



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**<ADM/CIÊNCIAS CONTÁBEIS/ LOGÍSTICA>**

**PROJETO INTEGRADO**

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

**<GRUPO IMPÉRIO DISCOUNT>**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

<ADM/ LOGÍSTICA/ CIÊNCIAS CONTÁBEIS>

**PROJETO INTEGRADO**

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

<GRUPO IMPÉRIO DISCOUNT>

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO  
PANCINE

Estudantes:

Douglas José da Luz, RA 1012020100215

Giovanni Basttistini, RA 1012020100149

Natália Maria Sousa Silva, RA 1012020100779

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>5</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>6</b>
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	6
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	6
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	6
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	8
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	8
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	8
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	8
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>10</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>11</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>12</b>

# 1. INTRODUÇÃO

O objeto de estudo do presente projeto interdisciplinar é realizar a proposta de criação de um novo empreendimento.

O empreendimento foi denominado de Grupo Império Discount, cujo ramo de atividade é o de cerveja artesanal.

Foi realizada a escolha desta empresa, por se tratar de um novo produto no mercado de cerveja e que vem crescendo bastante nos últimos anos.

Os sócios responsáveis pela criação da empresa estão engajados no sucesso desse empreendimento.

Mas além da ideia inicial da empresa temos diversos fatores que são necessários para que o projeto saia do papel e tenha sucesso como, por exemplo, as fontes de capital, já que toda empresa que está iniciando precisa de certa quantia para investimento. Também é preciso fazer um planejamento da administração da empresa, criando estratégias para colocar a empresa no mercado e contratar gerentes e funcionários competentes para isso.

No decorrer do trabalho vamos abordar tópicos importantíssimos tanto para criar a empresa quanto administrá-la.

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

## 2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

### **Grupo Império Discount.**

Uma cervejaria totalmente artesanal, a história dessa empresa começa em 1971, quando um engenheiro químico Thomas Tuchel, que amava cerveja, resolve fazer sua própria bebida, em um galpão em Marília em São Paulo. Vindo da Alemanha, como tradição, resolveu fazer uma cerveja para sua degustação própria, que aos poucos, foi desenvolvendo o gosto tanto pela cerveja, quanto para um negócio. Até se tornar o Grupo Império Discount.

## **3. PROJETO INTEGRADO**

### **3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA**

O Grupo Império Discount, tem anos de Experiência no Ramo da Cervejaria, e como um grupo não somente se propôs ter somente um seguimento, sendo assim, vejamos um pouco da história desse Conceituado Grupo:

Uma cervejaria totalmente artesanal, a história do grupo, começa como uma empresa de baixo porte, mais com uma visão muito ampla e mais modesta, que com grande força foi ganhando forma e segmentos diferentes.

Essa história tem começo em 1971, quando um engenheiro químico vindo da Alemanha, Thomas Tuchel, que amava cerveja, resolve fazer sua própria bebida.

De começo, ele fazia para vender apenas no comércio da cidade, mas com o passar do tempo, alguns anos, ele começou a ampliar seus negócios e melhor o processo de produção.

Thomas se preocupava sempre em não perder a essência de sua cerveja, pois, por mais que ele quisesse expandir sua empresa, ele ainda se preocupava com a qualidade e a diferenciação da sua cerveja.

Em 1975, ele expandiu a empresa de cervejaria artesanal, por mais cidades, agora ele se localiza em outras 5 cidades, verdadeiros pontos de vendas estratégicos, 2 - Cidades no Interior de São Paulo, 2 no Interior de Minas Gerais e 1 no Sul de Goiânia.

Em 1994, tendo sua marca já bem reconhecida nos territórios do Sudeste, chega um empresário Alonso Souza, com uma proposta de sociedade e junção de suas empresas, a empresa de Alonso tem como diferencial sua marca própria de águas com/sem gás e refrigerantes, e com pretensão da sociedade da cervejaria artesanal. Logo no ano seguinte, fecharam negócio.

