



Universidade de Brasília
Faculdade UnB Planaltina

GUILHERME OLIVEIRA DE DEUS

ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE MARKETING EM UMA MICROEMPRESA

Planaltina- DF

2018

GUILHERME OLIVEIRA DE DEUS

ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE MARKETING EM UMA MICROEMPRESA

Relatório final apresentado ao curso de Gestão do Agronegócio, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Gestão do Agronegócio.

Orientador: Prof. Dr. Wellington Lourenço de Almeida

Planaltina- DF

AGRADECIMENTOS

Obrigado Deus pela vida e por ter contado com a colaboração de muitas pessoas que me apoiaram nesta caminhada.

Á minha mãe Rosimeire Afonso de Oliveira, familiares e amigos pela paciência e amor incondicional dado durante toda a realização desta pesquisa.

Em especial, gostaria de agradecer ao professor do curso de Gestão do Agronegócio da Universidade Federal de Brasília, Dr. Wellington Lourenço de Almeida, pelo conhecimento transmitido, pela orientação que foi de suma importância para a concretização deste relatório,

Á Capital Celulares M.E, por ter autorizado a realização desta pesquisa. Ao Sr. Wagner Sousa Barbosa, administrador e proprietário da empresa, obrigado pela atenção disponibilizada na coleta de dados.

Á todos os colegas de curso, em especial a Gabriella Cristina, João Pedro, Pedro Telles e Bruno Almeida, pela amizade, companheirismo e incentivo.

A todos que direta ou indiretamente contribuíram para realização desta pesquisa.

Obrigado, UNB!

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
1. HISTÓRICO DA EMPRESA CAPITAL CELULARES	7
2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA CAPITAL CELULARES.....	8
3. MISSÃO, VISÃO E VALORES	9
4. DOCUMENTO 01 – TERMO DE ABERTURA DO PROJETO (TAP).....	11
5. DOCUMENTO 02 – DECLARAÇÃO DE ESCOPO DO PROJETO.....	12
6. DOCUMENTO 03 - ESTRUTURA ANALÍTICA DO PROJETO (EAP).....	14
7. DOCUMENTO 04 – REDE.....	17
CONSIDERAÇÕES FINAIS	23
REFERÊNCIAS	25
APÊNDICE.....	26

INTRODUÇÃO

O projeto que será apresentado neste relatório, é sobre os processos utilizados na elaboração de um plano de marketing, no qual houve integração entre graduando de Gestão de Agronegócios na Universidade de Brasília e uma Microempresa de tecnologias localizada em Brasília-DF, os objetivos deste documento são apresentar primeiramente todos os processos da elaboração e implantação do plano e também demonstrar que é possível haver extensão dos conhecimentos que foram adquiridos em sala de aula e aplicar em uma empresa que está no mercado há alguns anos, e ver que de fato toda aprendizagem adquirida na academia é importante e útil para o desenvolvimento das empresas, neste caso especialmente, com o objetivo de obter maior rentabilidade, confiabilidade do público externo, crescimento das vendas e ampliação das metas através do plano de marketing.

Este relatório terá maior enfoque nas etapas da realização, produção e elaboração do plano de marketing, mas terá uma abordagem relatando a experiência do graduando diante do estágio, como foi essa integração entre Universidade e Empresa, os conhecimentos adquiridos e a importância do estágio supervisionado para os alunos.

A empresa Capital Celulares ME (empresa responsável por abrir as portas para que acontecesse este relatório e permitir que de fato fosse realizado o plano de marketing) indicou uma necessidade frente ao cenário atual das microempresas que oferecem produtos e serviços ligados à tecnologia, atualmente a empresa não conta com um marketing bem estruturado, rede social, logomarca, metas e nenhum estudo bem detalhado sobre o público-alvo. A solução para a necessidade encontrada na empresa seria a elaboração de um plano de marketing e por meio desse plano é criado um planejamento estratégico no qual a empresa se adequa ao cenário atual, identifica as tendências e com isso cria vantagens competitivas em relação aos concorrentes.

