginez, RA 1012021100145

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	4
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	4
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	4
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	5
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	5
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	5
MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	6
4. CONCLUSÃO	6
REFERÊNCIAS	8
ANEXOS	9

1. INTRODUÇÃO

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

“O brinde se tornou muito importante para as empresas associarem sua marca a produtos de utilidade diária e para divulgar a sua marca em campanhas, mostrando uma preocupação social de sua empresa”

A Empresa SÃO JOÃO BRINDES, será estabelecida sua sede na cidade de São João da Boa Vista, uma cidade com muito potencial empreendedor no ramo, tem como visão essa associação..

De acordo com um estudo realizado pelo SEBRAE (2014) os brindes ecológicos são uma tendência mundial. Estão seguindo uma consciência ecológica que vem tomando conta da sociedade, dos mercados mundiais preocupados com a preservação ambiental. Este alinhamento da empresa com esta consciência coletiva traz consigo a simpatia de clientes, visto que possibilita associação da marca a questões sociais, dando maior visibilidade às empresas além de serem mais baratos. Em geral, a matéria-prima destes objetos é reciclável, o que barateia de forma significativa o preço desses brindes.

A ideia de abrir uma empresa focada neste segmento seria uma inovação na cidade, conforme revela a pesquisa de mercado realizada, traz uma ampla gama de produtos e oferece a opção de brindes ecológicos que seria algo totalmente novo no município e região, oferece produtos não só para empresas, mas também sendo uma nova opção para lembrancinhas de formaturas, casamentos, aniversários e eventos em geral.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Os resultados de uma empresa passam necessariamente pelo desempenho da equipe. Claro que a contribuição individual faz diferença, mas é a forma com que cada contribuição se conecta que irá garantir um resultado ótimo.

Toda a equipe, inclusive o empreendedor deve ter o conhecimento do produto, de maquinários e do próprio público que irá ser o alvo da empresa,

tudo isso deve ser posto em pesquisas e muito bem estudado para que o empreendedor tenha um futuro de sucesso.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

O capital de R\$16.000,00 será adquirido por meio do FGTS mais multa rescisória de 40% de seu último emprego do empreendedor, o restante de R\$ 20.000,00 será com a venda de um dos automóveis da família.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Para entender o mercado e nossos futuros clientes, realizamos pesquisas de mercado, para captar suas opiniões, sugestões e ideias de melhoria para o negócio

Através da nossa pesquisa buscamos observar quais seriam nossos possíveis clientes, suas características e necessidades principais, o fluxo de compras por eles realizadas e a melhor localização para nossa empresa.

Com essa pesquisa, conseguimos entender qual a preferência de brindes personalizados as pessoas preferem, qual o público iremos atingir e qual a faixa etária desses clientes..

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A estrutura de comercialização será por meio de telefones, e-mail, redes sociais e no próprio estabelecimento. O Atendimento será bem objetivo a todos os clientes, tendo como foco a atitude, atenção e ação. No atendimento presencial, teremos táticas para influenciar a compra, mostrar que é um bom negócio, ou seja, as duas partes ganham.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Teremos como estratégia a divulgação em rádios, apresentações dos serviços em panfletos entregues pela cidade e cartão de visita da loja. Uma grande aliada será a internet, pois, através dela podemos alcançar vários clientes, pois, é um meio de comunicação muito favorável para a nossa área de trabalho. No caso usaremos Facebook, perfil no Instagram, com demonstrativos dos produtos que oferecemos. Algo também muito interessante são as feiras, onde podemos apresentar nosso produto.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão: finalidade de uma organização ou a razão de sua existência;

- Visão: o que a empresa aspira ser ou se tornar;

- Valores: princípios que norteiam e que diferenciam a empresa das outras.

MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Nossa missão é : Oferecer itens inovadores, de alta qualidade e com preços acessíveis, para assim valorizar nossos clientes e parceiros estratégicos, com o propósito de superar suas expectativas e trazer mais igualdade a nossa sociedade, proporciona a todos a oportunidade de ter acesso a produtos personalizados e exclusivos, garantir a criação de valor e a sustentabilidade do negócio.

Nossa visão é: Tornar-se uma referência regional em personalização e sinônimo de criatividade nacional.

Nossos Valores: Visar a satisfação do cliente, Integridade com todo o tipo de público, Demonstrar e praticar a responsabilidade social para uma sociedade mais justa.

4. CONCLUSÃO

Força: nosso ponto forte é o foco na satisfação do cliente, portanto uma localização adequada, produtos de qualidade, e personalizados na hora, são os pontos fortes da nossa empresa.

Oportunidades: grande chance de expansão dessa área, por ser um mercado pouco explorado na cidade, e por sempre haver novidades em produtos.

Fraquezas: : nossa fraqueza seria a pouca experiência no manuseio das máquinas e na criação dos produtos, porém buscaremos alguns treinamentos e cursos específicos para o aprimoramento desses conhecimentos e plena capacitação.

Ameaças: nosso concorrente pode tentar igualar suas vendas as nossas, usar divulgações, preços iguais ou inferiores aos nossos, pode acontecer de novos

concorrentes entrarem no mercado, por ser um mercado que está se expandir grandemente e também a importação de produtos mais baratos podem ganhar nosso lugar, caso o cliente não tenha pressa e o valor seja muito compensativo

REFERÊNCIAS

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE).

Unidade de Orientação Empresarial. Disponível em:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-uma-loja-de-brindese-col%C3%B3gicos/> Acesso em 01 de Março de 2015

ANEXOS

Essa parte está reservada para os anexos, caso houver, como figuras, organogramas, fotos etc.