

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
UP DESIGN

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
UP DESIGN

MÓDULO 06

GESTÃO EMPREENDEDORA

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Estudantes:

Agatha Gomes da Silva, RA 18001471

Aline Corrêa Gouveia Dominciano, RA 1012018200464

Camila de Freitas Cocenza Angelotti, RA 1012019100580

Carlos Alexandre Menato, RA 1012019100266

Igor Antonio Sartori, RA 1012019100278

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
3. PROJETO INTEGRADO	8
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	8
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR.....	9
3.1.2 FONTES DE CAPITAL.....	10
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	12
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA.....	15
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL.....	17
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	19
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO.....	21
4. CONCLUSÃO	22
REFERÊNCIAS	24

1. INTRODUÇÃO

No cenário mercadológico contemporâneo, podemos observar significativas mudanças no ambiente cultural, econômico e tecnológico das organizações, o que revela um contexto sistematizado pela palavra globalização, a qual reflete o crescimento exponencial do comércio internacional em associação ao aumento da velocidade das inovações tecnológicas.

Tais inovações, trazem consigo a rapidez da transmissão das informações e processos, a competição da economia, dentre outros fatores resultantes do atual movimento da globalização, assim, tem-se a era do empreendedorismo.

O empreendedorismo então, considerado como um processo de criação de algo novo ou diferente, que agrega valor e que exige dedicação e esforço por parte dos empreendedores, vem se tornado algo essencial nas sociedades, uma vez que, é através dele que estes indivíduos buscam inovação e preocupam-se em transformar conhecimentos em novos produtos.

Assim, observa-se que, atualmente, os empreendedores têm eliminado barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.

Face ao exposto, como percebemos que o contexto atual apresenta-se propício para o surgimento de um número cada vez maior de empreendedores, nossa equipe vem expor nosso projeto o qual tem por objetivo a criação de um novo empreendimento.

Este novo empreendimento trata-se da criação de uma empresa a qual fora denominada por UP DESIGN. Deste modo, para que possamos descrever e esboçar melhor nosso projeto, inicialmente, abordaremos acerca do setor em que a empresa está inserida, seus possíveis concorrentes, clientes e também sobre os produtos e serviços oferecidos.

Isto posto, entraremos na parte da gestão empreendedora, conceituando o empreendedorismo, o empreendedor e a gestão empreendedora. Também explanaremos acerca do perfil de nosso empreendedor, suas principais competências, para gestão de seu negócio, e questões de caráter técnico das operações necessárias para o desenvolvimento da empresa.

Em sequência serão levantadas as possíveis fontes de capital existentes para a constituição deste novo empreendimento, e qual será a de nossa opção para atendimento das necessidades financeiras que se fazem inerentes ao processo de implantação da empresa.

Deste modo, diante do apresentado, detalharemos melhor acerca da proposta deste novo empreendimento, utilizando de informações mercadológicas, da concorrência e da clientela a quem se direciona nossas atividades.

Como a criação de um novo empreendimento engloba aspectos estratégicos para tal, também conceituaremos e refletiremos acerca da estratégia empresarial, assim como sua implementação e acompanhamento por parte do gestor, para então abordarmos acerca da efetiva estratégia desta empresa.

A partir disto, apresentaremos os conceitos de missão, visão e valores relacionados ao planejamento estratégico das empresas para assim, expressarmos nossa proposta de missão, visão e valores para o novo empreendimento.

Ao final, tendo como base todo o exposto, poderemos verificar os principais pontos que compreendem a gestão empreendedora e a administração estratégica das empresas e suas contribuições para a criação de um novo empreendimento.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

O novo empreendimento que abordamos neste projeto é a empresa UP DESING, uma empresa inovadora e atualizada no mercado de criação de identidade visual, design gráfico e publicidade.

Enquadrada como uma empresa MEI (Microempreendedor Individual), nossa empresa tem como proprietário um publicitário especializado na área de criação de design gráfico e identidade visual e conta com uma equipe de profissionais treinados e capacitados para melhor atender as necessidades dos clientes e oferecer serviços personalizados, com pontualidade e satisfação garantida.

Nosso foco como clientes é o atendimento às empresas startups, ou seja, empresas que estão surgindo e começando a atuar no mercado com produtos e serviços inovadores e com rápido potencial de crescimento e que querem criar sua marca e ter uma personalidade própria. Deste modo a UP DESIGN busca ter a melhor solução em atendimento e projetos que resolverão cada tipo de necessidade dos seus cliente.

Para tanto, realizamos serviços para criação da identidade visual, das empresas/clientes, os quais abarcam o conjunto de elementos gráficos que as identificam visualmente, integram desde a sua logomarca, padrões tipográficos, símbolos gráficos, conjunto de cores, até arquivos digitais dos sinais gráficos e aplicações específicas, como papelaria, formulários, sinalização, frotas e, sobretudo, uniformes profissionais.

Já os serviços de design gráfico, relacionam-se a criação de projetos de comunicação visual tais como, criação e produção de animação para o meio digital; criação de logotipos, marcas e embalagens; criação de cartões de visitas, folders, papéis timbrados; definição da aparência e formato de páginas de jornais e revistas (cores, formatos, tamanhos e tipos de letras e de papel); criação visual de sites, blogs, banners para a internet; planejamento e desenvolvimento de anúncios, panfletos, cartazes e vinhetas para rádio e televisão.

