



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
SUPERMERCADO RENDE MAIS

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

TECNOLOGIA EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

SUPERMERCADO RENDE MAIS

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Carolina Ap. Azarias, RA 1012020100661

Daniela M. Pereira, RA 1012020100722

Gracieli Ap. Cremasco, RA 1012020100305

Murilo G. de Souza, RA 1012020100706

Naiara Sousa Silva, RA 1012020100770

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	7
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	9
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	12
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	16
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	19
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	21
4. CONCLUSÃO	22
REFERÊNCIAS	22
ANEXOS	24

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho irá tratar da criação de um novo empreendimento, o Supermercado Rende Mais.

Serão apresentadas as principais questões que cercam este empreendimento tanto em relação ao seu ambiente externo e interno, além de promover os planos de gestão, marketing, operações e financeiro.

O projeto será desenvolvido com o objetivo de apresentar os seguintes estudos: perfil do empreendedor, fontes de capital, proposta de um novo empreendimento, estratégia empresarial, e por fim missão, visão e valores do novo negócio.

Ao final do presente Projeto Interdisciplinar será apresentada uma conclusão descrevendo os principais pontos abordados e dificuldades encontradas.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

SUPERMERCADO RENDE MAIS:

Seu dinheiro rende muito +

Novo empreendimento localizado em São João da Boa Vista/SP

O Supermercado Rende Mais chega à cidade de São João da Boa Vista com a proposta de ser uma empresa que oferece produtos de qualidade com preços justos e mais acessíveis; um atendimento de excelência em todos os setores da loja; um ambiente agradável e com acessibilidade, onde o respeito por todos é primordial; oferecer serviços diferenciados para nossos clientes, para que a experiência de compra se torne ainda mais completa e ágil; e ser uma empresa que pratica e incentiva ações para cuidado com a nossa sociedade e nosso planeta.

Inserida em um mercado altamente competitivo e com um leque grande de concorrentes, como redes já fortes na região e outros supermercados já consolidados na cidade, o Rende Mais chega preparado e disposto a oferecer à cidade uma alternativa de compra que une qualidade, serviços diferenciados e economia. Oferecendo produtos básicos do dia a dia em setores diversos como mercearia, higiene e limpeza, hortifruti, açougue e bebidas, sempre com excelência, oferece também uma linha completa de vinhos e queijos contando com um profissional especializado na área para prestar toda assistência aos nossos clientes. Contamos também com profissionais especializados e produtos diferenciados voltados para aqueles que seguem uma alimentação fitness, além de uma área exclusiva para nossos clientes amantes do café, apreciem a bebida enquanto fazem uma pausa na correria do dia a dia.

Assim, bem estruturado e preparado, levando do básico ao sofisticado, da praticidade e agilidade à uma pausa merecida, em um ambiente agradável e seguro com bons preços, o Rende Mais busca atrair uma variedade ampla de clientes, acolhendo e buscando sempre a melhor opção para eles. O Rende Mais chega em São João da Boa Vista para fazer história.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

A empresa a ser criada é o Supermercados Rende Mais.

Trata-se de um Supermercado com uma unidade em São João da Boa Vista localizado no centro da cidade, a princípio, e futuramente abriremos lojas em grandes metrópoles como Campinas, Mogi Guaçu e Ribeirão Preto.

O slogan do empreendimento é: “RENDE MAIS: AQUI SEU DINHEIRO RENDE MUITO MAIS”. Com esse slogan buscamos atrair o cliente com a qualidade dos nossos produtos e preços acessíveis a todos.

Buscamos trabalhar com excelência e qualidade, nossos colaboradores praticam o atendimento dez estrelas, sendo um diferencial da companhia, sempre se colocando no lugar do cliente e entendendo seus desejos e necessidades. Oferecendo sempre os benefícios e qualidades de cada produto.

Possuímos uma completa linha de vinhos nacionais e importados em nossa adega, os melhores queijos, padaria com a maior qualidade e variedade, fazendo também produtos fit como bolos, espaço gourmet café para você dar um tempo na correria do dia- a - dia e o melhor açougue da região.

Disponibilizamos também para nossos clientes um aplicativo (APP) onde ele pode fazer suas compras no conforto da sua casa, com entrega mais rápida em até 3h.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Para abrir um empreendimento como esse, precisamos ter em mente algumas características.

Vamos trabalhar com um leque grande de produtos e precisamos atender nossos clientes com excelência, para isso vamos precisar de profissionais capacitados a começar pelos sócios de diretores.

