

CAMERON ENTERPRISE
CAMERON ENTERPRISE

Ana Patrícia de Oliveira Silva, Max Leandro de Araújo Brito
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil | Universidade federal do ABC,
Brasil
anapatricia983@hotmail.com, maxlabrito@yahoo.com.br

RESUMO

O caso trata do empreendimento Cameron Enterprise, destacando problemas em torno da compra de novos terrenos que é algo muito importante para que a empresa continue com a sua boa atuação no mercado e se mantenha fortalecida e renovada, ganhando assim mais força perante os concorrentes. A leitura favorece a reflexão sobre estratégia de negociação.

Palavras-Chave: Negociação. Marketing. Construção.

ABSTRACT

The case deals with the enterprise Cameron Enterprise, highlighting issues around the purchase of new land that is very important for the company to continue with its good performance in the market and stay renewed and strengthened, thus gaining more power against competitors. Reading fosters reflection on negotiation strategy.

Keywords: Negotiation. Marketing. Construction.

INTRODUÇÃO

Lara Cameron é uma mulher empreendedora que possui uma empresa no ramo imobiliário. Formada em administração de empresas e herdeira de uma considerável fortuna de seu pai, Lara deseja aumentar os investimentos na sua empresa para o seu crescimento.

Moderna e visionária, ela consegue identificar os locais mais propensos ao desenvolvimento na cidade. Lara pretende comprar esses lugares com o objetivo de construir grandes empreendimentos comerciais, pois são áreas localizadas em pontos nobres da cidade e que lhe garantirá grandes retornos futuros. Um desses locais, o melhor já visualizado por Lara, existe casas onde moram famílias as quais vivem lá há mais de 15 anos. Mas Lara observa ali, um lugar perfeito para a construção do seu maior empreendimento. Um lugar com 2 grandes prédios comerciais, lugar onde grandes eventos possam acontecer e grandes negócios possam ser fechados.

O EMPREENDIMENTO

A empreendimento de Lara está no mercado a pouco menos de 7 anos e se chama Cameron Enterprise. É um prédio com alguns escritórios localizado perto de outras empresas do mesmo ramo. O mercado imobiliário tem ganhado força na região devido ao desenvolvimento econômico da cidade com a construção de novas indústrias.

Possui cerca de 30 funcionários, sendo que 10 deles permanecem na sede da empresa, os quais são 4 engenheiros, 2 arquitetos, 1 gerente financeiro, 1 gerente de RH, e 2 gerentes comerciais. Os outros 20 funcionários são vendedores divididos de acordo com o número de stands de venda da empresa, sendo que em cada um deles possui-se um gerente. A empresa possui atualmente 5 stands.

A empresa é toda informatizada e está com uma ótima saúde financeira e um crescimento acima da média de mercado.

O NOVO DESAFIO

A compra de novos terrenos é muito importante para que a empresa continue com a sua boa atuação no mercado e se mantenha fortalecida e renovada, ganhando assim mais força perante os concorrentes. Para isso Lara precisa de um ótimo argumento a fim de convencer os moradores do local desejado a fim de construir 2 grandes prédios com bela arquitetura e espaço para congressos e eventos de nível nacional e internacional, atraindo assim para a região investidores e empresários, já que na cidade não possui nada parecido.

PROBLEMA

Lara precisa de um forte argumento para convencer os moradores atuais onde pretende realizar o seu grande empreendimento. São em torno de 20 casas. Lara está disposta a conseguir dinheiro emprestado caso o valor que os moradores peçam seja superior ao que ela possui em caixa, mas ela prefere tentar convencê-los a vender por um menor valor possível. Mas esse não é o maior problema de Lara, o grande desafio é de que alguns deles não queiram vender o imóvel e Lara tenha o seu projeto prejudicado por eles.

Lara agora se pergunta: Qual a melhor estratégia de negociação que posso utilizar para convencer e conseguir retirar todos os moradores do local no menor tempo possível com um menor investimento possível?

REFERÊNCIAS SUGERIDAS

DAVIS, M. M.; AQUILANO, N. J.; CHASE, R. B. **Fundamentos de administração da produção**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CHURCHILL, Jr. G. A.; PETER, J.P. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Editora Saraiva 2000.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. São Paulo: Editora Atlas, 1996.