



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
GESTÃO DE MARKETING E CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
CAPSCELL

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

GESTÃO DE MARKETING E CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

CAPSCELL

MÓDULO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

ALINE CAMARGO SOARES, RA

1012022200717

JOÃO VITOR RODRIGUES SULPICIO, RA

1012023100173

LUCAS MINAS TEODORO, RA 1012022200720

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

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	6
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
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	9
3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE	9
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	12
4. CONCLUSÃO	12
REFERÊNCIAS	13
ANEXOS	14
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	15

1. INTRODUÇÃO

Brainstorming Empresarial nada mais é do que a necessidade de criar estratégias, de forma criativa. Normalmente essa necessidade surge quando há dificuldades que precisam ser resolvidas, ou quando se precisa elaborar novos projetos.

Um dos aliados do Brainstorming Empresarial é o e-commerce. E-commerce é uma categoria de comércio em que as compras e vendas são feitas via Internet. No comércio eletrônico, o fabricante ou revendedor oferece seus produtos em uma plataforma virtual própria e as transações são realizadas online. Porém, a venda presencial também tem sua importância.

Além da parte das vendas, essa estratégia acaba se tornando um benefício para aqueles que trabalham em grupo, por conta de incentivar a criatividade e o diálogo.

Para sua execução, é necessário seguir alguns passos, como: criar regras; aceitar que toda ideia é bem-vinda; encorajar o próximo. Assim, as melhores estratégias surgem.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

CAPSCELL trata-se de uma empresa voltada para e-commerce com especialidade em celulares e seus acessórios, com máximo compromisso com o cliente e suas experiências na escolha de seu aparelho telefônico ou capinha nova.

É fato que batalhamos muito para conquistar nossos bens, por isso viemos para te ajudar, em nosso site é fácil, rápido e prático encontrar aquela capinha com a sua cara, além da garantia de proteção que nossos produtos oferecem contra eventuais danos por quedas, batidas, etc.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

Capcell vem para agilizar todo o processo de compra e entrega, fazendo uso do recebimento em criptomoedas, cartões de crédito, pix e boleto bancário. Nas entregas trabalhamos com nosso delivery para regiões próximas e correios para alcançar todo Brasil, lembrando que sempre teremos maior compromisso com a experiência do cliente, desde as embalagens personalizadas quanto na garantia de proteção no envio para não haver nenhum dano em seu produto.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

A empresa tem foco total no mercado virtual, concentrando todas as tratativas de vendas, negociações e atendimento direto na plataforma. A qualificação especializada em eletrônicos e tecnologia se fará necessária desde o momento do primeiro contato do cliente, até a venda final, pois dúvidas surgem naturalmente ao longo da negociação e saná-las o mais breve possível nos traz vantagem em nossos concorrentes.

A equipe de gestão da empresa se manterá atualizada sobre os mais novos produtos no mercado, com foco no nosso nicho de vendas, capinhas e celulares, para podermos trazer sempre a melhor experiência, beleza e confiabilidade nos produtos oferecidos.

Todos os funcionários, desde a equipe de vendas até a logística e administrativo, receberão treinamentos ao longo do ano por especialistas na área de tecnologia para sempre se manterem alinhados com o mercado e poder trazer novidades para os nossos clientes.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Uma das maiores barreiras para empreender seria o capital inicial, mas como trabalhamos com produtos de baixo custo e em primeira ideia não será feito estoque para nossas mercadorias, nosso capital sairá de nossos próprios bens, caso seja necessário uma expansão do negócio e se fizesse necessário um investimento maior seria cogitado a ideia da realização de um empréstimo, por exemplo, o FINAME, uma linha do BNDES oferecida por bancos parceiros que usa seu próprio negócio como garantia de pagamento.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Como já mencionado, a CAPSCCELL se trata de um e-commerce, categoria onde as compras e vendas são feitas via internet. Todos os produtos são oferecidos em plataforma virtual própria e as transações são realizadas online, no nosso caso será utilizada a plataforma WIX.

Nosso mercado é fomentado pelo consumo de novidades, principalmente celulares, todo ano temos lançamento de modelos acessíveis e aqueles que são o sonho de consumo de qualquer pessoa. Nosso intuito como empresa é proporcionar aos consumidores experiências incríveis, desde seu atendimento, negociação até o recebimento do produto, por isso, trabalhamos com todas linhas de celulares e suas mais variadas capinhas, temos desde aquele que mais simples até ao mais bajulado do momento. Sempre pensando no consumidor, procuramos trazer preços mais competitivos ao mercado, aceitando até mesmo seu celular como parte do pagamento, ou suas criptomoedas, mas, não deixamos o tradicional de lado, trabalhamos com os cartões, boleto, cheques, etc.

