



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
LILLIE COSMÉTICOS

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
LILLIE COSMÉTICOS

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA – PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA – PROF. DANILO MORAIS
DOVAL

Estudantes:

Naiara Piovesan Candido - RA 1012019100433

Aline Fernanda Pereira Dias - RA 18000953

Diego Otávio Bortoluci - RA 1012019100154

Joice de Souza Lima Campos - RA 1012018200449

Yasmin O Lopes - RA 18001295

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2019

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA.....	5
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR.....	6
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	6
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO.....	8
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA.....	8
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	9
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	14
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO.....	15
4. CONCLUSÃO.....	16
REFERÊNCIAS	18
ANEXOS.....	19

1. INTRODUÇÃO

O projeto se baseia na construção de um novo empreendimento no mercado, com o objetivo de gerar lucros para seus fundadores, através de estudos e pesquisas de sua aceitação pelo consumidor, também realizar alterações em seus produtos caso haja alguma problemática demonstrada pela análise.

Através do conhecimento reflexivo poderemos criar uma companhia estabilizada onde a principal preocupação será o consumo consciente e o desenvolvimento sustentável, formando conjuntos de ideias, estratégias e atitudes para que não se prejudique o planeta em sua trajetória.

O grande foco será na administração estratégica onde através do planejamento os gestores poderão pensar a longo prazo sobre o crescimento na organização utilizando de ferramentas como PDCA e a análise de SWOT, trabalhando também a cultura da empresa para que haja a melhora da mão de obra profissional e automaticamente a qualidade de vida no trabalho.

A maior dificuldade em empreender pode estar na forma de agir e pensar do gestor por isso é necessário adquirir e fortalecer comportamento de liderança e focar no desenvolvimento da empresa e da equipe, estar aberto a novas ideias e buscar mão de obra eficiente e de qualidade, estabelecer metas, estar sempre bem informado e acima e tudo analisar os riscos.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa terá o nome de Lillie e estará inserida no setor de cosméticos, os produtos oferecidos serão perfumes, hidratantes, tratamento para os cabelos, e também maquiagens.

O público destinado serão as mulheres e crianças, teremos uma linha de produtos para crianças, adolescentes e adultos. Também serão desenvolvidos os tratamentos antissinais, analisando e produzindo sempre o melhor para cada tipo de pele.

Quanto às maquiagens será preparada a linha de cuidados faciais como hidratantes, águas termais e removedores. A coleção dos cosméticos se chamará Makelovers e terá sombra, rímel, pó compacto, base, corretivo, paleta de contorno, paleta de sombra para sobrancelha, lápis de olho, lápis de contorno para a boca, batom e para finalizar a coleção de pincéis. Seu principal produto será o batom matte que contará com 10 tons de cores de alta cobertura e longa duração.

Os possíveis concorrentes serão as e pequenas empresas do ramo localizados na região, as revendedoras por catálogos das grandes marcas do Brasil e os sites de revenda on-line, mais por se tratar de produtos de beleza e estética se espera um bom retorno no mercado.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

Atualmente o mundo dos negócios está cada vez mais competitivo e sofre mudanças constantemente. Para enfrentar estas mudanças e manter-se competitivo no mercado as empresas utilizam cada vez mais o empreendedorismo como estratégia de negócios que visa à exploração de oportunidades e a satisfação das necessidades dos clientes de uma forma criativa e inovadora, assumindo riscos de forma calculada.

O novo empreendimento Lillie pensando em crescer e ganhar espaço nesse mercado tão competitivo adotara a gestão empreendedora como um meio de se destacar e conquistar novos clientes, através de cosméticos inovadores que tragam diferenciais.

Pensando nisso a empresa investiu em usar a tecnologia e a inovação para criar a linha antessintais destinadas a mulheres com trinta anos ou mais, visto que diante as análises de mercado realizado pelo empreendedor foi constatada necessidade e grande busca por esses produtos atualmente.

Para que toda a ideia de desenvolvimento de produtos novos e únicos seja realizada, a empresa contará com um líder que apresenta perfil empreendedor que coordenara as atitudes e decisões da empresa pensando em todas as estratégias, riscos e oportunidades que podem surgir ao decorrer do crescimento da empresa.