Abaixo segue algumas competências que definimos ser fundamentais para nossos líderes e diretores:

Liderança: Nossos líderes devem ser bons ouvintes, para que possa entender a necessidade da equipe e tê-la do seu lado, devem saber estimular permanentemente, motivá-la e deixá-la comprometida;

Rede de contatos: é importante participar de eventos relacionados ao seu produto e a comunidade, esses tipos de ações são muito importantes para se criar um vínculo e contatos, principalmente quando está se abrindo um empreendimento novo;

Capacidade de planejamento: ter a visão de onde está, onde quer chegar e o que é preciso fazer. Criar planos de ações e priorizá-los. Monitorar, corrigir e rever para alcançar seus objetivos estabelecidos durante o planejamento.

Agilidade na tomada de decisões: quando oportunidades nos negócios surgem, precisamos estar preparados para analisar sua relevância e decidir qual é o melhor rumo rapidamente;

Foco em resultados: é muito importante pensarmos no rumo e nos resultados que esperamos do nosso empreendimento em curto e médio prazo;

Senso de urgência: precisamos ser rápidos para identificar as prioridades e tomar atitudes com agilidade;

Visão sistêmica: necessário ter uma visão sistêmica do negócio da organização, para que possa direcionar corretamente a equipe, conhecer o mercado onde atua, quais seus concorrentes e como está a visão atual do negócio.

Assim como nossa equipe de líderes e diretores, definimos competências para nossos colaboradores que irão ser quem vai fazer o sucesso da empresa.

Teremos em nosso mercado uma grande variedade de vinhos que será um de nossos carros chefes e pretendemos atrair o público que aprecia esse tipo de bebida. Com isso teremos um profissional chamado **Sommelier** que precisa ter ensino médio completo, curso de formação em Sommelier, ser dinâmico, comunicativo, saber entender a necessidade e o gosto dos clientes.

Para atender nossos clientes em nossa padaria com muita variedade de produtos e uma linha fitness precisamos de um profissional **padeiro** formado em curso de panificação com experiência também em produtos fitness.

No açougue temos as melhores carnes e de altíssima qualidade, para isso temos **açougueiros** com cursos profissionalizantes, capacitados que conhecem com o que trabalham, fazendo sempre o melhor corte, ideal para a carne ficar ainda mais saborosa e suculenta, entendendo a necessidade do cliente e prezando pela sua higiene e do seu local de trabalho.

Teremos uma grande variedade de produtos e para isso vamos precisar ter um controle diário do estoque como: aquisição de suprimentos, armazenagem, estoque e expedição, manter o estoque limpo e organizado, fazer controle de materiais que entram e saem, verificar e fiscalizar os produtos recebidos. É necessário um **estoquista** ter curso profissionalizante em almoxarife e ter experiência na área.

Trabalharemos também com entregas, para isso **motoristas** capacitados com CNH C, prezando a entrega rápida com qualidade sem desrespeitar as leis de trânsito, amável e cordial com o cliente.

Para a divulgação, propagandas e também visual do supermercado para que não ocorra uma poluição visual contamos com profissionais na área de **marketing e visual Merchandising**.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Optamos pelo recurso próprio por ser um dinheiro que já pertence à empresa e seus fundadores, e não terá que ser quitado futuramente e assim não teremos preocupações com taxas e juros a pagar. É chamado de capital próprio a parcela de capital disponível para as companhias que advém exclusivamente de seus sócios, acionistas ou, ainda, do lucro obtido de suas operações. É um importante componente do ponto de vista contábil, visto que forma aquilo que se conhece como “patrimônio líquido” da empresa - ou seja, é a capital que ela verdadeiramente detém e que não deve retornar a nenhum credor.

Ainda assim, nem sempre o capital próprio é suficiente para o funcionamento de todos os projetos necessários para a lucratividade do negócio. E é justamente para viabilizá-los que os gestores optam pelo capital de terceiros - um aporte externo, fornecido basicamente através de empréstimos e financiamentos de instituições

financeiras. Mas com recursos próprios suficientes para o início do projeto, iremos fazer um grande investimento e esperamos que gere grandes frutos futuramente.

Sabendo disso, vimos que existem algumas vantagens específicas atreladas à escolha dessa fonte de recursos. Algumas delas são:

- Não há pagamento de juros sobre o montante: afinal, a forma de retorno do investimento para os sócios é a divisão dos lucros;

- Há mais liberdade para a aplicação do capital: quando lidam com o capital de terceiros, as empresas passam a ser constantemente pressionadas pela necessidade de pagamento da dívida. Por conta disso, tendem a optar por projetos aparentemente mais lucrativos (ainda que nem sempre alinhados à sua proposta estratégica). Com o capital próprio, essa pressão em relação ao prazo de retorno do investimento é mitigado;

- Os riscos são assumidos por ambas as partes: ou seja, pela empresa e pelo sócio em questão (quando há sócios). Quando há prejuízo, não há o que se falar em divisão em lucros ou retorno.

