



**Future  
Print**



**Ferramentas para  
reorganizar a sua  
empresa, agora!**



# ÍNDICE

- Introdução
- Plano de negócios
- Como elaborar ou reestruturar seu plano de negócios?
- Mapeamento de processos
- Sistema Integrado de Gestão Empresarial (ERP)
- Design Thinking
- Radar de inovação
- Extra: segredos e ferramentas para a longevidade de seu negócio
- Considerações finais
- Referências consultadas



# INTRODUÇÃO

As empresas fortes e resilientes seguem à frente em seu segmento não é por acaso. Elas estão constantemente em busca de ferramentas para reorganizar, otimizar e melhorar suas operações e processos. Seja em período de crise ou de oportunidade, não se pode ficar estagnado. O mercado de comunicação visual, gráficas e estamparia têxtil é dinâmico. **Sua empresa acompanha esse ritmo?**

Saiba que existem muitas ferramentas e boas práticas que podem auxiliar sua companhia a desenvolver uma reestruturação não apenas organizacional, como também estratégica. Quando se ganha uma visão holística - isto é, de todos os setores e etapas de seu negócio, a empresa pode transformar essa inteligência em ações concretas.

E todos sabemos que, quanto mais acertadas as decisões de uma empresa, melhores serão seus resultados. Mas que ferramentas são essas? Neste material, falaremos a respeito de alguns exemplos que já estão ajudando empresas de todo o mundo e de todos os portes a se organizarem melhor e obterem mais eficiência, controle de custos e diferenciação de mercado.

**E então, que tal conhecê-las? Confira tudo neste e-book e boa leitura!**



# 1. Plano de negócios

Como explica Davi Jeronimo, consultor do Sebrae-SP:

“O plano de negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que eles sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Ele permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado”.

Assim, o plano de negócios é um documento que resume os objetivos operacionais e financeiros de um negócio. É o roteiro de uma empresa para o sucesso, com planos e orçamentos detalhados que mostram como os objetivos estabelecidos serão alcançados.

Ter esses marcos concretos definidos ajudará a rastrear o sucesso do negócio (ou a falta dele). Existem planos de negócios diferentes para finalidades diferentes, e os melhores planos de negócios são documentos dinâmicos, atualizados sempre que necessário conforme as mudanças e os movimentos do mercado.

Como o plano de negócios contém projeções financeiras detalhadas, previsões sobre o desempenho do seu negócio e um plano de marketing, esse mostra-se uma ferramenta incrivelmente útil para o planejamento de negócios mesmo daqueles que apenas precisam ser reorganizados.

Ao desenvolverem, consultarem e fazerem ajustes nesses documentos, as empresas têm margem de manobra para se precaver e se preparar para diferentes cenários.





# Como elaborar ou reestruturar seu plano de negócios?

A criação de um plano de negócios é pré-requisito para quem está iniciando um negócio ou quer escalar suas operações. Afinal, o planejamento é elemento básico das empresas de sucesso.

Para começar, você pode pesquisar e definir os seguintes pontos:

## OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Pense, por exemplo em termos de volume de vendas projetado, lucratividade esperada, previsão de taxa anual de crescimento, fatia de mercado (market share), etc.

## OBJETIVOS TÁTICOS

Em quais atividades sua empresa deve focar para atingir seus objetivos estratégicos? Qual é o caminho a ser trilhado de onde seu negócio está até onde ele quer chegar?

## PRINCIPAIS POLÍTICAS

de produtos/serviços, marketing, precificação, investimentos, distribuição, etc.

## DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

Qual é a missão, a visão e os valores do seu negócio?

## MODELO DE NEGÓCIO

Qual é a sua forma de operar? Em que ramo e nicho de negócio você está? O que você realmente vende ou que tipo de serviço você presta ao cliente? Qual é o seu público-alvo? Quais são as suas vantagens competitivas?