O empreendedor também terá a missão de analisar e definir qual fonte de capital apresenta melhores condições para a empresa, assim como elaboração de plano financeiro, marketing, orçamentos e também plano organizacional, visando sempre o desenvolvimento e crescimento do novo empreendimento.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Na Empresa Lillie Cosméticos, o Empreendedor enfrenta o mercado e uni forças com todas as pessoas que trabalham na empresa, a capacidade de liderança é um fator primordial, pois aumenta significativamente as chances de a equipe produzir resultados de sucesso.

A empresa Lillie Cosméticos possui profissionais com muito comprometimento, dedicação, perseverança, organização, autoconfiança, e novas ideias.

Os desafios vão além do desenvolvimento de novos produtos e incluem inovações em serviços e novos negócios.

Com esse entendimento, realizamos o desenvolvimento de um sistema de produção sustentável do dendê, a articulação de pesquisadores para levar as inovações para o cotidiano das comunidades locais da Amazônia e até construímos uma biblioteca virtual de gestos, baseada em terapias corporais para inspirar as pessoas a resgatarem e valorizarem as relações humanas. A inovação é multidisciplinar.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

A Lillie abriu seu capital na Bovespa em maio de 2004, tem suas ações listadas no Novo Mercado, o mais alto nível de governança corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo, no dia da estreia da empresa na Bovespa, a Lillie conseguiu arrecadar R\$ 160 milhões.

Em 2014, a empresa trabalha com o modelo da venda direta. É por meio das consultoras e consultores Lillie que os produtos chegam às mãos dos clientes. Lillie é uma empresa Brasileira que atua no setor de cosméticos, Fundada em 2000 por Alberto Venâncio Dias hoje está apresentando o Brasil além de outros 10 países indiretamente.

O número de funcionários, chamados na empresa de "colaboradores", atingiu 3.000 em 2013 e o de consultoras estimado em 1,5 milhão. Após abrir uma loja e uma pequena fábrica no bairro da Vila Mariana em Mococa, Lillie foi a única empresa brasileira entre as cinquenta marcas de cosméticos mais valiosas do mundo, listadas pelo *site Brand Finance*.

A empresa ficou na 10ª posição, avaliada em US\$ 1000 bilhões. A empresa Lillie é utilizada como referência para a realização de um estudo de caso onde se busca apresentar a estrutura de capital pela qual esta é composta e analisar qual a influência desta em seu custo de capital. Ainda, aplica-se um modelo para definição do custo de capital próprio presente na empresa no período, identificam-se possíveis fontes de financiamentos de terceiros e suas características, e elaboram-se cenários alternativos à atual composição de capital.

Para tanto, é realizado um estudo qualitativo descritivo que é viabilizado por pesquisa documental, entrevistas semiestruturadas e pela observação. Os resultados encontrados demonstram que a empresa utiliza, atualmente, apenas capital próprio em sua estrutura de capital, sendo que o custo para o mesmo ficou definido em 21,05% ao ano. As fontes de capital de terceiro identificados como viáveis, sendo que suas taxas se apresentam em cerca de 15% ao ano.

Ainda, os cenários prospectados, indicam que, alterando-se a estrutura de capital da empresa e alavancando-a financeiramente, pode-se chegar a obter um significativo incremento na taxa de retorno do capital dos proprietários no caso de incremento do lucro operacional. A questão de se determinar o custo do capital inerente ao investimento das empresas é fundamental para demonstrar aos detentores do capital o

quanto arriscado investir em uma empresa pode ser, em contrapartida ao retorno que se pode obter.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Apresento a empresa Lillie Cosméticos uma proposta de um novo empreendimento visando o auto consumo dos produtos similares ao nosso nas regiões Norte e Nordeste, pensando na divulgação dos nossos produtos futuramente em todo território Nacional. Visando de início um custo benéfico levando até as regiões nossos próprios representantes e propagandistas na divulgação dos produtos. Vamos analisar o crescimento das vendas e aceitação da marca Lillie Cosméticos em um período de 12 meses.