Por consequência, optar por nossos recursos também poderá resultar em um caixa com mais ativo livre para a própria empresa, já que não haverá dívidas a serem pagas. Essa é uma excelente oportunidade para avaliar em quais pontos a empresa precisa melhorar e no que ela precisa investir para que o negócio evolua a longo prazo.

Ter um capital próprio positivo é uma excelente métrica para avaliar se o seu negócio está progredindo e tem riscos menores de entrar em uma crise e fechar. Isso transmite uma excelente imagem aos colaboradores e incentiva os clientes a investir mais em nosso mercado.

Além desses pontos, quando a empresa está indo bem, esse cenário positivo costuma abrir novas portas. Sendo assim, os olhos dos clientes se voltarão com mais facilidade ao redor do mercado.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Com cinco sócios o Supermercado Rende mais chega a São João da Boa Vista trazendo o que há de melhor para a cidade em preços, tecnologia, bem-estar ao seu cliente e uma proposta das mais diversificadas marcas. Trazendo o que há de mais moderno em um ambiente totalmente diversificado e aconchegante, onde você pode desde fazer suas compras até aproveitar todos os espaços de descanso que nosso supermercado fornece.

A princípio abriremos a loja um em São João da Boa Vista, com visão a médio prazo de expansão para grandes metrópoles como Mogi Guaçu, Campinas e Ribeirão preto.

Contamos com uma adega completa com um cardápio de vinhos dos mais diversificados nacionais e importados, uma Sommelier profissional para entender a necessidade do nosso cliente e ajudá-lo na sua decisão.

Uma padaria completa com os melhores doces e salgados, atendendo também ao público fitness com pães doces e muito mais.

Açougue completo com carnes de qualidade e profissionais habilitados para deixar a carne ainda mais saborosa, prezando principalmente pela limpeza e higiene do local e de seus colaboradores.

Contamos com um Super App, onde em épocas de pandemia o cliente que desejar poderá fazer sua compra totalmente online e receber seus produtos no conforto de sua casa com a entrega mais rápida em até três horas, temos profissionais capacitados e totalmente disponíveis para atendimentos exclusivos direto do App.

Espaço Gourmet Café, enquanto o cliente finaliza suas compras ele pode dar uma pausa e saborear um delicioso café com uma de nossas deliciosas guloseimas, ou mesmo para aqueles clientes que só precisam dar um break no trabalho a Gourmet Café é o lugar certo.

Além de todas essas novidades no Rende mais o cliente ainda conta com um cartão próprio Rende Mais, facilitando o pagamento de suas compras, fazendo parcelas acessíveis e contando com nosso programa de fidelidade onde pagando suas compras com o cartão Rende Mais acumula pontos que podem ser trocados por produtos.

Trata-se de uma rede varejista de supermercados que com toda essa modernidade em um supermercado novo pretendemos atingir um público diferenciado, atendendo a todos os tipos de faixa etária desde crianças até idosos, porém o nosso público alvo são amantes de vinhos e trabalhadores na faixa de 30 à 60 anos que buscam desde fazer uma compra em um sábado a tarde até apenas relaxar em um momento de stress do dia-a-dia.

Estamos inaugurando um supermercado em uma cidade onde concentra-se a maior quantidade de supermercados da região, com isso temos uma concorrência de peso como: BIG BOM, Rede Forte Mix, Sempre Vale e os atacadistas Corso e Spani.

Para competir com esses mercados pretendemos ter preços competitivos e mostrar ao nosso público todo diferencial que o Rende Mais possui, como espaço Gourmet Café, Adega de vinhos completa e principalmente nosso programa de fidelização do cliente.

Para nos ajudar na criação de uma estratégia e até mesmo nosso plano de marketing utilizamos a análise Swot (imagem 1 em anexos), que é uma técnica de planejamento estratégico utilizada para auxiliar pessoas ou organizações a identificar forças, fraquezas, oportunidades, e ameaças tanto no ambiente interno quanto no externo relacionadas à competição em negócios ou planejamento de projetos.

Podemos identificar que:

Ambiente interno: Tudo que diz respeito ao ambiente interno da organização e pode ser controlado.

Forças: Qualidade dos produtos e serviços, ações de marketing interno, satisfação dos clientes, motivação e engajamento dos colaboradores, localização adequada, programa de fidelização aos clientes, facilidade no pagamento, tecnologia de qualidade.

Fraquezas: Marketing Share (por se tratar de uma empresa nova ainda não conseguimos medir), capacidade de adaptação, equipe não engajada, funcionários despreparados, desconhecimento do mercado.