É notório o potencial desta Microempresa ao observar o fluxo de vendas, a procura dos clientes, porém para ser competitiva no mercado é preciso estruturar e preencher todas as lacunas que estão deixando a desejar e para isso foi de antemão realizado um levantamento de todas as informações que seriam relevantes para dar o pontapé inicial. Para que o projeto ocorresse da melhor maneira possível foi utilizado o EAP (Estrutura Analítica do Projeto) ferramenta de suma importância para realização de projetos utilizando a metodologia de Kanabar e Warbuton (2012) no qual são

elaborados 4 documentos que por meio de progressividade e de troca de informações entre aluno e empresa integradora dão origem ao projeto, no decorrer do relatório será explicado cada documento e o EAP em sua aplicação frente ao plano de marketing que foi elaborado.

Assim, este relatório tem como objetivo demonstrar como foi realizado o projeto junto a micro empresa Capital Celulares ME, o processo de aceitação da empresa, as estratégias usadas para conseguir implantar o projeto, as etapas que foram utilizadas entre discente e proprietário, as ferramentas (EAP), a organização, a metodologia e resultado.

1. HISTÓRICO DA EMPRESA CAPITAL CELULARES

A empresa em seu primeiro momento surgiu informalmente em meados de 2008 pelo proprietário Fernando David que na época cursava Educação Física na Universidade Paulista – UNIP e trabalhava como educador em escolas de futebol, ao perceber a necessidade de ter maior recurso financeiro, começou a articular pequenas vendas de aparelhos celulares, desenvolvendo novas estratégias, como a venda de celulares usados e novos (telefones celulares que eram comprados em promoção) e parcelava as vendas de uma forma informal, facilitando para o comprador, pois na época não era de fácil acesso cartão de crédito, cheques. Outra estratégia adotada era receber o aparelho usado do cliente como forma de pagamento de entrada e abater no valor do celular que estava a venda, essa ideia foi se expandindo entre amigos e ele passou a ser conhecido por diversos lugares de Brasília e entorno, essa forma de trabalho durou por cerca de 3 anos, pois este meio era a sua segunda renda, a primeira vinha do estágio que exercia em escolas de futebol.

Não obstante, com o passar do tempo o que seria uma fonte de renda auxiliar passaria a ser a principal. Ao perceber que não se tratava mais de quantidades pequenas e que o fluxo de vendas aumentava cada dia mais, houve a necessidade de aumentar a oferta em razão desse crescimento de demanda, foi necessário ampliar o tempo de trabalho para suprir a procura, além disso, foi observado que a estratégia desenvolvida para ser uma forma de uma segunda renda tinha potencial para se ampliar ainda mais, a partir daí passou a ser a primeira fonte de renda e iniciou-se uma sociedade no dia 05 de março de 2010 entre o Fernando e o Wagner (segundo proprietário), essa sociedade aconteceu entre dois amigos, durante uma conversa sobre negócios. Wagner se interessou pela ideia que o Fernando desenvolveu, ressaltando que o Wagner tem a formação profissional em Administração, isso facilitou para comprar a ideia do Fernando e juntos caminharem com a estratégia inicialmente tomada, demorando apenas um ano para perceberem que estavam no caminho correto e formalizarem a empresa com registro em cartório, assumindo personalidade jurídica em agosto de 2011. Dessa maneira, começaram a se estruturar de uma forma melhor, transmitindo maior confiança para a clientela e expandindo a Capital Celulares por Brasília-DF.

2. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA CAPITAL CELULARES

A denominação oficial do empreendimento deste projeto é Capital Celulares ME, criada em 2011, com o surgimento de uma oportunidade de mercado. Atualmente, existem três lojas, localizadas em Planaltina-DF, especificadamente na feira permanente, na Asa Norte como escritório e a outra loja que é terceirizada, que presta serviço técnico de assistência na Feira dos Importados mais conhecido como Feira do Paraguai, localizado no SIA.

O nome da empresa, Capital Celulares, surgiu por estarem localizados na capital do país e por terem como visão ampliar o mercado para várias capitais no Brasil.