Passado esse período poderemos analisar uma nova filial na região para diminuir os custos da produção e dos transportes, assim tendo uma entrega mais rápida a nossos consumidores. Pensando na possibilidade de uma loja física com a nossa marca ou até mesmo franquias para maior divulgação.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Pensando como estratégica, próprios representantes e divulgação da marca através de rádio, tv, panfletos e mostruários. Para uma boa aceitação queremos nossos produtos com preços e qualidades para todas as classes sociais e todas as idades desde crianças a idosos. Visando sempre o crescimento da venda precisamos ter parcerias com transportadoras confiáveis para a rápida reposição dos produtos para que cheguem com qualidade e rapidez ao consumidor final.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A empresa LILLIE COSMÉTICOS atuará no mercado com produtos voltados para higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. Os produtos que serão comercializados, já são produzidos por indústrias conceituadas no mercado nacional e algumas reconhecidas internacionalmente. O mercado consumidor desses produtos cresce assustadoramente, em virtude da preocupação das pessoas de se apresentarem bem. Procuramos nos diferenciar zelando pelo bom atendimento, cortesias e serviços de orientação dermatológica e auxílio sobre maquiagens. Além do papel social que as empresas devem exercer, esperamos razoável retorno financeiro, uma das razões de iniciamos o empreendimento.

O objetivo da apresentação desse plano de estratégia é exaltar a oportunidade de ingressar num mercado altamente comprador. O mercado de cosméticos e produtos voltados para a beleza humana. A indústria da beleza passou por uma grande evolução nos últimos anos, acompanhando a onda naturalista- ecológica, que reforça os conceitos de saúde e vitalidade associando-os à aparência física. A partir daí, a oferta e o consumo aumentaram, crescendo também o número de pontos vendas de cosméticos.

Não baseados na “onda”, mas no grande potencial desse mercado, revolvemos empreender um negócio nessa área. Pretendemos atingir um mercado um tanto seletivo, composto por pessoas que podem e estão dispostas a pagar por produtos de boa qualidade e atraentes. A empresa será estruturada, de acordo com as aptidões, habilidades e competência de cada integrante do grupo de empreendedores. Sempre tendo em mente que, o sucesso de todo e qualquer empreendimento depende, em muito, do esforço, garra, determinação na condução do negócio.

O volume de renda dos brasileiros vem crescendo o mercado consumidor de produtos de higiene e beleza, que é um dos mais promissores do país. Alguns anos atrás, o consumo destes produtos era considerado luxuoso, e portanto despertava o interesse de uma pequena quantidade de pessoas, atualmente as pessoas, independentes de classe social, estão conscientes que o uso de cosméticos nada tem a ver com luxo, mas sim com saúde, e esta consciência que deve ser explorada, ou seja devemos despertar essa consciência a fim de atingirmos a nossa meta, Através de pesquisas já realizadas indica que 45% do público-alvo tem hábitos de fazer compras de cosméticos com uma frequência bem razoável, essa prioridade é de duas vezes por mês. E 75% consideram que o bairro precisa de um estabelecimento desse tipo. Baseado em pesquisa de intenção de compra, calculamos uma média de aproximadamente R\$ 47.663,51 (quarenta e sete mil e seis centos e sessenta e três reais e cinquenta e um centavos) nos primeiros seis meses.

A lucratividade aplicada é de ordem de 50%. A intenção é realizar a maioria das vendas à vista, embora o cliente tenha outras opções de pagamentos tais como cheques e cartões. As mudanças que formam o macro ambiente são mais lentas, porém mais perenes, exigindo da empresa aguçada observações das tendências e rápida capacidade e competência para a adaptação. Culturalmente as mulheres são as mais interessadas em produtos de beleza e higiene, mas os homens estão cada vez mais preocupados com sua aparência. Em cima dessas mudanças a empresa LILLIE COSMÉTICOS estará buscando esse público e dar a eles um atendimento especial para que os homens se sintam à vontade na hora de comprar os produtos.