O mercado de eletrônicos está cada dia mais saturado, motivo pelo qual temos que fazer o diferente, inovando sempre, principalmente nas formas de atendimento e pagamento, oferecemos todo suporte ao cliente até mesmo depois da compra e se caso houver problemas com o seu produto mesmo com a garantia expirada, nossos especialistas te ajudam a encontrar maneiras de poder sanar o problema.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A primeira estratégia empresarial que escolhemos é a análise de SWOT, pois essa ferramenta serve para nos analisarmos os ambientes internos e externos da empresa. Sendo assim podemos identificar nossos pontos fortes, fracos e oportunidades e as ameaças.

A segunda estratégia é definirmos uma identidade para nossa empresa, pois assim conseguimos traduzir os princípios da nossa empresa como missão, visão e valores.

E a terceira estratégia seria a monitoração de resultados, que pode ser feito por meios de indicadores e metas, deve definir o que será considerado e qual o resultado que pretende atingir com esse determinado objetivo

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

A missão de uma empresa é o que define a razão de ser do seu negócio: servir os seus clientes. Como uma empresa é uma organização viva e mutável, a missão pode ser revista ao longo do tempo e adaptada às novas necessidades do mercado.

Exemplo - Google:

A missão da Google é “Organizar as informações do mundo todo e torná-las acessíveis e úteis em caráter universal”.

Depois de definir sua missão, o segundo passo para estabelecer a cultura de sua empresa é determinar a direção de sua visão. É o horizonte que se enxerga, então a partir de ações concretas será incansavelmente buscado. Para ter uma visão séria e concreta, você precisa definir métricas e metas de curto, médio e longo prazo.

Exemplo - Apple:

“Mudar o mundo através da tecnologia”.

Os valores são o DNA de uma organização. São os ideais de atitudes, comportamentos e busca de resultados compartilhados por colaboradores, gestores e acionistas em suas relações com clientes, fornecedores, sociedade, parceiros e governos.

Exemplo - Valores da Adidas:

Incentivo à disciplina e à humildade;

Inclusão em todas as comunidades globais;

Autenticidade;

Comprometimento;

Honestidade.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

A Capscell possui o objetivo de ser a maior revendedora das marcas que produzem celulares, como Apple e Samsung, por exemplo. Além disso, o foco também é conseguir ter o melhor preço e prazo do mercado. Contam com acessórios e itens que ajudam a cuidar da vida útil do aparelho do cliente.

Outros pontos fortes da empresa são:

Acessibilidade de um produto bom a todos;

Produtos originais;

Comprometimento com o cliente;

Transparência.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

3.3.1 PENSANDO ESTRATEGICAMENTE

Tópico 1: Autoconhecimento: eu, caçador de mim

Existem várias ferramentas para auto conhecimento/ auto análise, mas a mais famosa seria a análise de swot, nela é separado em dois grupos perspectiva interna que são suas FORÇAS e FRAQUEZAS e a perspectiva externa que seria OPORTUNIDADES E AMEAÇAS.

Na perspectiva interna como o nome já diz, esta relacionados a suas capacidades que podem ajudar ou limitar o seu objetivo, e externo é você olhar em sua volta e analisar suas condições seja ela positiva ou negativa

Tópico 2: Foco: quando não se sabe para onde vai, qualquer caminho serve

Muitos fatores externos e internos influenciam a formação de nosso caminho de vida. Por isso, todas as nossas metas e planos devem ser organizados com um planejamento claro, objetivo e alcançável, alinhado ao nosso propósito de vida.

Com isso entra o brainstorming, que é você fazer uma lista com o seus planos, projetos, prioridades e ideias, para que caminhe na direção do seu propósito, e você pode até convidar pessoas para que possam contribuir com boas ideias.

Depois que todas as ideias geradas estiverem "no papel", é hora de analisar e filtrar essas ideias, sempre mantendo o foco!

Podemos refinar ideias e reduzir a incerteza escolhendo três opções para priorizar em nossas vidas neste momento.