Para formalizar tudo isso, você poderá utilizar documentos de texto ou, ainda, utilizar ferramentas especializadas como a fornecida gratuitamente pelo Sebrae.

## 2. Mapeamento de processos



O mapeamento de processos é uma ferramenta de gestão que permite que você tenha maior controle sobre as atividades de sua empresa. É possível, inclusive, que sua companhia já lide, mesmo que pontualmente, com uma determinada padronização de seus processos.

Afinal, é necessário que seu produto ou serviço gráfico cumpra determinados padrões e práticas, não é mesmo? E o mapeamento de processos nada mais é do que a formalização, identificação e esquematização das etapas dos seus processos, do começo ao fim. Isso pode ser realizado por meio de um fluxograma ou forma de apoio gráfica que facilite a visualização de cada processo executado em sua empresa.

Com um mapeamento de processos estruturado, você ganha maior clareza não apenas nas funções e objetivos dos setores, como também de sua eficiência. Isso permite que se tenha uma melhor otimização dos processos e, até mesmo, redução de custos nas etapas que viabilizam seu principal produto, eliminando redundâncias e etapas que estejam sendo executadas desnecessariamente por sua equipe.

Mas, antes mesmo de estruturar seu mapeamento de processos, é preciso definir os seguintes pontos:



1

### Qual é o objetivo?

Entenda o objetivo de seus processos. Por qual motivo ou finalidade este processo existe?

2

### Quais os inputs e outputs?

Todos os processos têm entradas e saídas. Quais são os insumos e matérias-primas utilizadas? E os produtos resultantes? Há resultados e dados a serem aproveitados?

3

### Quais são os elementos?

Por elementos dos processos, compreenda tudo aquilo que permite que os inputs e outputs ocorram: maquinário, profissionais responsáveis, ferramentas, etc.

4

### Quais são os fornecedores?

Quais são os funcionários e empresas responsáveis pelos processos em sua companhia? Quais atuam interna e externamente?

5

### Quem é o cliente?

Os processos estão alinhados com os benefícios relacionados ao cliente? O cliente está sendo contemplado nos processos?





# 3. Sistema Integrado de Gestão Empresarial (ERP)

Ferramentas ERP (Enterprise Resource Planning – Sistema Integrado de Gestão Empresarial) são softwares especializados para realizar a gestão dos processos empresariais. Isso é feito de forma integrada entre os setores, utilizando módulos que, juntos, fazem com que todos os usuários da ferramenta possam receber e armazenar dados pertinentes aos processos executados.

Dessa maneira, entre os módulos principais geralmente disponibilizados por sistemas ERP, estão: compras, vendas, estoque, produção, fiscal e contábil e financeiro.

A grande vantagem da utilização de um ERP está em automatizar funções e trabalhar com os dados armazenados de processos de maneira inteligente. Com isso, a empresa consegue se reorganizar em termos de maior **eficiência, agilidade e produtividade**, evitando erros provenientes de falhas humanas, redundâncias de processos e dados, retrabalhos, entre outras coisas.

Além de integrar áreas, a ferramenta de ERP é de grande utilidade para fazer com que os dados se tornem acessíveis, centralizados e facilmente consolidados em relatórios, aumentando a inteligência de mercado do negócio. Também por permitir que o gestor tenha mais controle e monitoramento preciso sobre o que acontece na empresa. Com isso, os processos passam a gerar informações mais confiáveis e garante-se uma tomada de decisão mais acurada e ágil, **sem perda de timing.**





O **software ERP** pode ser uma ferramenta **instalada localmente** ou, ainda, hospedada em um **servidor de nuvem**, permitindo que qualquer dispositivo conectado possa ter acesso ao sistema, o que permite, por exemplo, que sua equipe trabalhe remotamente sem parar as operações em casos como os vivenciados com **lockdowns e a pandemia**.