Por mais que apostemos na contratação de uma equipe bem-preparada, podemos ter problemas no meio do caminho com a falta de engajamento, insatisfação ou até mesmo despreparos de alguns colaboradores para isso montamos um plano de ação em que visamos treinar e capacitar periodicamente colaboradores e lideranças, melhorando assim a comunicação entre os diversos setores.

Ambiente externo: Está fora do controle da organização.

Oportunidades: Boa parceria com fornecedores, tecnologia, mudanças na política econômica, ampliação do crédito ao consumidor, marketing boca a boca positivo, aumento de consumo de certos produtos em determinadas épocas.

Ameaças: Queda no mercado financeiro e mudanças na política econômica, lockdown, alta de insumos (produtos finais mais caros), entrada de concorrentes maiores no mercado, perda de trabalhadores fundamentais, escassez de mão de obra, roubo de informações sigilosas.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Administração estratégica é essencial para uma atuação eficaz. Uma vez que se conhece o cenário em que a empresa está inserida, sabendo os fatores que geram oportunidade para seu sucesso, bem como aquilo que gera ameaça à sobrevivência no ambiente externo, além de reconhecer suas fortalezas, competências e também as fraquezas internas, os administradores podem definir qual é a razão de existir da empresa, aonde se quer chegar com os recursos investidos.

A empresa deve estar sempre verificando sua razão de existir no mercado, como vai operar e aonde quer chegar em determinados prazos. Administração estratégica deve ser conhecida por todas as pessoas que estão à frente, e um grande desafio é conduzir uma empresa em ambientes dinâmicos, que se modificam constantemente nos aspectos políticos, econômicos, setoriais e tecnológicos. Tais mudanças impactam na relação da empresa com o setor em que atua. Assim, os administradores se desafiam a conduzir as empresas estrategicamente, garantindo sua sobrevivência e buscando o sucesso em seus resultados.

IMPORTÂNCIA

É de extrema importância, pois assim é definida qual é a “missão” do negócio e também se estabelece como a empresa vai ser vista ao longo de um determinado tempo, definindo a “visão de futuro”, considerando os valores que caracterizam os negócios, o que se acredita ser relevante para a sustentabilidade do empreendimento.

A administração estratégica permite o caminhar da empresa em um ambiente de mudanças, por meio de decisões e ações administrativas que vão orientando os passos rumo aos resultados almejados, com sentido, com determinação e com aprendizado.

BENEFÍCIOS DA ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA PARA EMPRESA

Administração estratégica é fundada na empresa com base em informações sólidas e realistas, capazes de subsidiar projeções e tendências, amplia-se a visão para a movimentação do negócio.

O empreendimento guiado pela gestão estratégica extrapola ele mesmo, dominando conhecimentos fundamentais sobre todo o seu ambiente, isto é, clientes, concorrentes, mercados, sociedade e afins.

Com isso, a empresa se antecipa e estará sempre um passo à frente. Isso é mais que algo generalizado ou para lidar com riscos. Poderá, por exemplo, afetar a qualidade de seus objetivos, que se tornarão mais originais e ambiciosos, logo que ela terá condições mais seguras para alcançá-los.

DIFERENCIAL COMPETITIVO

Mais do que uma simples vantagem competitiva, o diferencial competitivo é aquele que realmente distingue a empresa na “multidão” de pessoas jurídicas. É ele que dá o toque especial a marca, fazendo com que ela seja digna de ser lembrada pelas pessoas em seu nicho de atuação.

O caminho para alcançar um diferencial competitivo não é fácil, pois ele não pode ser algo copiável ou, muito menos, copiado. Contudo, com o cultivo da administração estratégica, a empresa estará neste caminho.

SINERGIA E FLUIDEZ NOS PROCESSOS E OPERAÇÕES

Áreas, setores, equipes e colaboradores atuando verdadeiramente em conjunto, com poucos ou nenhum conflito, capazes de colaborar uns com os outros e realizar uma atuação integrada, que repercute positivamente nos resultados. Parece um sonho?

Mas, não é! Esse é um dos benefícios de adotar a administração estratégica, desde que ela seja efetiva, é claro. Basta lembrar o quanto pontuamos alguns dos seus conceitos e elementos que são voltados, justamente, para um melhor acompanhamento dos recursos humanos, assim como seu aperfeiçoamento, integração comunicativa e bom clima organizacional.

Não é nenhum milagre ter o capital humano contribuindo efetivamente para o crescimento do negócio, isso é estratégia!

CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

Este é mais um benefício da administração estratégica que está dentre os sonhos de muitas empresas, embora alguns não saibam. Quando falamos em sustentabilidade, muitos pensam em proteção ambiental, reciclagem e afins.

Bom, mas é isso também, a questão é que quando a empresa atua com sustentabilidade, ela não beneficia apenas o ambiente externo, com cuidados como os mencionados, mas também a si própria. Isso porque a ideia de sustentabilidade propõe um funcionamento com utilização otimizada dos recursos (de todos eles!), isto é, fazer mais com menos, sem perder em qualidade.

Com a administração estratégica isso é possível, pois quando você coloca as coisas no lugar certo, enxuga os procedimentos mantendo apenas o que é realmente funcional, otimiza a comunicação para evitar desperdícios e retrabalho, dentre ações do gênero, você economiza, produz mais e melhor.

A visão sustentável é um benefício e uma premissa da administração estratégica, que carrega consigo várias outras vantagens para o empreendimento. Melhorando a qualidade e quantidade de sua atividade, ao mesmo tempo em que reduz os recursos, a empresa pode crescer com sustentabilidade e solidez.

Em relação ao novo empreendimento, o Supermercado Rende Mais se utilizou de uma ampla pesquisa de mercado para se solidificar, buscando conhecer a fundo o meio em que iria atuar e seus Stakeholders. A pesquisa de mercado é um instrumento adotado para entender a realidade de um mercado e aumentar a efetividade das ações tomadas em relação a um empreendimento. Em outras palavras, é basicamente uma forma de coletar informações importantes que auxiliem uma empresa a tomar decisões mais seguras e acertadas. Os dados podem incluir características comportamentais, hábitos de consumo, bem como levantamentos de benchmarking de empresas de diferentes setores. Essas informações podem ser obtidas de duas maneiras diferentes:

- Pesquisa primária: quando a pesquisa de mercado é realizada pela própria empresa que fará uso dos dados ou por algum profissional contratado para essa finalidade;

- Pesquisa secundária: quando os dados são coletados e/ou analisados por terceiros (profissional ou empresa especializada). Inclui-se aqui também os relatórios, artigos e guias disponibilizados publicamente por outras companhias.

Além disso, em busca de consolidação no mercado, e futuramente uma expansão para outras cidades, utilizará em sua administração estratégica outras ferramentas como:

- **Estudo do ambiente externo:** é fundamental para a aplicação da administração estratégica. Esse ambiente engloba os clientes, a concorrência, fornecedores, sociedade, tecnologias, agentes de governança e os contextos econômico, político, ambiental e afins, pois, uma vez que visa estar a um passo à frente e em harmonia com o todo, assume que todos esses fatores influenciam no caminhar do negócio.

- **Estudo do ambiente interno:** se concentra em desenvolver o autoconhecimento da empresa em todos os seus detalhes. A proposta é identificar as forças e fraquezas da instituição frente ao cenário no qual ela atua, assim como os recursos com os quais ela conta para melhorar e se desenvolver. Permite rápida identificação e implementação de medidas para enfrentar as fraquezas identificadas, por exemplo, a partir da capacitação de pessoal, transformação nos processos, dentre outros.

- **Planejamento estratégico:** que irá criar modos de harmonização entre os planos, objetivos e metas direcionados aos diferentes setores.

- **Comunicação:** a comunicação na administração estratégica preza pela participação e espaços de fala para todos os operantes do empreendimento. Com isso, o supermercado procura enriquecer a gestão de conhecimento da empresa, assim como desembaraçar ambiguidades e outros conflitos causados pela comunicação falha.

Assim, procurando conhecer de perto o mercado em seu ambiente externo e interno, estando sempre atento às necessidades e desejos dos clientes, prontos para qualificar cada vez mais de forma adequada nossos colaboradores e sendo uma empresa que colabora com o meio ambiente e com a sociedade, é que nós do Supermercado Rende Mais iremos em busca de ser o nome forte da região.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Há muitas empresas que querem crescer, mas não se preparam para isso. Esse preparo e definição de como a empresa atuará no mercado e internamente é realizado através da estratégia empresarial. É nela que a empresa deve condensar as informações e as definições sobre os objetivos que deseja alcançar e o caminho que irá trilhar. Mais do que isso: a estratégia não deve ser apenas um guia, mas uma ferramenta continuamente utilizada pela empresa para tomar decisões e acompanhar o desempenho.