É considerada uma microempresa, pelo fato dos proprietários trabalharem por conta própria, de forma legalizada e possuir poucos empregados e não poder ser sócio ou titular de outra empresa. A microempresa é composta por dois funcionários e quatro prestadores de serviços, sem nenhum vínculo empregatício.

A empresa trabalha com aparelhos celulares de última geração e acessórios para os mesmos, além disso fornece o serviço técnico e manutenção. O carro-chefe são os celulares e uma estratégia adotada que apresenta um ótimo resultado é a possibilidade do cliente oferecer seu aparelho usado como moeda de troca. Área de atuação com lojas físicas é em Brasília, mas oferece a possibilidade de comercializar em todo Brasil, através de entregas via CORREIOS.

As lojas físicas são estrategicamente localizadas, geograficamente falando, pois com as respectivas lojas alcançam várias cidades do DF e entorno, recentemente foi fechada uma loja em Formosa-GO, era considerada a loja com maior fluxo de vendas, de clientes, de demandas, foi fechado por questões burocráticas do Município, mas não deixou de atender esses clientes porque a loja localizada em Planaltina fica aproximadamente 40 Km de distancia e é de fácil acesso a essa região.

É importante ressaltar que está especificado vários pontos positivos, de fluxo de vendas, de clientela, de lojas bem localizadas, porém para alcançar o objetivo de expandir por capitais a fora, alcançar o DF inteiro e posteriormente o Brasil afora, é necessário melhorar nos aspectos visuais, propagandas, confiabilidade, resumindo, o Plano de Marketing que será elaborado e explicado neste relatório.

3. MISSÃO, VISÃO E VALORES

Primeira atividade realizada junto a micro empresa foi elaborar a Missão, Visão e Valores, que é muito importante para ter maior aceitação e credibilidade do público-alvo, e chegou a um resultado satisfatório para ambas partes.

Missão



Atender às necessidades dos clientes agregando valor para os mesmos, bem como para os nossos parceiros. Prover produtos, serviços e soluções tecnológicas de qualidade e agregar valor à marca.

Visão



Ser reconhecida no mercado como o melhor provedora de celulares e acessórios, expandir o serviço fisicamente por toda a capital do país e ser uma empresa de referência em vendas de produto.

Valores



- Confiabilidade - Compromisso com o cliente;
- Ética - Norteia todas as nossas ações e atividades, nas relações com os, clientes, e fornecedores;
- Oferta competitiva (preço/prazos/crédito) - Garantir produtos de primeira linha que tragam benefício e qualidade aos nossos clientes;
- Profissionalismo nos negócios;
- Valorização do ser humano.

4. DOCUMENTO 01 – TERMO DE ABERTURA DO PROJETO (TAP)

O termo de abertura do projeto, também muito conhecido como *Project Charter* (inglês), é o documento que autoriza formalmente o início do projeto. Ele concede ao gerente de projetos a autoridade para aplicar os recursos organizacionais nas atividades do projeto.

Para Kanabar e Warburton (2012, p. 37) “o termo de abertura contém uma descrição de alto nível do projeto e de seus objetivos.”

TERMO DE ABERTURA DO PROJETO

Título do projeto: Elaboração de um plano de marketing para a empresa Capital Celulares

Data de início: Junho 2017

Data de encerramento: Setembro 2017

Informações sobre o orçamento: A empresa Capital Celulares alocou um recurso de R\$ 11.300.00 (onze mil e trezentos reais) para a elaboração de um plano de marketing dando enfoque na pesquisa de marketing, criação de registro da marca, criação de toda a papelaria e sinalização, treinamento dos funcionários, confecção de novos uniformes, divulgação por meio de panfletos e meios de comunicações e elaboração de um banco de dados de clientes.

Este projeto é de suma importância para a competitividade futura da empresa. O projeto será contemplado dentro dos mais altos padrões. A integridade dos dados e a privacidade de todos os envolvidos serão protegidas durante a implantação.

Partes interessadas:

- Os proprietário da empresa Capital Celulares, Wagner Sousa.
- O aluno discente em Gestão de Agronegócio em seu estagio obrigatório, Guilherme O. de Deus o qual será o gerente do projeto.