As empresas se complementam como uma única empresa, forma-se então a Discount Bier & Guaral, a busca deles é a diferenciação e diversificação de segmentos, tanto com a cervejaria artesanal, como os refrigerantes e águas com/sem gás.

Em 1998 surge então a ideia mais uma vez de diversificação e liderança no mercado. Uma forma mais sustentável de diferenciação: Pensando e preocupando com o meio ambiente, eles resolvem fazer embalagens retornáveis e recicláveis, as cervejas vem em Barril de Chopps 850 ml de plástico ou a lata de 350/ 475ml; Os refrigerantes de 600 ml, 1 litro e 2 litros em garrafas pet/ recicláveis; A água também ganha forte comércio com as garrafas pet 1 litro/ 2 litros.

Seus novos conceitos em busca: Excelência nas suas produções, diferenciação dos concorrentes, tanto em sabor (cervejaria artesanal), como nos refrigerantes, mesmo sabendo que o mercado sempre é exigente. A água ganha um componente a mais por se tratar de uma água mineral, ela ganha um sabor novo de Limão, com sabor mais natural, sem perder a leveza da água.

Com tamanha expansão e suas excelências, a empresa se torna muito identificada em território nacional, e ganha muitos olhares em outros países; sendo assim desejada por vários grupos nacionais e internacionais, suportando assim o assédio de outros grupos.

No ano de 2003, a empresa ganha mais força em seu negócio, a cerveja artesanal ganha mais um diferencial: Torna-se a 1ª cerveja artesanal 0% de álcool.

O refrigerante ganha mais forma: Antes somente Guaraná e Limonada, agora ganha a forma de Cola e diet de todos os segmentos.

Em 2005 com tamanha expansão, seus gastos foram ficando muito elevados, e então que os sócios resolvem entrar em um IPO na bolsa de valores. Deixando de ser uma empresa, para se tornarem um grupo, Discount Bier & Guaral, agora se tornam Grupo Império Discount. Sendo expandida em vários países e no território nacional, ganham muito mais força.

O Grupo fica após o IPO como uma empresa de capital aberto, sediada com a matriz em São Paulo, mas atua em todo o Brasil e no continente. No total, operando em 16 países das Américas.

- Com mais de 25 cervejarias, Maltarias, Refrigerantes, Fábricas de Rótulos e Vidro.
- Mais de 15 mil colaboradores no Brasil.
- Mais de 85 Centros de Distribuição.
- Sendo um dos Centros Mais Modernos De Inovação Cervejeira do Mundo.
- 3 Centros de Excelência.

Esse grupo conceituado sempre procurando dentro de seu campo de expansão com a principal mensagem: “Satisfazer as necessidades de nossos clientes, colaboradores e consumidores, promovendo-lhes através de nossos produtos um momento de prazer e satisfação”.

O Grupo tornou-se referência mundial no setor industrial com expertise em cervejaria artesanal, refrigerante e água; tecnologia e inovação, está entre as maiores indústrias de cervejarias do mundo.

Prazer, somos o Grupo Império Discount!

### **3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR**

Nosso perfil no Grupo Império Discount, é sempre Buscar a Excelência em nossos produtos e visando sempre expandir nossos negócios constantemente, sendo reconhecidos pela excelência e inovação dos nossos produtos, por meio de novas tecnologias, valorização do profissional e respeito ao meio ambiente, mantendo-se entre as maiores cervejarias do Brasil e do Mundo.

Nosso sonho, nossa gente, sempre a procura de melhorias para nossa cultura.

Nosso sonho é sermos uma empresa grande, procurando melhorias para nossa empresa.

Nossa gente, sendo uma conceituada empresa, em captação de novos talentos, novas oportunidades para nossos colaboradores, sendo a retenção de talentos novos, e talentos internos de nossa empresa.