Os produtos que iremos comercializar, já são industrializados e, porém obedecem às normas estabelecidas pelos órgãos governamentais, como Ministério da saúde e secretaria de vigilância sanitária. A LILLIE COSMÉTICOS irá seguir todas as normas e exigências, estabelecidas pelo governo a todas as empresas e também cumprirá normas previstas para este seguimento de mercado.

De acordo com as orientações de um contador, a melhor forma de abrir nossa empresa é por cotas de responsabilidade Ltda., por se tratar de vários sócios, facilitando assim qualquer alteração contratual, tanto na saída de um sócio, quanto na entrada de um novo sócio. Facilitando também outras alterações que se façam necessárias ao funcionamento da empresa, perante bancos e instituições de créditos. A sociedade Ltda. é aberta legalmente através de homologação de seu contrato social junto ao órgão competente, ou seja, Junta Comercial do Estado.

A estrutura funcional obedece a critérios que foram criados de acordo com os conhecimentos do grupo. Estruturou-se em um sistema baseado nos recursos financeiros e humanos.

A estrutura organizacional não é estática e tem mobilidade, ou seja, poderá ser alterada a qualquer momento de acordo com as necessidades que a empresa exigir. A empresa pretende transmitir a ideia de uma organização moderna e de alta confiabilidade, tentando convencer o cliente que ele é único, pois terá tratamento diferenciado e exclusivo. O serviço contará com pessoas qualificadas para que o atendimento cumpra o desejado, passando confiança e segurança ao cliente. As funções diárias deverão ser preestabelecidas pela administração, cuidando para que imprevistos sejam impedidos como, por exemplo, atraso no fornecimento de qualquer produto.

A venda dos produtos será feita através da escolha feita pelo próprio cliente, a qualidade do atendimento ficará a cargo de praticamente de toda equipe, pois todos serão responsáveis pela imagem que se pretende transmitir aos clientes. O treinamento da equipe será feito através de reuniões semanais ou diárias, se for o caso, ou ainda quando surgir necessidade de

reciclagem ou aperfeiçoamento tanto no tratamento direto com os clientes, como o pessoal administrativo. Estaremos comercializando produtos de higiene e beleza, que os consumidores conhecem, confia e aprova sua ação no uso.

São produtos de alta qualidade que atendem e satisfazem as necessidades dos consumidores. Buscaremos no mercado produtos inovadores, que estaremos mostrando e repassando para nossos clientes. Comercializaremos produtos de alta qualidade, conhecidos e recomendados por usuários e profissionais da área, produzidos por empresas sérias, comprometidas com a beleza e bem-estar dos consumidores. Os produtos colocados à disposição dos clientes são para uso capilar, facial e corporal, além de colônias e perfumes. Nossos concorrentes são os supermercados, farmácias, lojas de cosméticos da mesma região e revista especializadas como: Avon, Natura e Abelha Rainha.

Escolhemos nos instalar em um centro comercial, pelo fato de estes centros estarem em constate crescimento e proporcionando um grande fluxo de pessoas. Contamos com uma equipe bem treinada e equipamentos tecnológicos de última geração como computadores, impressoras etc. Para melhor controle de nossa clientela. A empresa LILLIE Cosméticos terá como público alvo: pessoas físicas das classes A B, C, e D. A empresa atuará na cidade de Mococa e num raio de 50 km.

É uma oportunidade de conquistar essa clientela que está em busca de boa aparência física. O crescimento desse público, tanto feminino como masculino em todas as faixas etárias é a vantagem que queremos aproveitar, pessoas que buscam manter a boa aparência e estejam preocupados com a estética corporal, clientes que procuram melhorar a sua imagem e elevar a autoestima. Buscando comprar produtos de boa qualidade e confiável. A empresa LILLIE COSMETICOS trabalhamos com alguns objetivos e metas:

Objetivos:

- 1 – Ser referência em vendas de cosméticos de Mococa e região;
- 2 – Fornecer o melhor atendimento;
- 3 – Garantir a máxima satisfação dos clientes;
- 4 – Ter uma política de divulgação bem delineada.