Quando falamos de estratégia empresarial, não nos referimos apenas a uma boa prática de gestão. Trata-se de algo fundamental para a existência e condução de toda empresa: a estratégia não é apenas um mapa, mas ela define as características da empresa e do negócio, a maneira como ele é conduzido e onde ele deve chegar. A estratégia trata diretamente da essência da empresa. É justamente por falta de uma estratégia sólida que muitas empresas ficam pelo caminho ou mudam com uma frequência desnecessária: são empresas que ainda não definiram claramente quem são, para onde estão indo e de que forma farão isso. Obviamente, a estratégia empresarial não é o único fator que determina quem a empresa é e se alcançará o sucesso almejado. Contudo, o desenvolvimento e a execução de uma estratégia adequada aos objetivos podem impulsionar os resultados.

A estratégia empresarial é a preparação, é traçar o caminho antes de percorrê-lo, é se preparar para os contratemplos, é reunir as ferramentas, pessoas e informações necessárias. E com certeza, as empresas que fizerem isso, alcançarão os seus objetivos com muito mais eficiência e eficácia do que aquelas empresas que não tiveram o mesmo cuidado. A estratégia impulsiona os resultados pois torna a empresa menos frágil aos desafios do mercado e é sempre um guia seguro para seguir adiante e não mudar os planos a cada pequena novidade que surge.

É preciso, portanto, possuir uma estratégia bem elaborada, baseada em dados e informações cuidadosamente coletadas e analisadas, e totalmente orientada para o alcance dos objetivos definidos. É também fundamental que a empresa acompanhe o

mercado e identifique movimentos que podem impactar o seu negócio. E se for necessário, revisar a sua estratégia.

Existem diversos tipos de estratégias empresariais que podem ser empregados nas situações apresentadas à empresa pelo mercado. As empresas iniciantes, ao definir as estratégias que utilizarão, poderão conhecer melhor suas potencialidades e limitações, evitando falhas e alcançando metas e resultados mais consistentes com a sua missão. Para as empresas já maduras, o mercado sujeito às constantes mudanças torna fundamental repensar continuamente suas operações. Pode ser necessário, por questões de sobrevivência e competitividade, a reestruturação dos tipos de estratégias organizacionais, da estrutura financeira e até dos produtos e serviços oferecidos ao mercado.

1 - Estratégias de crescimento

Estratégias empresariais voltadas para aumento dos lucros, das vendas, ou da participação do mercado, aumentando o valor da empresa, são consideradas estratégias de crescimento. Isso significa que existem situações favoráveis no mercado que podem transformar-se em oportunidades. Nesse cenário, a empresa busca lançar novos produtos e aumentar o volume de vendas. Algumas ações inerentes às estratégias de crescimento são:

- **Inovação:** se a empresa atua em um mercado de rápida evolução tecnológica, deve procurar antecipar-se aos concorrentes através do desenvolvimento frequente e lançamentos de novos produtos e serviços. É necessário o acesso rápido e direto a todas as informações necessárias.

- **Joint venture:** duas empresas se associam para produzir um produto e conseguir, juntas, entrar em um novo mercado. Normalmente, uma das empresas entra no negócio com o capital e a outra com a tecnologia necessária.

- **Expansão:** o processo deve ser muito bem planejado, para não correr o risco de perder investimentos ou o timing do negócio, o que provocaria a perda de mercado, e, dependendo do prejuízo, sua venda ou associação com empresas de maior porte.

- **Internacionalização:** a empresa estende suas operações para fora do seu país de origem.

2- Estratégia de manutenção

Neste caso, a empresa identifica um ambiente com potenciais ameaças à sua sobrevivência. No entanto, ela possui uma série de pontos fortes, como, por exemplo, disponibilidade financeira, recursos humanos e tecnologia, acumulados ao longo dos anos. Esses fatores possibilitam aos gestores definirem as ações necessárias para continuar no mercado e, assim, manter a posição conquistada até o momento. Essas ações deverão abranger o fortalecimento dos seus pontos fortes, ao mesmo tempo em que procura minimizar seus pontos fracos. Dessa forma, a estratégia de manutenção é uma postura defensiva. Portanto, o objetivo é preparar a empresa para enfrentar possíveis dificuldades em um futuro próximo. Esses problemas podem ser a perda de mercado pela entrada de um concorrente forte, crise econômica, ou outra ameaça qualquer.

3- Estratégia de investimento

Este é um dos principais tipos de estratégias empresariais que devem constar no planejamento estratégico da organização. Neste caso, as ações visam, principalmente, a utilização dos seus recursos financeiros, o que deve ser bem planejado para evitar falhas no projeto e, conseqüentemente, prejuízos para a empresa. O investimento estratégico só deve ser realizado quando a empresa conhece muito bem o seu mercado, os concorrentes e os clientes. Assim, os gestores poderão identificar qual o setor deve receber o investimento para que a empresa se diferencie e se destaque. Para que a estratégia seja bem-sucedida, é necessário o uso do planejamento e da criatividade para conseguir extrair o máximo de resultado com os recursos disponíveis.