Nossa cultura busca oportunidades de melhorias, seguindo padrões de conduta para que diretores e funcionários sempre exerçam um trabalho sólido, realizem seus trabalhos e assumam responsabilidades por suas ações em conformidade com as leis e regulamentos internos, sempre mantendo um alto padrão de ética e orgulho do nosso papel. Com forte Entusiasmo e Dedicção em tudo o que fazemos, orientamos nossos funcionários a não exercer suas funções no dia-a-dia, mas desempenhar seu trabalho com pleno empenho que lhes são atribuídos, com pleno empenho de sua criatividade e engenhosidade, realizando suas tarefas com sinceridade e integridade, assim atribuídos



com todo esse desempenho de nossa cultura, nos empenhamos orgulhosamente em cumprir a missão de fazer contribuições em toda a sociedade através de nossas bebidas, entregando assim todo nosso amor, entusiasmo e dedicação aos nossos clientes, colaboradores e consumidores.

### **3.1.2 FONTES DE CAPITAL**

A empresa sempre obteve recursos próprios, pois começou como um investimento de uma única pessoa, como o passar do tempo, foi-se aumentando o custo, o valor de retorno exigido do único dono era de 10,2% de retorno sobre o Investimento, com a capitalização de 35,2 mil e uma receita de 11,8 mil para obter seus lucros, mas como o passar dos anos essa margem foi aumentando, juntamente com o investimento. Pois somente seria possível obter lucro com investimentos muito altos, cada passo que a empresa dava para se tornar uma empresa maior, maior era o investimento.

Com o tempo o dono começou a pensar sobre como era difícil obter um lucro muito alto em cima de pouco investimento, foi onde encontrou a solução de obter outro sócio. Com o aumento de capital foram dividindo o custo. A margem da capitalização chega aos 312,6 milhões, com uma receita de 62,59 milhões, eles começam a seguir firme e atentos para não perderem seus montantes e conseguirem seguir à risca suas margens para obter êxito nos seus negócios para a empresa.

Com essas separações eles buscam as margens para saber se estão obtendo lucros para reinvestir na empresa, seguindo fortes no segmento. Com o passar de tantos anos, resolvem então criar um Grupo, entrando em um IPO na bolsa de valores, se tornando um grupo muito forte nos seus segmentos e abrindo seu capital para novos investidores.

Depois de tantos investimentos o retorno sobre o investimento, são bem variáveis, porém mantém uma consistência para buscar um diferencial de outras empresas:

Suas Demonstrações, Balanços Patrimoniais e Demonstrações do Fluxo de Caixa chegam a margem de lucro 24,08%, com uma capitalização de 308,29Bi, à receita de 62,42Bi, a empresa chega a obter seus lucros muito altos, conforme seus sócios sempre buscam.

Agora eles estão sempre obtendo seus lucros e seguindo suas margens para não saírem das margens e conseguir sempre seguir inovando no grupo, mas atentos às suas lucratividade e seus investimentos.

### **3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO**

Às cervejarias artesanais vem se destacando no mercado mundial de cervejas que está em processo de mudança.

Visando reduzir custos e produzir cervejas com prazos de validade maiores por causa dos longos trajetos de distribuição, as cervejas oferecidas hoje têm sabor muito semelhante entre si, podendo-se dizer que o que diferencia uma da outra são as embalagens e campanhas de marketing.

Diante disso, visando um novo segmento de mercado com produtos diversificados, o Grupo Império Discount visa produzir produtos que agradem o paladar dos consumidores, despertando cada vez mais o interesse nesse novo produto e assim fazer frente na disputa com as grandes marcas de cervejas comuns.

Segundo o levantamento feito pela revista Beer Art - Portal da Cerveja, o Brasil chegou a um total de 1.383 cervejarias registradas no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa). Pela primeira vez, todos os estados do país registram ao menos uma cervejaria, com a abertura da primeira fábrica no Acre. Os dados constam no Anuário da Cerveja 2020, divulgado nesta sexta-feira (30 de abril de 2021) pelo Mapa, que traz estatísticas e dados do setor cervejeiro no Brasil. Em 2020, foram registradas 204 novas cervejarias e outras 30 cancelaram seus registros, o que representa um aumento de 174 cervejarias em relação ao ano anterior, alta de 14,4%.

