



UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS  
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
**GESTÃO FINANCEIRA**

**PROJETO INTEGRADO**  
BRAINSTORMING EMPRESARIAL  
**GESTÃO FINANCEIRA**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS  
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
**GESTÃO FINANCEIRA**

**PROJETO INTEGRADO**  
**BRAINSTORMING EMPRESARIAL**  
**BEAUTY CENCEPT**

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA – PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA – PROF. DANILO MORAIS  
DOVAL

ESTUDANTE:

TAYNA DOS SANTOS ARAÚJO RA:

1012019100571

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

# SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA .....	4
3. PROJETO INTEGRADO .....	4
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA.....	4
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR.....	4
3.1.2 FONTES DE CAPITAL .....	5
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO.....	5
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA.....	5
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL .....	5
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES .....	5
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO.....	7
4. CONCLUSÃO.....	8
REFERÊNCIAS .....	9
ANEXOS.....	10

# 1. INTRODUÇÃO

Com o objetivo de obter novas ideias na empresa, brainstorm ou “tempestade de ideias”, uma técnica utilizada para auxiliar as pessoas em soluções criativas para diferentes tipos de problemas, que envolve vários componentes que vão desde o planejamento, até a estrutura física. Essa técnica foi proposta pelo norte-americano Alex Faickney Osborn no ano de 1941. Para essa técnica ocorrer existem algumas regras que consiste em :

- Não é permitido nenhuma crítica ou julgamento de ideias;
- Ideias ousadas e inovadoras são bem-vindas;
- Concentrar-se na quantidade de ideias;
- Construir ideias a partir de ideias dos outros, como uma forma de aperfeiçoamento.

O objetivo deste trabalho será a proposta de criação de um novo empreendimento, e o método a ser utilizado será o brainstorm livre no qual consiste na concentração de atenção em um problema por um determinado tempo.

Com a constante mudança evolução da tecnologia e o dinamismo de um mercado de trabalho movido por indivíduos habituados ao ambiente digital e em busca de carreiras desafiadoras, o gestor moderno precisa se guiar por princípios que o transformem em líder empreendedor- alguém capaz de assumir riscos, experimentar e estar aberto a inovação. Diante destes fatores gestão empreendedora é aquela que traz para o ambiente interno de uma empresa o anseio pela inovação e, ao mesmo tempo praticas gerenciais transformadoras que motivam as equipes a criar novos projetos, produtos, reduzindo as incertezas de um mercado cada vez mais turbulento.

Para obter um planejamento estratégico precisamos do campo de administração estratégica tendo como base sua missão, visão e valores. Através das estratégias é possível estabelecer objetivos, metas, projetos, orçamentos, logística, táticas, planos de ação, e também antecipar problemas que podem ocorrer durante o percurso diminuindo os riscos da empresa.

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

Beauty Concept, uma marca que será inserida no setor de beleza, com produtos de maquiagem altamente desenvolvidos para atender o público que se interessa por este segmento.

Pensando na grande procura do público por produtos acessíveis, a empresa contara com produtos bons testados dermatologicamente pois seus produtos não são testados em animais, e terão um preço muito acessível.

Os produtos oferecidos irão do primeiro passo da maquiagem até o último, contendo o primer de alta fixação, corretivo e base de variadas cores com uma cobertura altamente boa, máscaras de cílios, paletas de sombra com variedade de cores, batons, gloss, lápis de olho, lápis de boca, iluminadores, pó compacto contendo várias cores, paletas de contorno, fixador de maquiagem e uma infinidade de produtos para atender seus clientes. Suas possíveis concorrentes serão, ruby rose, belle angel.

## **3. PROJETO INTEGRADO**

### **3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA**

Como a inserção de uma marca nova no mercado de beleza, precisaremos sair da zona de conforto para poder conquistar o público que se interessa por esse segmento de beleza, para isso o empreendedor deverá assumir os riscos de suas decisões, estimular a criatividade e dar espaço para novas ideias, tendo uma grande relação com a técnica brainstorn, deve desafiar a sua equipe e acreditar nos seus profissionais para que a marca seja inserida no mercado e atraia clientes da melhor forma possível.

#### **3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR**

A gestora dessa empresa terá de apresentar novos projetos, estar aberta ao debate, sempre questionado, apresentando novas possibilidades, propondo métodos e adaptando aqueles que não deram certo. É um perfil que incomoda quem está acomodado pois está sempre debatendo, desenvolvendo projetos e quer vê-los implantados.