É importante ressaltar que uma solução integrada como a ferramenta de ERP necessita estar alinhada às demandas dos processos de seu negócio. É recomendável, portanto, sempre buscar softwares que contemplem funções que possam melhorar não somente sua gestão técnica, como do trabalho executado por seus colaboradores.

# 4. Design Thinking

O pensamento orientado ao design (Design Thinking) é uma metodologia no processo criativo da concepção de um novo produto. Mas não se trata apenas de visual ou estética. O Design Thinking busca soluções atrativas, formas ágeis de desenvolvimento de produto e um melhor andamento do processo de seu projeto.

Para aplicar o Design Thinking, há basicamente quatro etapas:



# Ideação ou desenvolvimento

No segundo passo da metodologia de Design Thinking, começa-se a estruturar o produto em si. Esse é o momento para reunir equipes envolvidas no projeto e apresentar e discutir o que foi aferido na etapa de imersão. Além do produto, este é o momento de dar forma a seu conceito, posicionamento e comunicação.

## Imersão

Em um primeiro momento, a ferramenta metodológica do Design Thinking busca imergir na problemática que gerará o produto. Nessa etapa de imersão, é importante que se tenha informações sobre o seu mercado e o seu público de interesse. Assim, sua empresa poderá se reorganizar de forma a direcioná-la para um projeto ideal em equilíbrio entre oferta e demanda.

# Prototipação

No Design Thinking, o foco é o uso desse produto na resolução dos problemas. E, justamente por isso, o processo de testes a seguir, na etapa de prototipação, é de grande importância, inclusive para colher feedbacks.



# Desenvolvimento

A partir dos resultados e do retorno obtidos na etapa anterior, é possível chegar ao produto mínimo viável (ou MVP), que pode ser ajustado e criado novamente para que o desenvolvimento final ocorra.

Aqui, além da conclusão do projeto em si, é fundamental levantar recursos, planejar a divulgação e realizar um planejamento financeiro para que o lançamento no mercado seja viável e obtenha os resultados esperados.

Como ferramenta, o Design Thinking oferece uma abordagem na qual você busca a inovação em um produto e parte da interação desse produto com seu público. Com esse momento colaborativo, é possível obter um nível de criatividade maior para que suas soluções gerem resultados e apontem etapas de seus processos que possam ser reorganizadas, otimizadas e aperfeiçoadas.

Mas, para isso, será preciso empatia, como destaca **Eduardo Freire, consultor, mentor e project thinker.**

“Este conceito propõe o desenvolvimento focado nas pessoas para a resolução de problemas. Por mais que pareça lógico, muitas vezes, esquecemos de fazer isso. Portanto, um dos pilares do Design Thinking é a utilização da empatia, que vai além de se colocar no lugar das pessoas, mas, de fato, ver com seus olhos e conectar-se com elas. Com isso, você adiciona colaboração, cocriação e experimentação, proporcionando, naturalmente, um ambiente de projetos mais criativos. Esses são os elementos propostos para transformarmos ideias e dores em projetos inovadores”, explica o especialista.

# 5. Radar de inovação

Você já ouviu falar sobre essa ferramenta?

O radar de inovação é o resultado obtido por meio de entrevistas feitas com grandes líderes empresariais de marcas inovadoras e de expertise reconhecida no mercado.

Como as empresas de destaque encaram a inovação?

Quais os principais vetores para se inovar com sucesso?

Conforme essa ferramenta, os quatro vetores principais da inovação que podem ajudar a reorganizar sua empresa são:

# \* Oferta

Refere-se ao lançamento de produtos ou serviços.

No ramo da impressão, uma alternativa para inovar é direcionar os esforços para detectar novas formas de encontrar e desenvolver produtos, como uma técnica de impressão específica ou um substrato diferente que ainda não é utilizado em seu negócio.

Uma maneira de identificar esse tipo de oportunidade é participando de feiras presenciais ou eventos setoriais online, especializados nesse nicho de atuação e que apresentem tendências e novidades para ajudar os negócios a se desenvolverem e inovarem.