5. DOCUMENTO 02 – DECLARAÇÃO DE ESCOPO DO PROJETO

A declaração do escopo do projeto, ou especificação do escopo do projeto, é essencial para o sucesso do mesmo, pois, descreve as entregas e o trabalho necessário para criá-las. Ela é desenvolvida a partir das principais entregas, do termo de abertura, dos requisitos, premissas e restrições.

DECLARAÇÃO DE ESCOPO DO PROJETO

Título do projeto: Elaboração de um plano de marketing para a empresa Capital Celulares.

Data de início: Junho de 2017

Data de encerramento: Setembro de 2017

Meta: Ser reconhecida no mercado como o melhor provedora de celulares e acessórios, expandir 100% do serviço oferecidos por toda a capital do país até 2021 e ser uma empresa de referência em vendas de produto.

Descrição de todos os objetivos, características ou requisitos:

- Criar uma nova logo marca para melhor traduzir visualmente a personalidade da empresa Capital Celulares;
- Determinar o mercado da empresa Capital Celulares para melhores tomadas de decisões;
- Criar um banco de dados para auxiliar no relacionamento com os clientes e entregas;
- Trabalhar de forma estratégica e simultânea com os meios de comunicação.

Justificativas: As razões pelo qual o plano de marketing será elaborado está relacionado ao apoio do mesmo para transformar o sonho dos proprietários em ações estruturadas. Beneficiando a empresa e auxiliando os proprietários e colaboradores a estabelecer prioridades sobre como investir seus recursos e gerar uma maior comunicação entre os envolvidos sobre o rumo que a empresa quer tomar. Segundo o

SEBRAE Plano de Marketing bem elaborado é definido para se obter vantagem competitiva frente ao mercado concorrente.

Problemas, riscos e obstáculos conhecidos:

- Problemas no produto ou serviço, mau atendimento, funcionários insatisfeitos e até má fé de clientes;
- Falta de monitoria e treinamento de funcionários;
- Queda no interesse de cliente ao querer adquirir capinhas e concertos para celulares, visando à compra de um novo algo mais em conta;
- Pouca confiabilidade no serviço, por ser desconhecido dos clientes.

Premissas:

- Experiência do proprietário com vendas de capas de celulares;
- Haverá entendimento claro das necessidades e interesses de um plano;
- O proprietário tem formação em administração.

Critérios de sucesso do projeto: Concluir o projeto dentro de 60 dias e sem passar do permitido pelo orçamento. Receber um feedback dos clientes e avaliar a mudança que o projeto realizou para a expansão da marca.

6. DOCUMENTO 03 - ESTRUTURA ANALÍTICA DO PROJETO (EAP)

A EAP, estrutura analítica do projeto, define as entregas do projeto e sua decomposição, fornece uma visão estruturada das entregas do projeto e é um ótimo instrumento para alinhar o entendimento do projeto e integrar todas as áreas.

A EAP normalmente é representada de forma gráfica para facilitar o entendimento e a visualização, mas, quando não existem softwares para gerá-la, ela pode ser representada de forma detalhada.

ESTRUTURA ANALÍTICA DO PROJETO (EAP)

1. Criar uma nova logo marca para melhor traduzir visualmente a personalidade da empresa Capital Celulares

- 1.1 Estudar o mercado de celulares no Distrito Federal (Briefing)
- 1.2 Procurar referências de logo marcas voltadas para o mercado de celulares
 - 1.2.1 Entender as novas tendências visuais que tangem o mercado de celulares
- 1.3 Decidir a ideia conceito da logo marca a fim de proporcionar um significado
 - 1.3.1 Fazer Brainstorming para a definição do conceito
- 1.4 Analisar qual tipografia a ser utilizada na construção da logo marca
 - 1.4.1 Escolher a fonte da escrita
 - 1.4.2 Escolher o tipo de letra a ser utilizada
- 1.5 Definir as cores primárias a serem utilizadas na logo marca da empresa Capital Celulares
 - 1.5.1 Realizar um teste em preto e branco da logo marca da empresa Capital Celulares para serem anexadas em documentos
- 1.6 Integrar todos os elementos
 - 1.6.1 Validar a nova logo marca com os proprietários