### **3.1.2 FONTES DE CAPITAL**

As possíveis fontes de capitais desse novo empreendimento será o CAPITAL PRÓPRIO (BOOT STRAP) – Recursos próprios do empreendedor. Consiste em um conjunto de ações e estratégias para iniciar um negócio sem utilizar o capital oneroso. A expressão vem do inglês “apertar a fivela das botas”, sem ajuda financeira externa.

### **3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO**

O novo empreendimento tem como proposta ser mais acessível ao público, com grandes desafios pois este mercado de beleza é um mercado muito grande e com muitas marcas. O seu diferencial para a introdução neste mercado é atrair o público com produtos com preço mais acessíveis do que os dos seus concorrentes.

## **3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA**

A introdução do empreendimento no mercado, gera grandes desafios, e com estratégia devemos preparar para enfrentar esses desafios, enxergar ameaças e oportunidades que ainda não existe.

O planejamento estratégico ampliará a visão da empresa e colocar os produtos com preços acessíveis ao mercado, assim o seu objetivo será atrair o público, deverá analisar ter uma análise de mercado. O objetivo tático dessa empresa deve ser coerente com a visão do empreendedor, cujo será o sonho, o futuro da empresa.

### **3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL**

Definirá a rota, a organização dos recursos organizacionais para a caminhada da introdução da empresa no mercado, será a finalidade do objetivo da empresa que é alcançar o público deste segmento.

### **3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES**

A missão da empresa é saber onde querem chegar, quando queremos chegar lá, alinha as suas expectativas ou valores.

A visão da empresa é o que fazemos, para qual público fazemos e como fazemos.  
E os valores é como queremos ser reconhecidos, enquanto cumprimos nossa missão e caminhamos em direção a visão.

Tendo como exemplo uma grande marca de produtos de beleza- NATURA :

#### VALORES:

A vida é um encadeamento de relações. Nada no universo existe por si só. Tudo é interdependente. Acreditamos que a percepção da importância das relações é o fundamento da grande revolução humana na valorização da paz, da solidariedade e da vida em todas as suas manifestações.

A busca permanente do aperfeiçoamento é o que promove o desenvolvimento dos indivíduos, das organizações e da sociedade.

O compromisso com a verdade é o caminho para a qualidade das relações. Quanto maior a diversidade das partes, maior a riqueza e a vitalidade do todo.

A busca da beleza, legítimo anseio de todo ser humano, deve estar liberta de preconceitos e manipulações. A empresa, organismo vivo, é um dinâmico conjunto de relações. Seu valor e longevidade estão ligados à sua capacidade de contribuir para a evolução da sociedade e seu desenvolvimento sustentável.

#### MISSÃO:

Nossa razão de ser é criar e comercializar produtos e serviços que promovam o Bem-Estar/Estar Bem.

Bem-Estar é a relação harmoniosa, agradável, do indivíduo consigo mesmo, com seu corpo.

Estar bem é a relação empática, bem-sucedida, prazerosa, do indivíduo com o outro, com a natureza da qual faz parte e com o todo.

#### VISÃO:

A Natura, por seu comportamento empresarial, pela qualidade das relações que estabelece e por seus produtos e serviços, será uma marca de expressão mundial, identificada com a comunidade das pessoas que se comprometem com a construção de um

mundo melhor através da melhor relação consigo mesmas, com o outro, com a natureza da qual fazem parte e com o todo.

### **3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO**

A missão da beauty concept é levar um produto de alta qualidade com um preço acessível ao consumidor, pois são produtos para enaltecer ainda mais a beleza facial.

A visão é ter um grande público que se interesse por esses produtos, visando deixar os consumidores contentes com os produtos, para se embelazerem, aumentarem autoestima

E os valores é como queremos ser reconhecidos, com o objetivo de aumentar a autoestima das pessoas, visando também que a beleza natural é magnífica, apenas usando para se sentir bem.

## **4. CONCLUSÃO**

Este trabalho teve como objetivo abordar os principais fundamentos para a criação de uma empresa, formar novos empreendedores, colocar em prática o que está no papel, visualizar soluções para diversos problemas, mas tendo como principal objetivo atingir o seu cliente de forma saudável.

## **REFERÊNCIAS**

Essa parte está reservada para as referências, as quais devem estar metodologicamente discriminadas em ordem alfabética e corresponder às citações realizadas ao longo dos textos.

A utilização da metodologia científica é obrigatória e deve ser utilizado o Manual UNIFEQB para Trabalhos Acadêmicos ou as Normas da ABNT.

## **ANEXOS**

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