Assim, em conjunto, o serviço de publicidade vem para arrematar e finalizar a determinada mensagem e informação sobre o produto ou serviço que a empresa quer contextualizar no mercado. Para tal elaboramos os roteiros para comerciais e estratégias de comunicação, pesquisando e decidindo as melhores formas de se comunicar, a partir

do estudo da linguagem direcionada ao público-alvo, produzindo peças gráficas, outdoors, mídias sociais, folhetos, entre outras já mencionadas.

O mercado de criação de identidade visual e design gráfico tem algumas empresas que o compõem, tais como as empresas Criativito, Toulouse Comunicação e Inpropaganda, localizadas em São Paulo – SP; Burpee Criative Studio, em Curitiba – PR; Marca D`água, em Dracena – SP; Agência Web, em São José – SC, entre outras. Todavia, poucas delas possuem o foco no atendimento às startups como nós e tem como tripé a criação da identidade visual, design gráfico e publicidade integrados, o que é um grande diferencial para nossa empresa conseguir se despontar neste mercado.

Mercado este que, embora possua bastante empresas atuando, tem um crescimento e demanda por clientes cada vez maior, visto que o número de empreendedores que querem ter seu próprio negócio e colocá-lo em prática expande a cada dia que se passa, o que nos oferece uma ótima oportunidade de atuação e geração de bons resultados em nossas atividades.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

O empreendedorismo, de acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2014), é apontado como um processo de criação de algo novo ou diferente, que agrega valor, que exige dedicação e esforço, e que incide em riscos financeiros, psicológicos e sociais, cujo retorno, na maioria das vezes, é a satisfação econômica pessoal. Portanto, trata-se de um termo alusivo à inovação, ao risco, à criatividade, à organização e à riqueza.

Neste sentido, empreender, significa produzir novas ideias por meio da imaginação e da criatividade. É sair na frente dos outros e da sua zona de conforto para que possa se realizar sonhos e transformá-los em realidade e em oportunidades, gerando valor para si e para a sociedade.

A gestão empreendedora, por sua vez, em consonância com o apontado por Mateus (2018), é a união de todos os conceitos do empreendedorismo aplicados na administração de um negócio.

Negócio este que, para o presente, refere-se a empresa que hoje viemos fundar, a UP DESIGN, uma empresa que fora criada no intuito de oferecer serviços especializados em criação de identidade visual focada em startups, ou seja, empresas que são recém-criadas e estão em desenvolvimento.

Neste contexto, nossa empresa surge com objetivo ajudar seus futuros clientes a se destacarem no mercado e agregar valor às suas marcas.

Para tanto, a UP DESIGN apresenta projetos exclusivos, criativos e sob medida perante a necessidade de cada cliente e, tendo como pontualidade e qualidade no atendimento pilares essenciais em nosso serviço, desejamos transformar clientes em parceiros.

Desta forma, contamos com profissionais capacitados e com vasta experiência em publicidade, identidade visual, design e marketing, o que torna nossa visão mais ampla e completa na hora de elaborar ou aperfeiçoar uma marca.

Como é de extrema importância a troca de informações entre cliente e agência para a criação ou renovação da identidade visual de uma marca ou empresa,

desenvolvemos um método avaliativo aplicado nas primeiras reuniões, fortalecendo o entendimento entre agência e cliente. Além de que, durante todo o processo de desenvolvimento, sempre estaremos em contato com o cliente buscando feedbacks do que está sendo produzido e alterando, se for o caso, quantas vezes forem necessárias.

Sendo assim, nosso objetivo é oferecer um serviço de qualidade, criativo e inovador no mercado de identidade visual.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Mateus (2018) revela que existem diversas formas de se descrever um empreendedor, mas particularmente, preferimos a que o denomina como a pessoa adequada para identificar necessidades e sustentá-las por meio da oferta de produtos e serviços. É ele quem produz novas ideias por meio de sua imaginação e criatividade, motivado pelo desejo de se realizar, de assumir responsabilidades e de conquistar sua independência.

Nos dias de hoje, para identificar e sustentar essas necessidades, o perfil do empreendedor deve ser dinâmico, inovador e criativo, algumas características que não eram tão requisitadas antigamente.

Uma gestão empreendedora é aquela que engloba práticas gerenciais baseadas nessas características, aplicando-as no ambiente interno da empresa, criando um ambiente propício à inovação, com equipes motivadas e comprometidas a idealizarem novos produtos e serviços.

Com esta visão está sendo fundada UP DESIGN que conta como seu fundador um publicitário que se especializou em design gráfico e identidade visual, e que tem uma grande visão empreendedora.

Trazendo uma grande experiência adquirida ao longo dos anos, vem fundar sua empresa com metodologias inovadoras para suprir uma deficiência do mercado de identidade visual que encontramos atualmente.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Pelo fato de o empreendimento ser uma MEI (Microempreendedor Individual), trabalharemos com apenas um proprietário que será o responsável pelo capital e pela lucratividade de sua própria empresa.