ENTREGA da logo marca oficial da empresa Capital Celulares

2. Determinar o mercado da empresa Capital Celulares para melhores tomadas de decisões

- 2.1 Definir o público alvo para focar com objetividade em uma ideia
 - 2.1.1 Determinar os segmentos pra o negócio de celulares do Distrito Federal

- 2.1.2 Analisar o posicionamento geográfico de celulares no Distrito Federal
- 2.1.3 Definir os fatores comportamentais dos clientes do Distrito Federal
- 2.2 Análise dos fornecedores de celulares, equipamentos e acessórios
 - 2.2.1 Analisar as questões que envolvem os preços, condições de pagamento, prazo de entrega e localização
 - 2.2.2 Controlar o fluxo de compras de equipamentos, celulares e acessórios
 - 2.2.3 Buscar novas alternativas e acesso para novos fornecedores de celulares, acessórios e equipamentos
- 2.3 Realizar uma visita técnica nos pontos de venda da empresa Capital Celulares para melhor coleta de informações sobre os serviços
 - 2.3.1 Visitar os depósitos e estoques da empresa Capital Celulares
- 2.4 Analisar o ambiente interno
 - 2.4.1 Determinar os pontos fortes e fracos analisados no mercado de celulares

ENTREGA Relatório com a definição do mercado que envolve a empresa Capital Celulares

3. Criar um banco de dados para auxiliar no relacionamento com os clientes e entregas

- 3.1 Analisar o ambiente externo da empresa Capital celulares para a fim de proteger os fatores- chaves e seu desempenho
 - 3.1.1 Identificar as oportunidades que se adaptam a atividade da empresa Capital Celulares como crescimento e oportunidades de inovação
 - 3.1.2 Identificar as ameaças a fim de minimizar os riscos que podem surgir para a empresa Capital Celulares
- 3.2 Pesquisa de bancos de dados existentes no mercado de celulares
 - 3.2.1 Pesquisar de forma minuciosa dados referentes a demanda por celulares

4. Trabalhar de forma estratégica e simultânea com os meios de comunicação

- 4.1 Estudar quais são os meios de comunicação mais utilizados pelos clientes da empresa Capital Celulares
 - 4.1.1 Desenvolver ideias personalizadas para o público alvo da empresa Capital Celulares
 - 4.1.2 Vincular as necessidades e comportamentos dos consumidores de celulares
- 4.2 Estimular a demanda de acessórios, equipamentos e celulares

- 4.2.1 Criar propagandas que divulguem a empresa Capital Celulares
 - 4.2.1.1 Divulgar a empresa nos principais canais de rádio do Distrito Federal
 - 4.2.1.2 Anunciar os serviços da empresa em Jornais da região que envolve o Distrito Federal
 - 4.2.1.3 Veicular os acessórios, equipamentos e celulares da empresa Capital Celulares em revistas com foco em tecnologia e comunicação
- 4.3 Promover uma maior interação e fidelidade com os clientes
 - 4.3.1 Proporcionar descontos de até 30% para compras de R\$ 250.00
 - 4.3.2 Promover concursos promocionais e sorteios nas redes sociais: Facebook e Instagram
 - 4.3.3 Distribuir brindes em datas comemorativas de âmbito nacional: Dia das mães, dia dos namorados, dia dos pais e dentre outros.
- 4.4 Oferecer opções de pagamentos
- 4.5 Cumprir com prazos estabelecidos de entrega e serviços

7. DOCUMENTO 04 – REDE

É um cronograma para todo o projeto que é determinado por algumas regras simples e elas permitem dizer quanto tempo levará o projeto. Além do cronograma, é determinado o caminho crítico, caminho no qual determina o cronograma, portanto as atividades com esse caminho se tornam as mais importantes, fazendo com que as decisões do gestor de projeto fiquem ainda mais simples. O tempo, é apenas uma lista de atividades e para construir a rede, a primeira coisa a ser feita é estabelecer as dependências e quanto tempo cada atividade vai durar. Está demonstrado a seguir:

Nome da Tarefa	Duração	Início	Término	Predecessoras	Nomes dos recursos	Custo
Criar um Plano de Marketing para empresa Capital Celulares	81 dias	Qui 29/06/17	Qui 19/10/17			R\$ 13.200,00
Criar uma nova logo marca para melhor traduzir visualmente a personalidade da empresa Capital Celulares	1 dia	Qui 29/06/17	Qui 29/06/17			R\$ 0,00
1.1 Estudar o mercado de celulares do Distrito Federal	1 dia	Sex 30/06/17	Sex 30/06/17			R\$ 0,00
1.1.1 Procurar referências de Logo marcas voltadas para o mercado de celulares	1 dia	Seg 03/07/17	Seg 03/07/17	3		R\$ 0,00
1.1.2 Entender as novas tendências visuais que tangem o mercado de celulares	1 dia	Ter 04/07/17	Ter 04/07/17	3		R\$ 0,00
1.2 Decidir a ideia conceito da logo marca a fim de proporcionar um significado	1 dia	Qua 05/07/17	Qua 05/07/17	3		R\$ 0,00
1.2.1 Fazer Brainstorming para a definição de conceito	1 dia	Qui 06/07/17	Qui 06/07/17	5;2		R\$ 900,00
1.3 Analisar qual tipografia a ser utilizada na construção da Logo Marca	1 dia	Sex 07/07/17	Sex 07/07/17			R\$ 0,00
1.3.1 Escolher a fonte da escrita	1 dia	Seg 10/07/17	Seg 10/07/17	8		R\$ 0,00
1.3.2 Escolher o tipo de letra a ser utilizada	1 dia	Ter 11/07/17	Ter 11/07/17	3;5		R\$ 450,00
1.4 Definir as cores dentre as primárias a serem utilizadas na logo marca da empresa Capital Celulares	1 dia	Qua 12/07/17	Qua 12/07/17			R\$ 0,00

1.4.1 Realizar um teste em preto e branco da logo marca da empresa Capital Celulares para ser anexadas nos documentos oficiais da empresa Capital Celulares	2 dias	Qui 13/07/17	Sex 14/07/17	2;5;7;10		R\$ 800,00
1.5 integrar todos os elementos	1 dia	Seg 17/07/17	Seg 17/07/17			R\$ 0,00
ENTREGA da logo marca oficial da empresa Capital Celulares	0 dias					R\$ 0,00
Determinar o mercado da Empresa Capital Celulares para melhores tomadas de decisões	3 dias	Ter 18/07/17	Qui 20/07/17			R\$ 1.000,00
2.1 Definir o público alvo para focar com objetividade em uma ideia promissora	1 dia	Sex 21/07/17	Sex 21/07/17			R\$ 800,00
2.1.1 Determinar os seguimentos para o negócio de celulares do Distrito Federal	2 dias	Seg 24/07/17	Ter 25/07/17			R\$ 0,00
2.1.2 Analisar o posicionamento geográfico de celulares do Distrito Federal	1 dia	Qua 26/07/17	Qua 26/07/17	17		R\$ 0,00
2.2 Análise dos fornecedores de celulares, equipamentos e acessórios	2 dias	Qui 27/07/17	Sex 28/07/17			R\$ 800,00
2.2.1 Analisar as questões que envolvem os preços, condições de pagamento	1 dia	Seg 31/07/17	Seg 31/07/17			R\$ 0,00
2.2.3 Buscar novas alternativas e acesso para novos fornecedores de celulares e equipamentos e acessórios	1 dia	Ter 01/08/17	Ter 01/08/17	20		R\$ 0,00
2.3 Realizar uma visita técnica nos pontos de venda da empresa Capital Celulares para melhor coleta de informações sobre o serviço	1 dia	Qua 02/08/17	Qua 02/08/17			R\$ 680,00
2.3.1 Visitar os depósitos e estoques da	1 dia	Qui	Qui 03/08/17			R\$ 0,00