Tópico 3: Ação: 1% de inspiração e 99% de transpiração

O pdca é o mais usado para a execução de metas, pois ela é um ciclo de melhoria contínua, isso significa que vc fica em constante evolução, o ciclo pdca tem 4 tópicos o PLAN-DO-CHECK-ACT, que significam Planejar-Fazer-Verificar-Agir, ou Planejar-Fazer-Verificar-Ajustar.

plan: é planejar e estabelecer ações que precisam ser realizadas

do: executar os planos estabelecidos

check: checar os resultados do que foi executado

Act: Hora de atuar corretamente sobre a diferença identificada (caso houver). Do contrário, haverá a padronização e a conclusão do plano

outra ferramenta que podem nos ajudar a concluir metas é a 5W2H

Essa sigla significa "Ws": What?, Why?, Where?, Who? e When?.

São perguntas curtas que significam, respectivamente:

O quê? A ação que desejamos desenvolver.

Por quê? A motivação ou justificativa para nosso plano.

Onde? O local ou a abrangência que envolve a ação e os resultados.

Quem? As pessoas envolvidas, inclusive nós, na execução da ação.

Quando? A linha temporal de realização da ação, com dia de início e fim.

Como? As técnicas que empregaremos para realizar a ação.

Quanto? Os custos financeiros, de tempo e emocionais envolvidos na ação.]

Tópico 4: Avaliação: o que não é medido, não é gerenciado

Os planejamentos feitos para apoiar nossas metas e objetivos futuros em nível pessoal ou profissional devem ser avaliados para que possamos saber se estamos no caminho certo.

INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS (INDICADORES)

Os Key Performance Indicators (KPIs) ou indicadores-chave de desempenho são normalmente vinculados aos objetivos estratégicos das empresas.

Os KPIs são indicadores que iremos estabelecer para acompanhar o desenvolvimento das atividades da empresa e para manter o progresso das metas ou objetivos definidos.

OKR

Os OKRs (Objectives and Key-Results) ou Objetivos e Resultados-Chave devem ser pensados como uma lista de desejos de coisas que queremos alcançar. É ideal por objetivos mais ambiciosos que queremos alcançar ao longo de nossas vidas.

Objetivo: deve ser significativo, concreto, orientado para a ação e inspirador.

Resultados-chave: são métricas mensuráveis e verificáveis, que monitoram como chegamos ao objetivo.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Análise F.O.F.A da nossa empresa em vídeo.

<https://youtu.be/kR0TmNDrvdE>

4. CONCLUSÃO

Através desta apresentação concluímos que atuar no mercado virtual, no contexto de um mundo globalizado é um caminho promissor de via única. A utilização das ferramentas resulta em inúmeras vantagens tanto para empresa quanto para o cliente. Resumidamente, podemos entender comércio eletrônico como a capacidade de realizar transações envolvendo a troca de bens ou serviços entre duas ou mais partes utilizando meios eletrônicos. Em relação a loja física, é necessário manter melhorias contínuas, porém em relação a atendimento, cuidados com a loja, transparência e confiança. Assim, para manter um relacionamento sólido e duradouro com o cliente, exige das empresas que atuam no e-commerce melhorias contínuas em logística, no site, nas formas de pagamento e o compromisso em atender e satisfazer as necessidades do seu cliente.

REFERÊNCIAS

ATLASSIAN. **Brainstorming: definição, regras básicas e técnicas.** 2023.
Disponível em:
<https://www.atlassian.com/br/work-management/project-collaboration/brainstorming>
(Acesso em: 23/05/2023)

ANEXOS

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

RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

O Projeto Integrado faz parte da extensão Universitária. O grupo aplica os conhecimentos adquiridos em sala de aula, desenvolvendo estudos de caso aplicados em empresas reais e além disso, utilizam os temas de Formação para a Vida, para construir algo direcionado para a sociedade. Esta parte do projeto, está destinada ao relatório de autoavaliação dos integrantes do grupo. O relatório foi desenvolvido, para registrar essa atividade extensionista, que fará parte do currículo de cada estudante.

A equipe deve desenvolver um relatório com o conteúdo igual para todos os integrantes, mas, cada estudante deve replicar o conteúdo e colocar seu nome de forma individual, o nome dos integrantes deve estar no final do relatório, conforme campo disponível. Por esse motivo, estão disponíveis cinco anexos do relatório, destinados um para cada integrante do grupo.