Atualmente existem diversas opções de empréstimos e financiamentos bancários para o que melhor se adequa a cada perfil de empreendedor, mas nesse projeto abordaremos a instituição BNDES e o financiamento que ela oferece: microcréditos.

Conforme apontado no seu site, O BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) fundado em 1952, é um dos maiores bancos de desenvolvimento do mundo e, hoje, o principal instrumento do Governo Federal para o financiamento de longo prazo e investimento em todos os segmentos da economia brasileira.

Para isso, apoia empreendedores de todos os portes, inclusive pessoas físicas, na realização de seus planos de modernização, de expansão e na concretização de novos negócios, tendo sempre em vista o potencial de geração de empregos, renda e de inclusão social para o Brasil.

O apoio do BNDES ocorre por meio de financiamento a investimentos, subscrição de valores mobiliários, prestação de garantia e concessão de recursos não reembolsáveis a projetos de caráter social, cultural e tecnológico. O Banco atua por meio de produtos, programas e fundos, conforme a modalidade e a característica das operações.

Por ser uma empresa pública e não um banco comercial, o BNDES avalia a concessão do apoio com foco no impacto socioambiental e econômico no Brasil. Assim, incentivar a inovação, o desenvolvimento regional e o desenvolvimento socioambiental são prioridades para a instituição.

O BNDES oferece condições especiais para micro, pequenas e médias empresas, aquelas que faturam anualmente até R\$ 300 milhões, assim como linhas de investimentos sociais, direcionadas para educação e saúde, agricultura familiar, saneamento básico e transporte urbano.

Em situações de crise, o Banco também tem fundamental atuação anticíclica e auxilia na formulação das soluções para a retomada do crescimento da economia. O Banco então, está presente para apoiar o crescimento do país onde é necessário.

Como descreve o site Financer (2019), O BNDES tem como opção de linha de crédito o Microcrédito, que seria um empréstimo realizado para microempresas, empresas individuais e trabalhadores informais, como: cabeleireiros, artesãos, vendedores de cosméticos, etc. Essa modalidade é recomendada para empresas que desejam se estabelecer ou expandir o seu negócio, seja comprando novos equipamentos ou alugando um espaço maior.

Para conseguir esse empréstimo é necessário atender a alguns requisitos, como:

- Ser maior de 18 anos ou emancipado;
- Ser pessoa jurídica, MEI ou empresário informal;
- Ser aprovado na análise socioeconômica e referente ao seu tipo de empreendimento;
- Ter um faturamento bruto anual de até R\$ 360.000,00;
- Não estar com nome negativado;

Uma das maiores vantagens que podem ser encontradas no Microcrédito são as taxas de juros mais baixas do mercado. Enquanto outros bancos comerciais têm suas taxas de juros em até 6% ao mês, o Microcrédito, por ter uma base social e contribuir com o crescimento da economia, por lei, não pode ultrapassar 4% de juros ao mês.

Outras vantagens que podem ser citadas são: menor burocracia para conseguir um empréstimo; aumento da rentabilidade do empreendimento; facilidade para pequenos empreendedores conseguirem capital, entre outras.

Para conseguir um Microcrédito pelo BNDES é necessário seguir alguns passos demonstrados abaixo:

- O BNDES não possui agência, por isso, é necessário que o empreendedor tenha uma conta bancária em alguma agência intermediadora que ofereça o serviço;
- Estar em dia com as responsabilidades do seu empreendimento, como relatórios e planejamentos;
- Procurar um banco credenciado. É ele quem irá analisar o caso e decidir como será feito o empréstimo, além de combinar os valores de juros a ser cobrados, o montante que será emprestado e os devidos prazos de pagamento. É possível encontrar no site do BNDES uma lista de agências intermediadoras.

O valor do empréstimo pode variar de acordo com o banco escolhido e do empreendimento, mas é possível conseguir de R\$ 300,00 até R\$ 20.000,00 sem necessidade de garantia.

Com esse empréstimo seria possível começar o nosso empreendimento, comprando notebooks de melhor qualidade, mesas digitais de design gráfico, programas de edição e tratamento de imagens, câmeras fotográficas e até mesmo utilizar o capital para visitas e reuniões com os gerentes das startups.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENHIMENTO

O projeto tem como proposta a criação de uma empresa MEI (Microempreendedor Individual) para atender as necessidades de startups (empresas que estão começando a atuar no mercado com produto ou serviço inovador com rápido potencial de crescimento) referentes ao setor de design e mídias visuais.

O empreendedor seria um indivíduo formado e especializado na área de publicidade, design gráfico e identidade visual, no qual trabalharia como freelancer oferecendo os seus serviços para esse tipo de empresa.

Faz-se importante mencionar que, o número de startups no Brasil vem crescendo consideravelmente. Estima-se que existam cerca de 62 mil empreendedores e 6 mil startups. O número é mais do que o dobro registrado há seis anos, quando o país ainda começava a discutir o modelo e a perceber o nascimento do novo mercado. Em 2012, haviam 2.519 startups cadastradas na Associação Brasileira de Startups - ABStartups, já em 2017, o número saltou para 5.147 (BRITO, 2018).