O mercado de cervejas artesanais é altamente competitivo devido à crescente quantidade de novos empreendimentos nos últimos anos. Diante disso, o diferencial do

Grupo Império Discount será a garantia da qualidade de seus produtos e o comando de todo o processo de fabricação.

O perfil dos consumidores de cerveja artesanal é basicamente o mesmo em todo o Brasil (jovem, com bom poder aquisitivo, nível de escolaridade alto e aberto a novas experiências sensoriais), ainda que no Sul ele comece mais cedo do que no Nordeste pela facilidade no acesso, já que o número de empresas e produtos é maior.

É esse público que está desenvolvendo o paladar com as cervejas artesanais e, por isso, demandam renovação nas cartas de cervejas e busca constante por novos sabores e aromas dos cervejeiros.

No que tange ao Marketing, será explorado ao máximo as possibilidades de relacionamento que a internet oferece, criando perfil em redes sociais como Facebook, Twitter e Instagram, para possibilitar mais contato com o consumidor.

Será criado um site diferenciado, com a exposição de todo o processo produtivo do produto e a possibilidade inicialmente de ter acesso ao “mapa da degustação”, que seriam os pontos na cidade onde estaria disponível o produto para degustação.

Da mesma maneira, a marca teria perfil em redes sociais como Facebook, Twitter, e Instagram, para possibilitar um contato direto e eficaz com o consumidor.

Às cervejarias artesanais vem se destacando no mercado mundial de cervejas que está em processo de mudança.

Visando reduzir custos e produzir cervejas com prazos de validade maiores por causa dos longos trajetos de distribuição, as cervejas oferecidas hoje têm sabor muito semelhante entre si, podendo-se dizer que o que diferencia uma da outra são as embalagens e campanhas de marketing.

Diante disso, visando um novo segmento de mercado com produtos diversificados, o Grupo Império Discount visa produzir produtos que agradem o paladar

dos consumidores, despertando cada vez mais o interesse nesse novo produto e assim fazer frente na disputa com as grandes marcas de cervejas comuns.

Segundo o levantamento feito pela revista Beer Art - Portal da Cerveja, o Brasil chegou a um total de 1.383 cervejarias registradas no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa). Pela primeira vez, todos os estados do país registram ao menos uma cervejaria, com a abertura da primeira fábrica no Acre. Os dados constam no Anuário da Cerveja 2020, divulgado nesta sexta-feira (30 de abril de 2021) pelo Mapa, que traz estatísticas e dados do setor cervejeiro no Brasil. Em 2020, foram registradas 204 novas cervejarias e outras 30 cancelaram seus registros, o que representa um aumento de 174 cervejarias em relação ao ano anterior, alta de 14,4%.

O mercado de cervejas artesanais é altamente competitivo devido à crescente quantidade de novos empreendimentos nos últimos anos. Diante disso, o diferencial do Grupo Império Discount será a garantia da qualidade de seus produtos e o comando de todo o processo de fabricação.

O perfil dos consumidores de cerveja artesanal é basicamente o mesmo em todo o Brasil (jovem, com bom poder aquisitivo, nível de escolaridade alto e aberto a novas experiências sensoriais), ainda que no Sul ele comece mais cedo do que no Nordeste pela facilidade no acesso, já que o número de empresas e produtos é maior.

É esse público que está desenvolvendo o paladar com as cervejas artesanais e, por isso, demandam renovação nas cartas de cervejas e busca constante por novos sabores e aromas dos cervejeiros.

No que tange ao Marketing, será explorado ao máximo as possibilidades de relacionamento que a internet oferece, criando perfil em redes sociais como Facebook, Twitter e Instagram, para possibilitar mais contato com o consumidor.