Metas:

- 1 – Conquistar 70% do público alvo da região como clientes ao final do ano corrente;
- 2 – Aumentar o faturamento da empresa em 40% após o segundo semestre de operação;
- 3 – Conseguir fazer com que os consumidores alvos se conscientizem da importância que tem de adquirir produtos cosméticos de alguém especializado no ramo;
- 4 – Expandir a empresa para outras cidades através do sistema de franquias.

A princípio nossa empresa pretende se lançar no mercado, para que seus consumidores possam conhecer - lá melhor, a fim de se saber qual a real aceitação do público. A apresentação da loja também faz o marketing da empresa. A fachada deve ser atraente e convidativa, a fim de que o cliente possa entrar por livre espontânea vontade. Dentro da loja deve se sentir confortável, seguro e estimulado a comprar. Aproveitar o máximo possível os espaços disponíveis para informar o que a empresa oferece, tomando cuidado com a poluição visual.

Os preços serão competitivos, de acordo com pesquisa de mercado e alinhado com as concorrências. Na verdade, é o preço estabelecido pela pauta do fisco estadual, que poderá sofrer algumas variações para menos, a fim de que possamos definir os níveis e condições praticadas.

O nível de preço será por produto. Os pagamentos poderão ser parcelados e ser efetuados através de cheques ou cartão. Para uma boa operação dentro da organização e necessário a contratação de mão-de-obra qualificada para melhor atender as expectativas do gerente como também do público consumidor, no mercado de hoje a qualificação está escassa.

Através da qualificação continua sempre atualizando os nossos colaboradores de acordo com as exigências do mercado, para poder atingir da melhor forma a fidelização de futuros consumidores de nosso produto. É importante lembrar sempre que colaboradores mal incentivados não geram bons lucros quanto maior a preocupação com o bem-estar do funcionário maior serão os possíveis retornos a empresa. Sempre

objetiva e de fácil compreensão de maneira de estar sempre incentivando cada vez mais a motivação dos colaboradores.

Uma comunicação direta é mais rentável devido o contato direto entre colaborador/gerente tornando-se assim uma ligação de confiança que promove maiores oportunidades de crescimento tanto do colaborador dentro da empresa, como da própria empresa no mercado competitivo. No próprio treinamento do colaborador é feita uma previa avaliação para notar a capacidade de execução de determinada atividade dentro da empresa, isso ocorre constantemente numa avaliação diária de acompanhamento feita pelo gerente.

Um colaborador que se dedica na realização de sua atividade e a realiza com sucesso merece reconhecimento, pois este age também como forma de incentivo para continuação da boa execução de sua atividade dentro da organização. Uma motivação dentro da empresa requer recompensas que incentive os demais colaboradores a alcançar suas metas e assim também a recebê-las.

Focando sempre no bem-estar do colaborador, pois através desse os retornos serão imprescindíveis. Quanto maior e o retorno da empresa maior será as chances de realizar confraternizações entre os funcionários, oferecendo também porcentagem em cima do que será vendido como forma de entusiasmar o colaborador a se esforçar sempre mais para obter retornos juntamente com a empresa.

Para a realização do planejamento estratégico nossa empresa precisa estar disposta de muita atenção para o ambiente onde a mesma esta atuando, analisando quais são suas oportunidades, ameaças, forças e fraquezas. E desta forma auxiliando os sócios para que gerenciem sua empresa com melhor desempenho e competitividade.

Utilizaremos a matriz swot que é uma ferramenta, que nos auxilia os pontos fortes e fracos com relações aos nossos concorrentes e também acompanhar e avaliar as oportunidades e ameaças que o ambiente externo nos oferece. Para kotler (1998), a empresa enquanto implementa sua estratégia, necessita verificar se os resultados estão sendo alcançados e analisar os novos acontecimentos nos ambientes externo e interno.

Esses ambientes podem manter-se estáveis por um período maior ou podem estar se desenvolvendo lentamente de forma mais previsível, ou ainda pode mudar com rapidez e de forma muito imprevisível. O autor ainda salienta que as empresas quando

passam a não mais responder as mudanças do ambiente onde ela está inserida, torna mais difícil sua recuperação naquelas posições perdidas.