Ainda segundo a autora, o número de empresas hoje pode ser ainda maior, por volta de 10 a 15 mil, mas muitas ainda estão na fase de ideias e nem todas tem o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ).

Uma startup se caracteriza pela inovação do serviço produzido, geralmente de base tecnológica, desenvolvido a custos menores e processos mais ágeis. O termo também é sinônimo de pequenas empresas que estão no período inicial de desenvolvimento em condições de alto risco e incerteza.

As startups tanto podem oferecer serviços e produtos diretamente para o consumidor, quanto para outras startups. Quando alcançam maturidade, elas se sobressaem na oferta de serviços para grandes empresas que terceirizam as atividades relacionadas a inovação, pesquisa e desenvolvimento.

No Brasil podemos citar duas grandes startups unicórnio, ou seja, que já conseguiram atingir o valor de 1 bilhão de dólares sem abrir seu capital na bolsa de valores: a Nubank e o aplicativo iFood (ESTADÃO CONTEÚDO, 2019 e SATURNO 2018).

Visto isso, sabemos que as principais características em comum que podemos observar dessas duas empresas de setores distintos é o design marcante e característico que elas têm, seja através dos sites e aplicativos, quanto no caso dos produtos e locais, no caso da Nubank.

O design utilizado por uma empresa tem tomado grande importância atualmente pelos novos empreendedores, o que antes era um aspecto deixado de lado, hoje tem se tornado parte do planejamento empresarial, principalmente no quesito de marketing.

É o design que acarretará a formação de identidade da empresa, aquilo que ela é e como ela quer que seus clientes a enxerguem no mercado. O design também possibilita a segmentação do mercado de acordo com as características utilizadas, determina o público-alvo da empresa e como é o tipo de serviço que ela presta para a sociedade.

Por isso, é de extrema importância que a empresa em sua fase inicial já comece a planejar como será a identidade visual que ela deseja transmitir através de seu logotipo, cartão de visita, das cores e formas utilizadas em seu website, aplicativos, produtos e até mesmo no uniforme de seus funcionários.

Para esse tipo de serviço, é importante que a empresa conte com profissionais capacitados nessa área, para que consiga transmitir devidamente a missão, visão e valores da empresa através da identidade visual.

Nosso empreendimento tem como finalidade oferecer esses serviços de forma menos onerosa e mais dinâmica. A startup não precisará ter, de início imediato, uma equipe especializada em design, o que poderia ter altos custos para o empreendimento, já que está iniciando recentemente no mercado, então ela poderá contratar a nossa agência para a criação de sua identidade e pagar um preço único pelos serviços optados, sem a obrigação de pagar salários mensais, impostos referentes a funcionários, etc.

O trabalho de freelancer tem crescido muito no Brasil e em diversos países. De acordo com a Redação Doutíssima do site Fortíssima (2013), o freelancer nada mais é do que o profissional autônomo que não possui vínculos de empregos, ou seja, ele pode trabalhar para diversas empresas ao mesmo tempo, e costuma combinar um preço fechado por serviço. O freelancer pode trabalhar em casa ou em qualquer outro lugar, já que a maior parte de seu trabalho é feito por computadores e pela internet.

Para que o trabalho aconteça, basta que a empresa entre em contato com a agência e marque uma reunião para que o designer possa observar e analisar de perto como serão as características da empresa e quais os aspectos que irá utilizar em suas artes. Os preços, prazos e formas de pagamento podem ser acordados pessoalmente ou através de e-mails.

O mercado de freelancing tem crescido muito no Brasil, por ser uma ótima opção para aqueles que desejam ter seu próprio horário de trabalho e não querem se submeter as ordens de um chefe, por exemplo. O trabalho de freelancer também cresceu muito por conta da crise econômica, já que é uma vantagem tanto para quem presta o serviço, que pode ser uma renda extra, como para quem contrata o serviço, já que não precisa ter obrigações e responsabilidades perante o prestador de serviços.

Conforme apontado pelo site ISBrasil (2017) o setor apresentou um crescimento de 181% no ano de 2016, de acordo com o Relatório de Trabalho Independente e Empreendimento realizado pelo Workana, uma das principais plataformas para freelancers designers (e de outros segmentos) da América Latina.

Enfim, para que possamos nos destacar a frente de nossos concorrentes, trabalharemos com uma forte estratégia de marketing digital, já que a maioria das empresas hoje utilizam a internet para interagir com seus clientes e alavancar o seu crescimento.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A administração estratégica, assim como aludem Velho e Giacomelli (2017), é o campo onde é efetuado o planejamento estratégico da empresa.

O Planejamento estratégico, por sua vez, ainda conforme mencionado pelos autores, é a ferramenta que permite que as aspirações de longo prazo da organização sejam expressas e sistematizadas, tendo como base a missão, visão e valores organizacionais para, então, ser desdobrado e objetivos táticos e operacionais que se tornarão essa visão de futuro real.