Será criado um site diferenciado, com a exposição de todo o processo produtivo do produto e a possibilidade inicialmente de ter acesso ao “mapa da degustação”, que seriam os pontos na cidade onde estaria disponível o produto para degustação.

Da mesma maneira, a marca teria perfil em redes sociais como Facebook, Twitter, e Instagram, para possibilitar um contato direto e eficaz com o consumidor.

## **3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA**

### **3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL**

A empresa irá expandir seus negócios através de franqueados, todos eles selecionados pelos gestores da empresa, ou seja, somente bares, restaurantes e distribuidores, credenciados poderão fazer a distribuição dos nossos produtos, com isso, conseguimos rastrear com uma melhor qualidade o consumidor dos nossos produtos, nossa ideia é trabalhar com até 500 credenciados no Brasil já no primeiro ano, e posteriormente expandir para 2.500 credenciados no segundo ano. Além da administração dos credenciados, trabalharemos com uma gestão voltada para pessoas físicas, visando “chegar na mesa dos nossos consumidores” diretamente, com um plano mensal, trimestral, anual ou semestral, com isso, recebendo as novidades (exclusividade) antes de todos os outros clientes, além de participar de inúmeros sorteios que faremos durante o ano. Com isso, esperamos já no segundo ano ser a maior empresa de fabricação de cerveja artesanal do Brasil.

### **3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES**

Missão, visão e valores são o tripé que confere identidade e propósito para uma empresa. Sem esse tripé, é praticamente impossível construir um planejamento estratégico e guiar as decisões feitas dentro da empresa de modo a atingir os resultados esperados.

Em resumo, costumo dizer que a missão é o propósito da empresa, o motivo pelo qual ela existe e trabalha todos os dias. Já a visão é a declaração de onde a empresa quer chegar, um grande objetivo a ser alcançado a longo prazo, e os valores são os princípios a serem seguidos em todas as ações da organização, devendo ser visíveis tanto interna quanto externamente.

### **3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO**

Falando sobre missão, visão e valores da empresa, deixamos isso muito claro, será sempre levar o serviço de melhor qualidade possível ao nosso cliente, baseado em quatro pilares:

Integridade em tudo que fazemos.

Paixão por nossos produtos e resultados .

Compromisso com a melhoria contínua.

Entrega de resultados.

Com isso, temos certeza que chegaremos a ser a maior produtora e distribuidora de cerveja artesanal do Brasil.

## 4. CONCLUSÃO

Neste trabalho abordamos os principais pontos para a criação de uma empresa com uma ideia inovadora no ramo do comércio de cerveja artesanal, apresentando o perfil do empreendedor criador e a ideia principal dessa nova marca.

Concluimos então que, para criar uma nova empresa é necessário ter criatividade e muito planejamento, pensando desde a ideia inicial até como a mesma poderá ser recebida pelos consumidores. O ponto de partida é importantíssimo, analisar quanto será necessário investir, qual mão de obra a empresa vai precisar e criar estratégias para que ela entre no mercado e consiga crescer.

Missão, visão e valores são pontos que devem ser pensados durante a criação e é preciso colocar em prática, criar estratégias para a administração, pois o bom planejamento com os gerentes pode trazer um resultado positivo e fazer a empresa crescer cada vez mais.

## REFERÊNCIAS

Beer Art - Portal da Cerveja. Disponível em:  
<<https://revistabeerart.com/news/cevejarias-brasil>>. Acesso em 11 jun. 2021.

MORRIESEN, Claudia. Consumidor atual de cerveja busca variedade e quer ser surpreendido por novas criações. Disponível em:  
<<https://www.nsctotal.com.br/noticias/consumidor-atual-de-cerveja-busca-variedade-e-quer-ser-surpreendido-por-novas-criacoes>> Acesso em 11 jun. 2021.



## **ANEXOS**

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