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Projeto Integrado - Brainstorming Empresarial
CURSO: Gestão de Marketing
MÓDULO: Brainstorming Empresarial
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Moraes Doval e Luiz Fernando Pancine
ESTUDANTE: Aline Camargo Soares
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: Segundo Trimestre de 2023

2. DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Nós tivemos que desenvolver uma empresa do começo, criar estratégias e metas.
Desafio: A criação da análise FOFA.
Cronograma das Ações: Dividimos por pontos em que cada um tinha afinidade e assim cada um foi desenvolvendo de acordo com o tempo que possuía.
Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.
a. Aspectos positivos: Desenvolvimento de ideias em conjunto, pontos que cada um gostava e poderia desenvolver sobre.
b. Dificuldades encontradas: Encontrar estratégias fictícias sobre a organização.
c. Resultados atingidos: Conseguimos criar a organização de acordo com as expectativas que fomos criando com o decorrer do trabalho.

d. Sugestões / Outras observações: -

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022200717	NOME Aline Camargo Soares
RA 1012023100173	NOME João Vitor Rodrigues Sulpicio
RA 1012022200720	NOME Lucas Minas Teodoro
RA	NOME
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Projeto Integrado - Brainstorming Empresarial
CURSO: Gestão de Marketing
MÓDULO: Brainstorming Empresarial
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Morais Doval e Luiz Fernando Pancine
ESTUDANTE: Lucas Minas Teodoro
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: Segundo Trimestre de 2023

5. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: o propósito do projeto era criar um Brainstorming Empresarial, então criamos uma empresa e usamos algumas ferramentas que nos ajudam a levantar ideias e soluções de problemas.

Desafio: montar a estrutura da empresa foi o mais difícil.

Cronograma das Ações: Toda quarta nós nos juntamos no aplicativo chamado discord, onde conversamos sobre o projeto.

Síntese das Ações: Dividimos os tópicos pelo discord, e a cada um escolheu o tópico que tinha mais facilidade sobre o assunto.

e. Aspectos positivos
Conhecimento de como montar uma empresa e quais estratégias usar para alcançarmos nossos objetivos.

f. Dificuldades encontradas
Escolher as melhores ferramentas de brainstorming que se encaixa com a nossa empresa.

g. Resultados atingidos
A criação de uma empresa bem estruturada, com várias ferramentas voltada para estratégias de metas e objetivos.

h. Sugestões / Outras observações

6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022200717	NOME Aline Camargo Soares
RA 1012023100173	NOME João Vitor Rodrigues Sulpicio
RA 1012022200720	NOME Lucas Minas Teodoro
RA	NOME
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Projeto Integrado - Brainstorming Empresarial
CURSO: Gestão de Marketing
MÓDULO: Brainstorming Empresarial
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Danilo Moraes Doval e Luiz Fernando Pancine
ESTUDANTE: João Vitor Rodrigues Sulpicio
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: Segundo Trimestre de 2023

8. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Criar uma empresa do zero, mostrar os desafios, como superá-los e ter sucesso no mercado atual.

Desafio: Estruturar a empresa, desde o financeiro até a logística, pois são muitos caminhos a seguir, muitos planos de negócio.

Cronograma das Ações: encontros via discord, app de chamada de voz, para discussões sobre os assuntos e tópicos do projeto

Síntese das Ações: Encontros foram feitos via Discord, app de chamada de voz, foram designados os topicos que cada um se sentia mais confortável em redigir sobre.

i. Aspectos positivos
Discussão de ideias, novos conhecimentos em Brainstorming Empresarial

j. Dificuldades encontradas
Identificar formas para iniciar financeiramente o negócio e trazer diferencial ao mercado.

k. Resultados atingidos
Criação da empresa, uma boa estrutura financeira, diferenciais dos concorrentes do mercado, investimentos em marketing da empresa.

1. Sugestões / Outras observações

9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA 1012022200717	NOME Aline Camargo Soares
RA 1012023100173	NOME João Vitor Rodrigues Sulpicio
RA 1012022200720	NOME Lucas Minas Teodoro
RA	NOME
RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO:
CURSO:
MÓDULO:
PROFESSOR RESPONSÁVEL:
ESTUDANTE:
PERÍODO DE REALIZAÇÃO:

11. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe

Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.

Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.

Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.

m. Aspectos positivos

n. Dificuldades encontradas

o. Resultados atingidos

p. Sugestões / Outras observações

12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA	NOME

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

13.IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO:
CURSO:
MÓDULO:
PROFESSOR RESPONSÁVEL:
ESTUDANTE:
PERÍODO DE REALIZAÇÃO:

14.DESENVOLVIMENTO
Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe
Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.
Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.
Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.
q. Aspectos positivos
r. Dificuldades encontradas
s. Resultados atingidos

t. Sugestões / Outras observações

15.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA	NOME
RA	NOME