empresa Capital Celulares		03/08/17				
2.4 Analisar o ambiente interno	3 dias	Sex 04/08/17	Ter 08/08/17	16;19;22		R\$ 670,00
2.4.1 Determinar os pontos fortes e fracos analisados no mercado de celulares	2 dias	Qua 09/08/17	Qui 10/08/17			R\$ 0,00
	0 dias					R\$ 0,00
Criar um banco de dados para auxiliar no relacionamento com os clientes e entregas	5 dias	Sex 11/08/17	Qui 17/08/17			R\$ 800,00
3.1 Analisar o ambiente externo da empresa Capital Celulares a fim de proteger os fatores- chave e seu desempenho	10 dias	Sex 18/08/17	Qui 31/08/17			R\$ 500,00
3.1.1 Identificar as oportunidades que se adaptam a atividade da empresa Capital Celulares como crescimento e oportunidades de inovação	2 dias	Sex 01/09/17	Seg 04/09/17			R\$ 0,00
3.1.2 Identificar as ameaças a fim de minimizar os riscos que podem surgir para a empresa Capital Celulares	1 dia	Seg 04/09/17	Seg 04/09/17	29		R\$ 0,00
3.2 Pesquisar banco de dados existente no mercado de Celulares	1 dia	Ter 05/09/17	Ter 05/09/17	28		R\$ 500,00
3.1.1 Pesquisar de forma minuciosa dados referentes a demanda de celulares	3 dias	Sex 01/09/17	Ter 05/09/17	28		R\$ 0,00
Trabalhar de forma estratégica e simultânea com os meios de comunicação	1 dia	Seg 11/09/17	Seg 11/09/17			R\$ 1.000,00
4.1 Estudar quais são os meios de comunicação mais utilizados pelos clientes da empresa Capital Celulares	5 dias	Ter 12/09/17	Seg 18/09/17			R\$ 350,00
4.1.1 Desenvolver ideias personalizadas para o	2 dias	Ter	Qua 20/09/17			R\$ 0,00

público alvo da empresa Capital Celulares		19/09/17				
4.1.2 Vincular as necessidades e comportamentos dos consumidores de celulares	1 dia	Qui 21/09/17	Qui 21/09/17	35		R\$ 0,00
4.2 Estimular a demanda de acessórios, equipamentos e celulares.	1 dia	Sex 22/09/17	Sex 22/09/17	34		R\$ 1.000,00
4.2.1 Criar propagandas que divulguem a empresa Capital Celulares	5 dias	Seg 25/09/17	Sex 29/09/17			R\$ 0,00
4.2.1.1 Divulgar a empresa nos principais canais de rádio do Distrito Federal	1 dia	Seg 02/10/17	Seg 02/10/17			R\$ 0,00
4.2.1.2 Anunciar os serviços da empresa em jornais na região que envolve o Distrito Federal	1 dia	Ter 03/10/17	Ter 03/10/17	39		R\$ 0,00
4.2.1.3 Veicular os acessórios, equipamentos e celulares da empresa Capital Celulares em revistas com foco em tecnologia e comunicação.	1 dia	Qua 04/10/17	Qua 04/10/17	39		R\$ 0,00
4.3 Promover uma maior interação e fidelidade com os clientes	5 dias	Qui 05/10/17	Qua 11/10/17	38		R\$ 850,00
4.3.1 Proporcionar descontos de até 30% para compras acima de R\$250.00	1 dia	Qui 12/10/17	Qui 12/10/17			R\$ 0,00
4.3.2 Promover concursos promocionais e sorteios nas redes sociais: Facebook e Instagram	1 dia	Sex 13/10/17	Sex 13/10/17	43		R\$ 0,00
4.3.3 Distribuir Brindes em datas comemorativas em âmbitos nacionais: Dia das Mães, Dia dos Namorados, Dia dos Pais e entre outros.	1 dia	Seg 16/10/17	Seg 16/10/17	43		R\$ 0,00
4.4 Oferecer opções de pagamentos	1 dia	Ter	Ter 17/10/17	42		R\$ 350,00