Segundo o portal Sebrae Nacional (2016), é a administração da empresa que está sempre verificando sua razão de existir no mercado, como vai atuar e onde quer chegar em determinados prazos, já que, é um grande desafio conduzir uma empresa em ambientes dinâmicos, que se modificam, regularmente, nos aspectos políticos, econômicos, setoriais e tecnológicos. E, por essas mudanças impactarem na relação da empresa com o setor em que atua, os administradores se desafiam a conduzir as empresas estrategicamente, garantindo suas sobrevivências e buscando sucesso em seus resultados.

Deste modo, entende-se que a administração estratégica é essencial para uma atuação eficaz da empresa no mercado, posto que, a partir dela a organização conhece o cenário que está inserida, sabendo os fatores que geram oportunidades para seu sucesso, assim como aquilo que gera ameaças à sobrevivência no ambiente externo, além de reconhecer suas fortalezas, competências e também as fraquezas internas. Assim, os administradores podem definir qual é a razão de existir da empresa e aonde se quer chegar com os recursos investidos, e assegurar a sua competitividade frente ao mercado.

Outrossim, por ser algo legítimo e essencial aos negócios, a administração estratégica deve ser conhecida por todas as pessoas que estão à frente da administração de uma empresa.

De acordo com Johnson, Scholes e Whittington (2011), em uma situação de competição, os clientes fazem escolhas com base em suas percepções, assim, existe um relógio estratégico que pode auxiliar as empresas e seus gerentes a compreenderem a mudança de exigências de seus mercados e as escolhas que podem ser feitas sobre o posicionamento e vantagem competitiva. Assim, os autores revelam cada posição neste relógio como uma estratégia:

- Estratégias baseadas em preço: Sendo a “sem enfeites”, que combina preço baixo com benefícios de produto/serviço pouco percebidos e foco num segmento de mercado sensível a preços; e, “de preço baixo”, que busca obter um preço mais baixo do que os concorrentes e, ainda assim, manter benefícios de produtos ou serviços percebidos de maneira similar em relação a outros competidores;

- Estratégia de ampla diferenciação: Fornece produtos ou serviços que ofereçam benefícios diferentes daqueles dos concorrentes e que sejam bastante valorizados pelos clientes;

- Estratégia híbrida: Procura simultaneamente obter diferenciação e preço baixo em relação aos concorrentes;

- Diferenciação definida: Busca fornecer benefícios altamente percebidos de produtos/serviços, justificando um preço substancialmente diferente, quase sempre para um segmento seletivo de mercado;

Neste sentido, pontuamos que a estratégia de nossa empresa será embasada na estratégia híbrida pois, trataremos de oferecer nossos serviços proporcionando benefícios otimizados aos clientes junto com preços baixos e, ao mesmo tempo conseguindo rendimentos suficientes para reinvestimentos, a fim de manter e desenvolver bases de diferenciação, garantindo nossa competitividade no mercado de atuação.

Ademais, a administração estratégica da nossa empresa, visa atender para nosso principal objetivo que é prestar serviços de publicidade e design, dando todo o suporte necessário para a criação da identidade visual para as startups, ou seja, empresas que estão ainda começando no mercado, e necessitam de uma identidade que realmente possam se representar de maneira clara e objetiva.

Sabe-se que criar uma identidade visual vai muito além do que fazer apenas um desenho pois, assim como um indivíduo, uma marca tem a sua própria identidade e voz, e a startup (empresa) necessita disso para, efetivamente, ganhar seu espaço no mercado de trabalho. Portanto, é através de toda a prestação de serviços, personalizados, que faremos para satisfazer os objetivos dos clientes e atestar o sucesso de nosso trabalho.

Destarte, ressaltamos que não é uma tarefa nada fácil de criação de uma marca. No entanto, um trabalho bem elaborado, com profissionais capacitados e focados em atingir público alvo das empresas/clientes, consegue alcançar ótimos resultados. Isto ocorre com pequenas organizações que iniciaram suas atividades, e ficaram sendo

reconhecidas a partir dos designers no qual elas foram desenvolvidas através de suas características, esse será nosso principal objetivo estratégico.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Johnson, Scholes e Whittington (2011), descrevem a estratégia como a orientação e o alcance de uma organização ao longo prazo, que conquista vantagens num ambiente inconstante por meio da configuração de recursos e competências com o intuito de atender às expectativas dos stakeholders (partes interessadas que devem estar de acordo com as práticas de governança corporativa executadas pela empresa, tais como, clientes, fornecedores, acionistas, funcionários, entre outros).

Para elaborar as estratégias empresariais, é importante seguir um roteiro todo dinâmico, organizar o pensamento de forma estratégica, que irá nos orientar rumo ao futuro próspero.

O planejamento estratégico para todas as áreas é fundamental, porque permite que analisemos o mercado onde iremos atuar, e passamos a desenvolver uma pesquisa de mercado mais ampla, para analisarmos com cautela outras empresas que também já estão no mercado e desenvolvem as mesmas atividades, para compararmos os valores, e assim planejarmos com maior precisão qual estratégia devemos adotar para ser eficaz para o nosso desenvolvimento.

Dessa forma, será preciso traçar as estratégias para atuação no mercado de forma competitiva, buscando os melhores resultados. Devemos planejar, mais acima de tudo também executá-las com bastante perfeição. Isso pode ser baseado através de um modelo estratégico que fará; concepção da nossa empresa, ou seja, nossa missão visão e valores, análise do cenário, elaboração, implantação, avaliação e reavaliação.