Existem diferentes tipos de estratégias empresariais que podem ser utilizadas em todas as situações previstas ou não previstas pelas organizações. As estratégias empresariais devem ser usadas em conjunto com o planejamento estratégico. Dessa forma, isto permite aos empresários e administradores analisarem o cenário onde atuam, identificando suas crenças e valores para atuação no mercado.

O Supermercado Rende Mais possui gestores preparados para acompanhar as estratégias da empresa. Usando todas as ferramentas possíveis para conhecer melhor nossos stakeholders, atendendo suas expectativas e tendo percepção de suas necessidades, e também para estar sempre atento ao mercado e nossos concorrentes, buscando se consolidar no mercado para, futuramente, expandir o negócio.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão, visão e valores são conceitos estratégicos de gestão de empresas. Fazem parte do planejamento de um negócio e servem, depois, como uma bússola para orientar a busca de resultados, e de acordo com o Guia Missão, visão e valores do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), essas ideias devem ser aplicadas por empresas de todos os portes.

De forma resumida, pode-se dizer que missão, visão e valores são um conjunto de ideias que ajudam a definir as estratégias de uma empresa para que seus objetivos sejam alcançados. É por meio desse tripé que os empreendedores podem elaborar o seu planejamento estratégico – ou seja, o passo a passo para alcançar os resultados almejados.

- **Missão:** É a razão pela qual a empresa existe. Em outras palavras, define seu foco de atuação. Nesse caso, o conceito está mais ligado ao produto ou serviço.

- **Visão:** É uma bússola que serve como um grande objetivo de longo prazo, ou seja, onde a organização pretende chegar em determinado espaço de tempo.

- **Valores:** É a forma como a empresa deve se portar no mercado e na sociedade, isto é, a maneira como pretende ser reconhecida. Essas ideias definem até mesmo a conduta dos colaboradores. Algumas organizações desejam ser reconhecidas pela qualidade do produto, outras pela segurança de seus serviços, pelo respeito ao cliente acima de tudo, por ações de sustentabilidade, entre outros.

São conceitos simples, mas muito poderosos, que ajudarão não só no planejamento estratégico como também proporcionarão diversos benefícios para o negócio. Por isso que estes conceitos devem ser definidos logo cedo, pois serão o tripé para o planejamento estratégico, colaborando não só para uma melhor gestão, como também para avaliar o melhor direcionamento a ser adotado, e claro, a ter um acompanhamento eficaz do desenvolvimento da empresa. O grande segredo para definir a missão, visão e valores de uma empresa é por meio da reflexão. Seus fundadores devem analisar o motivo de terem criado seu negócio, o que desejam com ele, e principalmente, o que o diferencia de todas as empresas do mesmo ramo que já existem no mercado. Como exemplo, podemos observar essas definições de supermercados que já se tornaram redes de sucesso:

Sempre Vale Supermercados

Missão: Satisfação do cliente com atendimento adequado, qualidade e agilidade para oferecer os melhores serviços.

Visão: Tornar-se referência no interior de São Paulo, ampliando nossa área de atuação e fortalecendo nossa marca nas cidades onde estamos estabelecidos, criando forte vínculo com essas comunidades.

Valores: Conduta ética e responsável; valorização e desenvolvimento das pessoas; atuação focada no atendimento das necessidades de nossos clientes externos, colaboradores, fornecedores e das comunidades onde atuamos; direcionamento de resultados; contribuição para a construção e o desenvolvimento de uma sociedade mais harmoniosa, justa e com qualidade de vida.

Savegnago Supermercados

Missão: Gerar valor às pessoas.

Visão: Ser líder nos mercados de atuação como referência de marca, inovação e empresa para se trabalhar.

Valores: Ética e transparência no relacionamento com clientes, fornecedores, funcionários e acionistas; qualidade no atendimento, produtos e serviços oferecidos; responsabilidade e respeito com o meio ambiente e a sociedade; melhoria contínua e

inovação nos processos e procedimentos; sustentabilidade e empreendedorismo como base da cultura e do crescimento da empresa.

O Supermercado Rende Mais procura usar todas as ferramentas possíveis em busca do sucesso do empreendimento, então veremos um pouco mais sobre a visão, missão e valores desta empresa.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Entendemos que missão, visão e valores são conceitos básicos e essenciais para o novo empreendimento, e também uma referência em momentos decisivos, além de trazer individualidade para o nosso negócio. Visando levar acesso à produtos de qualidade, serviços diferenciados e com excelência a mais pessoas, o Supermercado Rende Mais chega estruturado nos seguintes pilares:

Missão: Atender às necessidades e superar as expectativas dos clientes e fornecedores. Excelência no atendimento, produtos de qualidade com preços justos, serviço ágil e diferenciado, proporcionando qualidade, ambiente agradável e com acessibilidade e economia aos nossos clientes. Colaborar com ações sociais e sustentáveis para nosso planeta.