		17/10/17				
4.4.1 Cumprir com prazos estabelecidos de entrega e serviços	1 dia	Qua 18/10/17	Qua 18/10/17			R\$ 0,00
4.4.2 Aceitar as bandeiras mais demandadas de cartão	1 dia	Qui 19/10/17	Qui 19/10/17	47		R\$ 0,00
ENTREGA maior interação com o cliente	0 dias					R\$ 0,00

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este relatório de estágio supervisionado foi de suma importância para o graduando em Gestão de Agronegócio que quis seguir na direção de Marketing, disciplina que é ministrada na grade curricular do curso, e também foi importante para a empresa que tem grandes potenciais e necessitava de um plano de marketing.

E pode-se concluir que para o aluno foi importante este trabalho de extensão proporcionando-lhe crescimento profissional e conseqüentemente estar apto para desenvolver trabalhos que serão desempenhados após a conclusão de curso, sem dúvidas o estágio supervisionado é uma preparação para os alunos que estão concluindo o curso para o mercado de trabalho, sabendo que o curso de Gestão de Agronegócio proporciona diversas vertentes para o profissional, seja na produção, administração, canais de distribuição, marketing, contabilidade, administração financeira. O que pode observar e concluir este pensamento que não necessariamente o graduando deve seguir em alguma empresa voltada para o Agronegócio, observa-se no desenvolvimento deste relatório exatamente isso, que pelos conhecimentos absorvidos na universidade foi possível aplicar em empresa de outro ramo, neste caso na tecnologia telefônica.

Sobre o projeto o qual foi desenvolvido neste relatório, ao analisar as documentações que foram feitas ao longo de toda a elaboração do projeto, foi notório perceber que a execução do mesmo será viável, pelo fato de não ultrapassar o orçamento disponível e pelo requisitante da empresa atender com os requisitos que foram propostos e exigidos para o projeto.

O recurso dado, satisfaz todas as etapas e entregas do projeto, bem como será viável para a realização do mesmo. Toda a quantia disponibilizada será utilizada, pois a foi dividida em partes e entregues em porcentagens ao logo das entregas e serviços prestados.

O tempo do projeto, terá duração de 60 dias e cumprirá com exatidão com todas as etapas estabelecidas, durante a elaboração da rede foi possível notar diversos caminhos críticos que são essenciais dentro de um projeto e permitirá ao gerente do projeto escolhas mais fáceis para atingir o sucesso das metas.

Em um momento futuro, foi proposto ainda aos proprietários, um estudo mercado e seus concorrentes de forma mais detalhada a fim de desvendar quais atitudes

devem ser tomadas para seguir no caminho correto e atender as tendências e os perfis de consumo.

REFERÊNCIAS

KANABAR, Vijay; WARBURTON, Roger D. **Gestão de Projetos**. Tradução: Cecília Bartalotti. São Paulo: Saraiva, 2012.

APÊNDICE

ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

Empresa: Capital Celulares

Entrevistado: Wagner Sousa

Entrevistador: Guilherme Oliveira de Deus

Esta entrevista tem por objetivo, colher os dados que se façam necessários para que se possa fazer um diagnóstico da situação em que a empresa se encontra, possibilitando assim uma análise das oportunidades e/ou necessidades do estabelecimento, buscando por fim a maneira mais adequada para suprir as necessidades caso existam ou aproveitamento das oportunidades.

PERGUNTA 1) Como começou a empresa?

Objetivo: Identificar o histórico da empresa:

PERGUNTA 2) Descrever as atividades da empresa.

Objetivo: Identificar gestão da empresa.

PERGUNTA 3) Fale da Infraestrutura (mão de obra, máquinas e equipamentos da empresa.

Objetivo: Identificar os artefatos, estruturas, gestão e o que a empresa já tem.

PERGUNTA 4) Qual o tipo de apoio o grupo poderia oferecer para a empresa?

Objetivo: Saber a disponibilidade da empresa em contribuir com o plano de negócio