Em virtude do exposto, podemos dizer que, teremos como estratégia empresarial alguns passos para que consigamos efetivar sua implantação, bem como o acompanhamento por parte de nosso gestor.

Sendo assim, embasados nos passos apontados pelos autores Bateman e Snell (2012), serão parte de nosso planejamento estratégico, como primeiro procedimento, o estabelecimento da missão, visão e as metas da empresa, definindo e deixando claro o

propósito fundamental da empresa, o qual trata-se da prestação de serviços de criação de identidade visual, design gráfico e publicidade para empresas startups, de forma especializada e personalizada, atendendo de maneira eficiente e eficaz as necessidades de nossos clientes, de modo que, com o tempo, nos tornemos uma empresa referência no ramo, sendo conhecida e reconhecida tanto em território nacional quanto internacional.

Estabelecidas a missão e visão de nossa empresa, passaremos pra o segundo passo o qual compete a análise e ameaças do ambiente externo. Para tanto, analisaremos as forças setoriais, o perfil dos competidores, vantagens que possuem sobre a nossa empresa, grupos de interesse ao qual se destinam nossos serviços, tais como, governo, clientes, fornecedores, competidores, agências reguladoras, entre outros, assim como, fatores macroeconômicos e tecnológicos. Assim, nosso gestor estará a par destas questões de modo que entenda de que maneira estas variáveis influenciam no andamento e geração de resultados da empresa.

Na sequência, realizaremos uma análise interna relacionando os pontos fortes e fracos das principais áreas da empresa, como os recursos humanos, finanças, marketing, entre outras, como forma de proporcionar um inventário das funções, habilidades e recursos existentes na empresa, além de seu nível geral de desempenho. Então, poderemos encontrar nossas competências essenciais, ou seja, uma habilidade única que faremos, no caso nossa prestação de serviços, que será destacada em relação aos nossos competidores.

Tendo em mãos estas análises internas e externas, poderemos realizar uma avaliação dos pontos fortes e fracos de nossa empresa, bem como as oportunidades e ameaças que se deparam neste caminho. Assim, poderemos identificar questões estratégicas primárias e secundárias, para então formular uma estratégia para aproveitar as oportunidades disponíveis, capitalizando os pontos fortes da empresa, neutralizando os pontos fracos e combatendo as ameaças em potencial.

A partir de então, poderemos efetivamente implementar esta estratégia, tendo como base o farto compartilhamento de informação entre a alta administração e todos os níveis da empresa, oferecendo o treinamento e capacitação que se fizerem necessários para tal.

Deste modo, partiremos para o passo final que se encerra no controle estratégico, que compete na avaliação dos avanços da empresa em relação à sua estratégia e a tomar as medidas corretivas em casos de desvios.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

A definição de missão, visão e valores é essencial para o planejamento estratégico de qualquer empresa, sendo ela pequena ou grande pois, isso mostra qual o propósito da empresa e servirá com base nessas definições que surgirá a identidade do empreendimento, as metas e indicadores a serem buscados para o crescimento e desenvolvimento do negócio.

Deste modo, consideradas ferramentas, a missão, visão e valores de uma empresa servem para definir a direção estratégica da empresa: da integração das operações à estratégia da companhia e da motivação da equipe. E faz-se muito útil pois permite que o empreendedor reflita sobre o papel do seu negócio na sociedade e sobre o futuro da empresa.

Neste sentido, os autores Velho e Giacomelli (2017) exprimem os conceitos de missão, visão e valores das seguintes maneiras:

Missão: É a declaração de propósito da empresa, sua razão de ser e existir e o benefício que levará a seu público-alvo, alinhados aos valores ou às expectativas dos stakeholders.

Visão: É o estágio futuro que a organização deseja. Trata-se de uma meta a longo prazo, onde será estabelecido todos os indicadores e planos para que a empresa possa alcançar seu objetivo.

Valores: São os ideais de atitude, comportamento e resultados que devem estar presentes nos colaboradores e nas relações da empresa com seus clientes, fornecedores e parceiros.

Face ao exposto, depreende-se que a missão, a visão e os valores mostram a essência e a razão de existir da empresa. Assim, para que possamos entender um pouco mais acerca destes conceitos, daremos dois exemplos de missão, visão e valores adotados por empresas reconhecidas no mercado, tais como a Natura e a Microsoft.