# Cliente\*

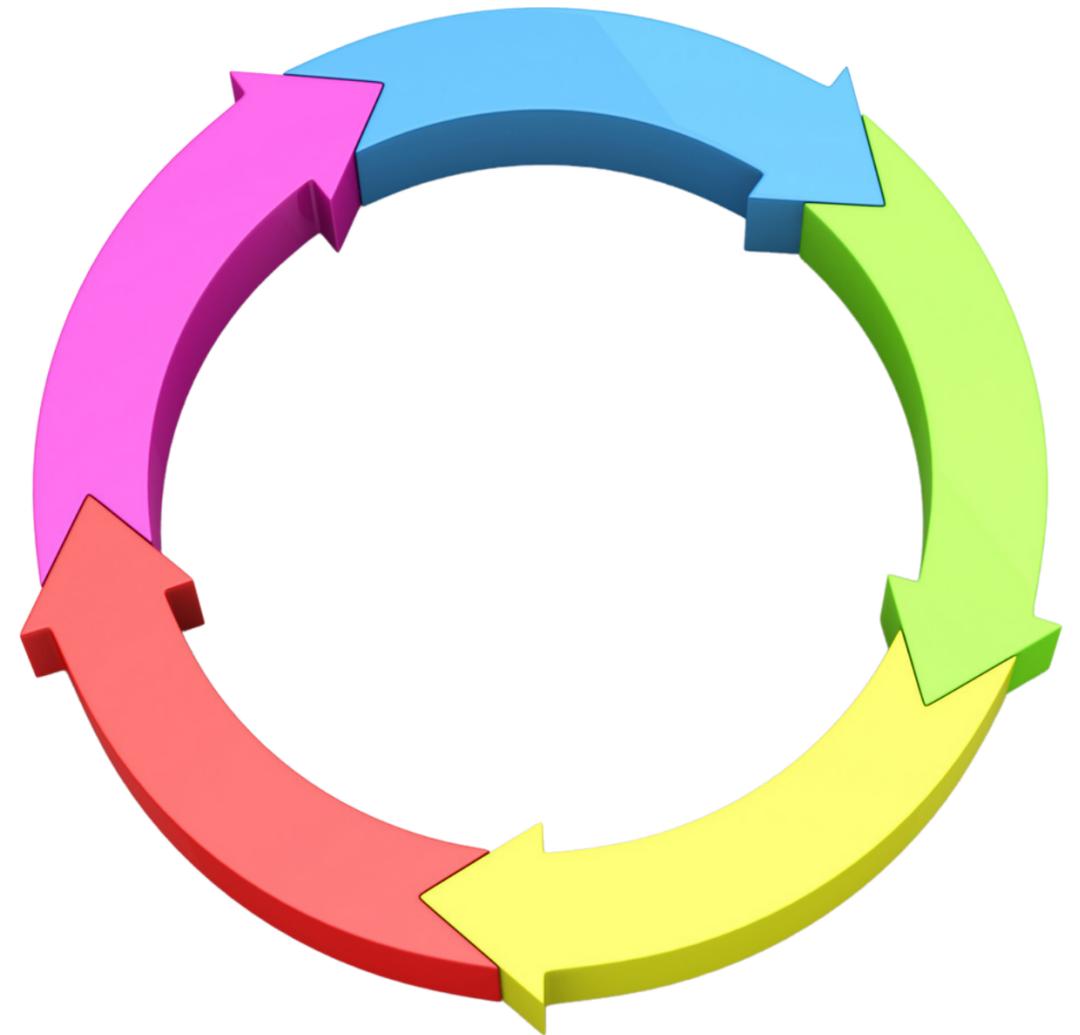
Esse vetor está relacionado a como seu cliente interage com seus produtos ou serviços gráficos, têxteis e de comunicação visual. A partir desse entendimento, sua empresa poderá se reorganizar para atender melhor às necessidades de seu mercado.