Visão: Ser reconhecido em território nacional como um supermercado de excelência em todos os serviços que presta e produtos que comercializa, sempre com o melhor atendimento. Futuramente, a melhor rede de supermercados do país.

Valores: Ética, transparência, honestidade, qualidade, profissionalismo, determinação e respeito para com todos.

Assim, o Supermercado Rende Mais entra no mercado estruturado e preparado para se desenvolver e crescer.

4. CONCLUSÃO

No presente trabalho foram abordados os principais pontos para a criação de um novo empreendimento, o Supermercado Rende Mais.

Concluiu-se que para abertura de um novo empreendimento o empreendedor deve estar bastante preparado para enfrentar desafios, pois os novos empreendimentos são mais vulneráveis, sofrem muitas restrições e o desafio é ainda maior quando se tem concorrentes fortes e já estabilizados na região. Um bom plano de negócios analisa o empreendimento sob várias perspectivas, e através de demonstrativos quantitativos e qualitativos determina a viabilidade do novo empreendimento.

Viu-se a necessidade de o empreendedor conhecer como funciona um supermercado e estar preparado com recursos, ou seja, é necessário ter um bom capital inicial, criar estratégias para que ele entre no mercado e consiga crescer. Não existe uma regra para o sucesso neste ramo, um bom plano de negócios vem de encontro a essa premissa servindo como facilitador para a tomada de decisões.

REFERÊNCIAS

FILIPPI, Renata. 7 competências mais exigidas no mercado. 2020. Disponível em: <[7 competências mais exigidas no mercado | VAGAS Profissões](#)>. Acesso em 09 jun. 2021.

INTELLIPLAN. Estratégia empresarial - como conseguir melhores resultados. [2021?]. Disponível em: <[Estratégia empresarial - Como conseguir melhores resultados \(intelliplan.com.br\)](#)>. Acesso em 04 jun. 2021.

MAIS RETORNO. Capital próprio. 2019. Disponível em: <[Capital Próprio: saiba o que é e quais suas vantagens • Mais Retorno](#)>. Acesso em 09 jun.2021.

MORAES, Daniel. Pesquisa de mercado: o que é, como fazer e os principais tipos. 2019. Disponível em: <[Pesquisa de Mercado: o que é, como fazer e melhores ferramentas \(rockcontent.com\)](#)>. Acesso em 07 jun. 2021.

PILLEGGI, Marcus Vinicius. As principais características de um empreendedor de sucesso. 2016. Disponível em: <[As principais características de um empreendedor de sucesso - Pequenas Empresas Grandes Negócios | Notícias \(globo.com\)](#)>. Acesso em 09 jun. 2021.

REDATOR PONTOTEL. Missão, visão e valores: como definir e aplicá-los na empresa. 2020. Disponível em: <[Entenda a importância da missão, visão e valores para sua empresa! \(pontotel.com.br\)](#)>. Acesso em 02 jun. 2021.

RIBAS, Rodrigo. Administração estratégica: um conhecimento que todo dono de empresa precisa dominar! [2021?]. Disponível em: <[Administração estratégica: um conhecimento que todo dono de empresa precisa dominar! - IDEBRASIL](#)>. Acesso em 07 jun. 2021.

SAVEGNAGO. Quem somos. [2021?]. Disponível em: <[Quem Somos \(savegnago.com.br\)](#)>. Acesso em 02 jun. 2021.

SBCOACHING. Missão, visão e valores: o que são e como defini-los. [2021?] Disponível em: <[Missão, Visão e Valores: O Que São e Como Defini-los - Sbcoaching](#)>. Acesso em 02 jun. 2021.

SEBRAE. Entenda o que é administração estratégica. 2016. Disponível em: <[Entenda o que é administração estratégica - Sebrae](#)>. Acesso em 01 jun. 2021.

SEMPRE VALE SUPERMERCADOS. A empresa. [2021?]. Disponível em: <[Sempre Vale Supermercados](#)>. Acesso em 02 jun. 2021.

SITWARE. Quando usar diferentes tipos de estratégias empresariais. 2018. Disponível em: <[Conheça 3 tipos de estratégias empresariais + Modelo de Negócio! \(siteware.com.br\)](#)>. Acesso em 04 jun. 2021.

ANEXOS

Imagem 1: a análise SWOT

