

<b>Título do Projeto:</b>	Análise das oportunidades de inovação nos restaurantes na Avenida Kennedy do Município de São Bernardo do Campo.
<b>Coordenador/a e carga horária:</b>	Antero Paulo dos Santos Matias / 5 horas semanais
<b>Tempo de duração do Projeto:</b>	Dois semestres letivos consecutivos
<b>No. Total de alunos envolvidos:</b>	16

### **Descrição do projeto:**

**Título: Análise das oportunidades de inovação nos restaurantes da Avenida Kennedy do Município de São Bernardo do Campo.**

**Introdução:** Em um mercado de potencial e concorrência globais, os clientes passam a acessar variadas informações, por meio de diversas fontes, aumentando assim o seu poder de escolha e barganha. As empresas, por sua vez, não podem distanciar-se desta realidade e são cada vez mais exigidas em termos de criação de estratégias que agreguem valor aos seus produtos e serviços. Essa necessidade de diferentes estratégias traduz, por exemplo, na conquista de novos mercados e no desenvolvimento de novos processos de fabricação e operação, bem como de novos produtos e serviços. Neste cenário, a inovação é apontada como o grande diferencial competitivo, tanto para as grandes quanto para as médias e pequenas empresas. Em mercados que apresentam baixas barreiras de novos entrantes, novas empresas iniciam suas atividades, aumentando a rivalidade entre todos as empresas destes tipos de mercados. O segmento de Restaurantes, pertencente ao setor de comércio, está intimamente relacionado a este tipo de mercado e a cada novo empreendimento que surge uma nova ação deve ser iniciada pelas demais empresas para evitar a perdas da demanda. A região da Avenida Kennedy, em São Bernardo do Campo, apresenta uma grande quantidade destes estabelecimentos, já que é uma região conhecido por ser um ponto de encontro dos moradores do município, bem como de outros municípios, principalmente em momentos de *happy hour*. As inovações em empresas com este perfil muitas das vezes são fugazes, não compreendendo uma vantagem competitiva sustentável, muitas das vezes apenas realizando adequações ou simples melhorias, mais para agradar os clientes, do que no aumento real de receita e oportunidades.

**Justificativa:** Dada a crise econômica pela qual o país tem passado, principalmente a partir do ano de 2015, é papel da universidade em sua faceta de extensão apresentar possibilidades e oportunidade a empresas de seu entorno na busca por um adequado posicionamento no mercado.

**Relevância:** ao desenvolver este projeto um de seus objetivos está na divulgação junto às empresas do entorno do Campus Vergueiro da UMESP da possibilidade destas receberem as consultorias que a Agência Metodista tem a oferecer.

**Objetivos do projeto: geral e específicos:** trata-se de uma pesquisa de campo que gerará Estudos de casos das empresas estudadas bem como uma análise deste segmento por meio do estudo dos resultados obtidos entre todas as empresas estudadas.

Objetivo Geral: verificar e analisar as Oportunidades de Inovação nos restaurantes da Avenida Kennedy no Município de SBC.

Objetivos Específicos:

- Criar uma cultura de inovação nas empresas de estudo;
- Desenvolver, estudar e analisar os modelos de negócios das empresas de estudo;
- Gerar o Radar da Inovação das empresas e analisá-lo propondo ações de inovação para cada uma das empresas de estudo.

**Resultados esperados:** desenvolver e apresentar um indicador de Oportunidade de Inovação para os restaurantes da Avenida Kennedy no Município de SBC.

### **Fundamentação teórica:**

Neste ambiente de mercado complexo e cheio de desafios, o empreendedor brasileiro, já pouco preparado, necessita de auxílio para transpor seus pontos fracos. Muitas entidades governamentais como SEBRAE® (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), bem como as universidades por meio de suas agências juniores e entidades ligadas a iniciativa privada desenvolvem programas para desenvolver o perfil inovador na gestão dessas empresas. Em sua maioria, os programas de inovação são programas entidades dependentes, ou seja, quando os programas terminam em pouco tempo os protocolos e conhecimentos adquiridos vão sendo perdidos, já que os agentes responsáveis por fomentar a inovação nas empresas não estão mais presentes, e, por conseguinte, o proprietário, atarefado com as atividades operacionais da empresa, deixa por retomar as experiências vividas durante o programa.

Por conta deste processo de perda de memória, ou não internalização dos conhecimentos adquiridos, este trabalho tem por objetivo apresentar um modelo de Inovação para as MPEs, que permita aos seus proprietários manter permanente o espírito e as práticas de inovação em suas empresas. É necessário compreender que a inovação deve ser um processo de gestão e não somente um lampejo de ideias e criatividade.

Tendo em vista a relevância das MPEs para a economia brasileira, sobretudo no que se refere à geração de emprego e renda, este trabalho se justifica em razão de apontar processos para a gestão da inovação para um segmento de empresas economicamente mais frágil. Como contribuição teórica, analisa o uso de um modelo, proposto por TIDD, BRESSANT e PAVITT (2008), já consagrado nas grandes empresas na gestão da inovação, entendendo que a Inovação deve ser vista como processo central dentro da empresa, associada à renovação, reciclando a oferta ao mercado e disponibilizando tal oferta, estando associada à sobrevivência e ao crescimento da empresa. Como contribuição prática, o modelo proposto pode ser útil como base para orientar as ações das entidades promotoras da inovação, como o SEBRAE, as universidades dentre outras.

### **Metodologia:**

- Material

Serão analisados os estabelecimentos do segmento de restaurantes, bares e lanchonetes localizados na região da Avenida Kennedy no município de São Bernardo do Campo.

- Métodos:

Utilizar-se dos instrumentos Canvas de Modelos de Negócios, Análise Swot, Análise das 5 forças de Porter e O Radar da Inovação.

Os alunos serão treinados nestes instrumentos para depois, acompanhados do professor mentor, visitarem os estabelecimentos para: a) adesão ao projeto e b) acompanhamento dos processos de coleta de dados e consultoria.

### **CRONOGRAMA**

**PROJETO:** Análise das oportunidades de inovação nos restaurantes da Avenida Kennedy do Município de São Bernardo do Campo.

<b>ETAPA</b>	<b>PERÍODO (ano 2017)</b>
Seleção dos alunos - pesquisadores	13 a 17 de março
Treinamento - ferramentas	20 a 31 de março
Análise do Mercado e da amostra	03 a 14 de abril
Captação das empresas	17 a 28 de abril
Análise das empresas captadas - delegar equipes	01 a 05 de maio
Treinamento para o CANVAS com os empresários	08 a 19 de maio
Descrição do Modelo de Negócios das empresas de estudo	22 a 26 de maio
Entrega, apresentação e discussão do CANVAS com os empresários	05 a 15 de junho
Desenvolvimento do questionário RADAR da INOVAÇÃO	07 a 11 de agosto
Aplicação do questionário com o empresário	14 a 25 de agosto
Gerar Radar da Inovação e índice de Oportunidade	28 a 31 de agosto
Proposição de Oportunidades	04 a 15 de setembro
Entrega, apresentação e discussão do RADAR com os empresários	18 a 22 de setembro
Desenvolvimento dos estudos de caso e de artigo final	02 de outubro a 30 de novembro

### **Observação:**

- O projeto será desenvolvido no campus Vergueiro sempre as segundas e quartas das 18:00 às 19:00 horas no Escritório da Agência Metodista de Consultoria sala VB304.