Dessa forma, a inovação nesse vetor diz respeito a buscar demandas ainda não atendidas, nichos inexplorados, segmentos insatisfeitos com o atendimento atual, etc. Por exemplo, você pode perceber que há empresas que estão em busca de soluções mais ambientalmente corretas e desenvolver inovações utilizando tintas, substratos e processos produtivos mais sustentáveis para inovar e atendê-las.



## \* Processo

Aqui, a inovação ocorre com a melhoria de processos seu negócio, podendo ter foco em maior eficácia do maquinário, produtividade da equipe, qualidade da entrega, etc. Mesmo inovações incrementais como o uso de um novo perfil para alcançar tons de cores mais fiéis, por exemplo, podem exercer um impacto bastante positivo em sua empresa.



# Presença\*

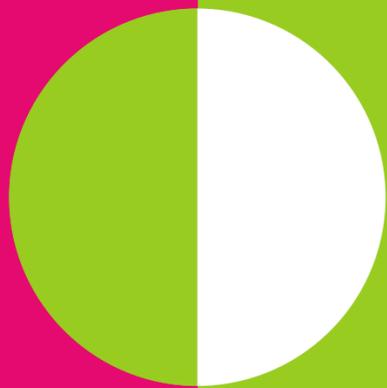
Esse vetor utilizado para gerar inovação e reorganizar empresas está relacionado à criação de novos canais de distribuição ou na ampliação dos atuais de modo mais criativo e eficiente.

Por exemplo, com a pandemia, muitas empresas se reestruturaram para fazerem negócios digitalmente. Esse é um nicho que pode ser explorado e que ajuda a escalar a operação e garantir faturamento mesmo em cenários adversos.





**Mas como  
desenvolver o  
radar de inovação  
da sua empresa?**



Agora que você já conhece os vetores básicos do radar de inovação, deve estar se perguntando como montar o seu, certo?

Saiba que isso poderá ser fácil: basta trabalhar as dimensões citadas junto aos seus funcionários, questionando-os sobre qual nível de inovação eles dariam para cada uma delas.

As respostas devem ser dadas em uma escala de 1 a 7.  
O referencial de resultado é:

1=

Pouco ou nada inovadora;

3.5=

Apresenta inovação ocasional;

7 =

realiza inovação sistêmica e constante

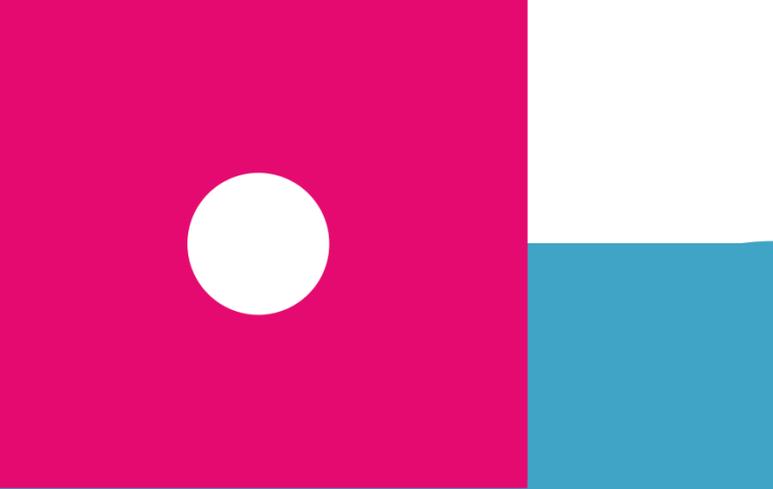


# A partir da compilação desses resultados,

recomenda-se a criação de um gráfico em formato de radar, que pode ser feito muito rapidamente no Excel mesmo.

**Pronto!** Com isso, um radar básico de inovação de sua empresa estará montado, ressaltando oportunidades para que seu negócio se reorganize, inove e evolua.