A Natura, empresa do ramo de cosméticos, conforme descrito em seu site, tem como 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”. (Natura)

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.” (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 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”.*
(Natura)

Já a empresa Microsoft, empresa que desenvolve, fabrica, licencia, apoia e vende softwares de computador, produtos eletrônicos, computadores e serviços pessoais, tem como Missão:

“Permitir às pessoas e empresas, em todo mundo, a concretização de seu potencial.” (Microsoft)

Visão:

“Disponibilizar as pessoas software de excelente qualidade – a qualquer momento, em qualquer local e em qualquer dispositivo”. (Microsoft)

Valores:

*“Integridade e honestidade;
Empenho para com os clientes, parceiros e tecnologia;
Abertura e respeito para com os outros e empenho para contribuir para o seu desenvolvimento;
Capacidade para aceitar grandes desafios e conduzi-los até o final;
Atitude crítica, dedicação para com a qualidade e melhoramento pessoal;
Assumir plena responsabilidade dos compromissos, resultados e da qualidade perante os clientes, acionistas, parceiros e colaboradores.” (Microsoft)*

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Como vimos, a Missão, Visão e Valores de uma empresa são um recurso poderoso tendo em vista que, seu entendimento por parte dos empreendedores, permite que os mesmos consigam planejar negócios diferenciados, atrair colaboradores engajados e ter sucesso em seus trabalhos. Por isso, a partir de nossa administração estratégica, elaboramos e descrevemos o conceito de cada um desses elementos para nossa empresa, UP DESIGN, sendo eles:

Missão: Ser a companhia que melhor entende, cria e projeta as necessidades das startups, de forma personalizada, no que diz respeito a criação de sua identidade visual, publicidade e design gráfico no seu mercado de atuação.

Visão: Ser empresa de referência nacional e internacional, reconhecida por sua excelência em prestação de serviços de identidade visual para empresas, tornando-a número um no ramo, em conjunto com nossos clientes.

Valores: Satisfação do cliente, otimização do trabalho, valorização e respeito às pessoas, criatividade, inovação, sustentabilidade, integridade e segurança na qualidade dos serviços prestados.

4. CONCLUSÃO

O presente projeto buscou realizar a criação de um novo empreendimento o qual fora denominado como UP DESIGN, uma empresa especializada na prestação de serviços de criação de identidade visual, design gráfico e publicidade destinados às empresas startups.

Á vista disso, compreendemos que o empreendedorismo, como o processo de criação de algo novo e diferente no mercado e que, gera riqueza por meio da inovação e do aumento da produtividade, é algo que está se fortalecendo cada vez mais tanto no Brasil quanto no mundo todo, tendo em vista sua grande importância para o desenvolvimento econômico e social, principalmente no que se refere a geração de emprego e renda.

Deste modo, o empreendedor foi entendido como o indivíduo que cria e inicia algo novo, que sai na frente dos outros, que enxerga oportunidades onde ninguém vê e é determinado e não tem medo de correr riscos.

Portanto, em meio a isso percebemos que, para que pudéssemos ter sucesso com nosso empreendimento, deveríamos conhecer o mercado e contar com metodologias inovadoras e que viessem suprir as carências e demandas do mercado, bem como de seus consumidores. E foi o que propomos, uma empresa que focasse no atendimento às empresas startups, as quais se iniciam no mercado a todo o momento e tem crescido exponencialmente na atualidade.

Na sequência, entendemos que todo empreendimento necessita de uma viabilidade financeira para que possa se estabelecer e se sustentar, para tanto precisa buscar as fontes de capital para tal.

Dentre as várias formas do empreendedor ter acesso ao capital ou captar os recursos necessários, pudemos destacar os créditos bancários, ou seja, os financiamentos. Neste caso, optamos pela linha de crédito oferecida pelo BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social), chamada Microcréditos, que visa atender a empreendedores de todos os portes na realização de seus planos de modernização, de expansão e na concretização de novos negócios.

Ainda no que diz respeito aos serviços oferecidos pela nossa empresa, abordamos que nosso diferencial seria a oferta de serviços baseados no tripé de criação de identidade

visual, design gráfico e publicidade às empresas entrantes no mercado e que, por precisarem inserir e estabelecer suas marcas e serviços no mercado, e por terem a opção de o fazer de maneira menos onerosa, ou seja, sem ter que ter uma equipe de profissionais específicos em seu quadro de funcionários, e podendo nos contratar, investiriam na criação de sua identidade visual de modo a atingir seu público alvo e definir sua marca própria, proporcionando respeito e uma personalidade única.

Em relação a administração estratégica, concluímos que a mesma é essencial para uma atuação eficaz de empresas no mercado, posto que, a partir dela a organização conhece o cenário que está inserida, sabendo os fatores que geram oportunidades para seu sucesso, assim como aquilo que gera ameaças à sobrevivência no ambiente externo, além de reconhecer suas fortalezas, competências e também as fraquezas internas. Deste modo, apresentamos como parte de nossa estratégia a estratégia híbrida, que se resume em oferecer os serviços proporcionando benefícios otimizados aos clientes junto com preços baixos e, ao mesmo tempo conseguindo rendimentos suficientes para reinvestimentos, a fim de manter e desenvolver bases de diferenciação, garantindo a competitividade no mercado de atuação. Além de que, apresentamos alguns procedimentos estratégicos que adotaremos para estabelecimento de nosso empreendimento, sendo eles: estabelecimento da missão, visão e valores da empresa; análise das ameaças do ambiente externo; análise interna dos pontos fortes e fracos; avaliação das análises internas e externas; implementação e controle estratégico.