E o fator para o sucesso da organização esta na administração, pois quando a empresa não está suportando mudanças do ambiente é preciso fazer modificações e adotar novas metas e procedimentos para reerguer a empresa. Por esses motivos apresentados, concluímos que é de maior importância que nossa organização esteja seguindo todas as normas estabelecidas desde o inicio do nosso planejamento estratégico e se nos depararmos com problemas e falhas que saibamos corrigi-los evitando assim transtornos futuros.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Criar uma empresa vai além de adquirir um prédio e simplesmente vender, é definir objetivos através de planejamento e também criar uma identidade para a organização. Missão Visão e Valores são diretrizes adotadas e estabelecidas no inicio da criação da empresa, que busca orientação para aplicar o planejamento estratégico e também transmitir a todos os colaboradores o que a empresa é, oque valoriza e para onde está indo.

O conceito Missão pode ser definido como a razão pela qual a empresa existe e oque ela ira oferecer, não só para seus clientes como também para seus colaboradores. Deve ser vivida diariamente e passada para todas as pessoas envolvidas no empreendimento de forma clara para que todos possam trabalhar visando um mesmo objetivo.

A Visão de uma empresa mostra aonde ela quer estar no futuro assim como suas metas para determinado período, deve ser demonstrada de maneira clara e realista atuando também como incentivo ao crescimento.

Já os Valores são crenças valores e culturas que devem ser passados a todos os colaboradores da empresa, para que possam ser vistos como guias influenciando nas decisões e atitudes que devem ser tomadas em todos os aspectos. Definir essas diretrizes e transmitir elas para as pessoas envolvidas trazem vários benefícios para o novo

empreendimento como, determinar a direção da empresa, focar no futuro e determinar as tomadas de decisões.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

A missão será criar a melhor empresa que irá completar a beleza que existe em cada pessoa, comercializando produtos inovadores e de alta qualidade, buscando o crescimento através de relações éticas e profissionais com todos os públicos envolvidos.

A visão é sermos reconhecidos como uma marca de prestígio e líder no mercado nacional de cosméticos, apresentando o que há de mais moderno no desenvolvimento dos produtos. Nossos valores são a transparência, ética, responsabilidade e principalmente o respeito, com foco no atendimento ao cliente utilizando de todos os princípios citados.

4. CONCLUSÃO

Podemos concluir que mediante as constantes mudanças que ocorrem no ambiente organizacional, as empresas precisam estar preparadas para enfrentá-las e conseqüentemente melhorar sua posição competitiva no mercado, sendo assim, surge a necessidade de realizar um planejamento estratégico.

É através do planejamento estratégico que é possível analisar o ambiente interno e externo da empresa no seu ramo de atuação, conhecendo seus pontos fortes e fracos, as oportunidades e ameaças. A partir dessa análise é possível traçar os seus objetivos, selecionar as ações a serem seguidas e alocar os recursos necessários para que seja possível alcançar os objetivos desejados pela empresa.

O planejamento estratégico é de fato um processo contínuo a ser vivenciado pelas empresas nos dias de hoje, pois é preciso ser flexível as possíveis mudanças que ocorrem a todo o momento no ambiente organizacional.

Quanto mais complexo e dinâmico o ambiente estudado, maior é a qualidade de informações necessárias para a tomada de decisão. A execução da estratégia devem fazer parte do processo de planejamento estratégico, fornecendo informações importantes para as decisões tomadas pela empresa.

Os resultados de missão, visão, valores e os estabelecimentos de objetivos e estratégias, mais do que uma formalidade, devem ser significativos para a empresa, já que a mesma não possuía isso por escrito. Cabe a empresa priorizar o grau de importância de cada um dos objetivos propostos, avaliarem as condições que o mercado se encontra e colocar em práticas aqueles que o no momento trarão mais retorno positivo para a empresa.

REFERÊNCIAS

<https://blog.luz.vc/como-fazer/planejamento-estrategico/>

<https://blog.contaazul.com/analise-swot-para-pequenas-empresas-o-que-muda-e-como-fazer>

<http://www.universofeminino.info/maquiagem/as-cores-de-batom-para-cada-tom-de-pele>

ANEXOS