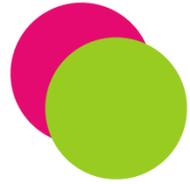
**EXTRA**  
segredos e ferramentas  
para a longevidade de  
seu negócio

Em uma marca de comunicação visual, o público espera, entre outras coisas, qualidade no serviço, um bom atendimento, cumprimento dos prazos e confiança nas relações. Mas, mesmo oferecendo esses atributos essenciais, às vezes pode ser difícil detectar o caminho para manter a longevidade de seu empreendimento.

Entretanto, saiba que há algumas boas práticas para isso. Por exemplo, observe a forma como o mercado se comporta e saiba estabelecer presença onde seu cliente em potencial se encontra - seja em eventos, redes sociais, sites de buscas, etc.

Além disso, busque em sua comunicação e nas interações sempre ir além do preço e demonstrar o valor de suas soluções. Isso será fundamental, por exemplo, quando sua empresa precisar reorganizar sua tabela de preços, para não perder seus clientes atuais. Simultaneamente, você deverá também saber contrabalancear a relação entre seus fornecedores e a força de trabalho. Com um bom monitoramento e metas bem estabelecidas, ganha-se espaço para expandir as atividades de seu birô ou estamperia, por exemplo.

A continuidade de gestão dos processos é importante. A reorganização de sua empresa não depende apenas da implementação técnica das ferramentas. É preciso explorar novas oportunidades e ter suas ferramentas sempre orientadas à inovação.



# Tenha humildade e sabedoria para perceber que sempre há oportunidade para melhorar sua empresa.

Portanto, não deixe suas operações estagnarem, incute em sua equipe esse senso de melhoria contínua e busque maneiras de inovar consistentemente, encantando e fidelizando clientes, garantindo sua preferência e a longevidade de sua empresa.



# Considerações finais

Desde os primórdios da humanidade, a evolução está associada ao uso de ferramentas. Do período paleolítico para cá, naturalmente, essas ferramentas se tornaram mais sofisticadas, diversificadas e complexas. Mas, em essência, ainda são instrumentos valiosos para nos ajudar a alcançar melhores resultados, a inovar, melhorar e evoluir.

Ao longo deste material, apresentamos algumas das melhores ferramentas para que sua empresa consiga justamente isso: se reorganizar para se adaptar e ser mais competitiva, fazendo transformações de diversos níveis para prepará-la para ter sucesso agora e no futuro.

# Referências consultadas

- <https://digital.feirafutureprint.com.br/materiais-para-download/mapeamento-de-processos-como-fazer-na-sua-empresa>
- <https://digital.feirafutureprint.com.br/materiais-para-download/como-sofware-erp-organizam-um-negcio>
- <https://digital.feirafutureprint.com.br/materiais-para-download/design-thinking>
- <https://digital.feirafutureprint.com.br/materiais-para-download/segredos-da-longevidade-de-uma-empresa-de-comunica-o-visual>
- <https://digital.feirafutureprint.com.br/materiais-para-download/segredos-da-longevidade-de-uma-empresa-de-comunica-o-visual>
- <https://digital.feirafutureprint.com.br/materiais-para-download/aprenda-montar-e-preencher-o-radar-de-inovao>
- <https://digital.feirafutureprint.com.br/materiais-para-download/plano-de-negcio-para-pequenas-empresas>
- [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/solucoes\\_online/software-plano-de-negocio-30,2bc0fec6ffae5510VgnVCM1000004c00210aRCRD](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/solucoes_online/software-plano-de-negocio-30,2bc0fec6ffae5510VgnVCM1000004c00210aRCRD)





# Acesse o canal de conteúdo digital da FuturePrint

Um espaço destinado aos profissionais do setor com conteúdo exclusivo, inédito e com foco em comunicação visual, serigrafia, sublimação e têxtil.

[digital.feirafutureprint.com.br](https://digital.feirafutureprint.com.br)