No contexto planejamento estratégico, apreendemos que o mesmo concerne na ferramenta que possibilita às empresas a realizar as suas vocações e atingir os seus objetivos de médio e longo prazos tendo como base a missão, visão e valores organizacionais. Assim, podemos conceituar a missão como a razão de existir de uma empresa, a visão como o almejar da empresa no futuro e, os valores como as práticas e comportamentos adotados pela organização e como ela é vista pela sociedade e seus consumidores. Com base nisso, pudemos, finalmente, estabelecer os conceitos de missão, visão e valores do nosso empreendimento.

Concluímos então, que a criação de um novo empreendimento, assim como a sua implementação e obtenção de seu sucesso no mercado, deve partir do fundamento de questões que envolvam tanto a gestão empreendedora quanto a administração estratégica de empresas.

REFERÊNCIAS

ABSTARTUPS. Tudo Que Você Precisa Saber Sobre Startups. **ABStartups**. 05 de jul. 2017. Disponível em: <<https://abstartups.com.br/o-que-e-uma-startup/>>. Acesso em: 09 de jun. 2019.

BATEMAN, Thomas S.; SNELL, Scott A. **Administração**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

BNDES. BNDES- Microcrédito. **BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento**. Disponível em: <<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/bndes-microcredito>>. Acesso em: 09 de jun. 2019.

BNDES. Quem Somos. **BNDES - Banco Nacional do Desenvolvimento**. Disponível em: <<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/quem-somos/>>. Acesso em: 09 de jun. 2019.

BRITO, Débora. Startups Crescem No Brasil E Consolidam Nova Geração De Empreendedores. **Agência Brasil**. 14 de jul. 2018. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-07/startups-crescem-no-brasil-e-consolidam-nova-geracao-de-empreendedores>>. Acesso em: 09 de jun. 2019.

ESTADÃO CONTEÚDO. Em Meio À Crise, Maiores Startups Do Brasil Atraem Capital e Valem R\$ 89 Bilhões. **Época Negócios**. 03 de mar. 2019. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2019/03/em-meio-crise-maiores-startups-do-brasil-atraem-capital-e-valem-r-89-bilhoes.html>>. Acesso em: 09 de jun. 2019.

FINANCER.COM. Microcrédito. **Financer.com**. 12 de jan. 2019. Disponível em: <<https://financer.com/br/emprestimo/microcredito/>>. Acesso em: 09 de jun. 2019.

HISRICH, Robert D.; PETERS Michael P.; SHEPHERD, A. Dean. **Empreendedorismo**. 9. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.

ISBRASIL. Como Anda o Mercado de Designer Freelancer?. **ISBrasil**. 21 de out. 2017. Disponível em: <<https://www.isbrasil.info/blog/como-anda-o-mercado-de-designer-freelancer.html>>. Acesso em: 09 de jun. 2019.

JOHNSON, Gerry; SCHOLLES Kevan; WHITTINGTON, Richard. **Fundamentos de Estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

MATEUS, Mário. O Que é Gestão Empreendedora e Como Aplicar em seu Negócio. **MATUR Organização Contábil**. 03 de ago. 2018. Disponível em: <<https://www.matur.com.br/noticias/o-que-e-gestao-empreendedora/>>. Acesso em: 06 de jun. 2019.

MICROSOFT. Missão e Visão. **Microsoft**. Disponível em: <https://www.microsoft.com/investor/reports/ar02/shareholder_letter/mission_por.htm>. Acesso em: 05 de jun. 2019.

NATURA. Missão, Visão e Valores. **Natura Cosméticos S.A.** Disponível em: <<https://missaovisaovalores.wordpress.com/tag/natura/>>. Acesso em: 06 de jun. 2016.

NATURA. Nossa Missão é Promover o Bem Estar Bem. NATURA. Disponível em: <<https://sites.natura.com.br/a-natura>>. Acesso em 06 de jun. 2019.

REDAÇÃO DOUTÍSSIMA. Conheça Os Prós e Contras de Trabalhar Como Freelancer. **Fortíssima**. 22 de jul. 2013. Disponível em: <<https://fortissima.com.br/2013/07/22/voce-tem-mesmo-o-perfil-para-ser-freelancer-10313/>>. Acesso em: 09 de jun. 2019.

SATURNO, Ares. Retrospectiva 2018 | As 10 startups brasileiras que mais se destacaram no ano. **Canaltech**. 28 de dez. 2018. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/startup/retrospectiva-2018-as-10-startups-brasileiras-que-mais-se-destacaram-no-ano-129875/>>. Acesso em: 09 de jun. 2019.

SEBRAE NACIONAL. Entenda o que é administração estratégica. 23 de nov. 2016. **SEBRAE**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-administracao-estrategica,44af6d461ed47510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 09 de jun. 2019.

TENHA RENDA – O CONTADOR DP MEI. MEI- Como Conseguir Empréstimo No BNDES | Juros Baixos E Prazo Longo. **Youtube**. 05 de nov. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2N6glA1MqLw>>. Acesso em: 09 de jun. 2019.

TIRio TV. BNDES Lança Linha de Crédito para Micro e Pequenas Empresas. 23 de mar. 2019. **Youtube**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=u9oC78WU60g>>. Acesso em: 09 de jun. 2019.

VELHO, Adriana Galli; GIACOMELLI, Giancarlo. **Empreendedorismo**. 3. ed. Porto Alegre: Sagah, 2017.