



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

**PROJETO INTEGRADO**  
**BRAINSTORMING EMPRESARIAL**  
**NATURAL BABY LTDA**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**ADMINISTRAÇÃO**

**CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**PROJETO INTEGRADO**

**BRAINSTORMING EMPRESARIAL**

**NATURAL BABY LTDA**

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO  
PANCINE

Estudantes:

Aline da Silva de Moraes, RA 1012021100214

Cristiano José Ferreira, RA 1012021100114

Fabiano Canelhas Fernandes, RA 1012019200292

Giovanna Ferrari, RA 1012021100305

Natália Lemos Leonardo, RA 1012021100232

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>4</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>5</b>
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	5
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	7
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	8
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	9
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	11
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	13
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	15
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	20
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>22</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>23</b>

# 1. INTRODUÇÃO

Empreender no Brasil tem índices consistentes, o que demonstra a importância do setor na economia do país. Iniciar um negócio próprio é a vontade de muitos brasileiros, segundo dados do Sebrae, em 2016, foi a opção de 26 milhões de pessoas. O empreendedorismo vem se tornando o investimento futuro de muitas pessoas que tem uma visão de criar e gerar oportunidades no mercado, gerando empregos e contribuindo para o aumento da riqueza para a sociedade.

O novo empreendimento é a criação de uma empresa que, através de uma pesquisa de mercado, constatou a deficiência de um produto que suprisse a necessidade do público alvo. No projeto, será revelado a razão social, o mercado de atuação, o capital social da empresa, ou seja, o valor investido, quais os produtos serão fabricados, sua localização física, suas plataformas digitais, será exposto também, o porque os produtos serão confeccionados de forma artesanal e natural.

Discorreremos sobre gestão empreendedora, qual será o perfil empreendedor do presente projeto, também será exposto, qual será a fonte de capital da empresa de criação e a proposta do empreendimento, será abordado sobre administração estratégica, estratégia empresarial, os conceitos de missão, visão, e valores, e por fim, a elaboração da missão, visão e valores do empreendimento elaborado no presente projeto.

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

Natural Baby, é o nome da empresa que será criada, onde seu principal foco é a fabricação de sabonetes artesanais, com matérias-primas totalmente naturais e hipoalergênicos voltado para a linha de sabonetes infantil. A produção dos sabonetes será feita nas formas de barra e líquida, onde será abordado no presente projeto. A empresa Natural Baby, entende as dificuldades das mães para com seus bebês e visa proporcionar aos seus clientes uma experiência totalmente inovadora e refrescante com 100% de ervas. As ervas são excelentes para o corpo, pois, possuem funções antissépticas e anti-inflamatórias, limpam a pele sem retirar a hidratação natural dela.

Lançaremos no mercado uma microempresa com a razão social: Natural Baby Ltda, com capital próprio, o ponto empresarial estará localizado na Rua Assis Figueiredo, nº 2000, no centro da Cidade de Poços de Caldas, Minas Gerais, sendo uma ótima localização, pois o fluxo diário de pessoas é muito grande e por ser uma cidade turística, a empresa poderá ofertar uma extensa gama de presentes. Teremos plataformas digitais para vendas online para alcançarmos o maior número do público alvo.

A empresa estará inserida no mercado de produtos de higiene pessoal, onde hoje este mercado de cosméticos está bastante promissor, o mercado de cosméticos brasileiro já é considerado o terceiro maior do mundo em relação ao consumo. Devido a crise do Covid-19 que já se estende por dois anos, afetou vários setores da economia, ao contrário o setor de cosméticos que está em ascensão.

### **3. PROJETO INTEGRADO**

#### **3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA**

A gestão empreendedora preza um modelo de implementação por quem deseja incentivar a criatividade e inovação em uma empresa. Tais características são muito almeçadas porque, cada vez mais, as companhias percebem a necessidade de se reinventar. A capacidade de se adaptar, ter flexibilidade e resiliência, às mudanças de cenários, são importantes para os negócios de todas as áreas. E a liberdade dada à mostra para a inovação fomentada pela difusão da iniciativa empreendedora em colaboradores de todos os níveis hierárquicos ajuda e inspira a grandes conquistas.

A Natural Baby entende que para a criação de algo novo exige muita dedicação, iniciativa e liberdade de criar, portanto, toda ideia é vista com muito glamour. O objetivo da empresa é trazer conforto, alívio e refrescância para os nossos clientes através dos produtos fabricados artesanalmente e com matéria-prima 100% natural.

Na Natural Baby existe um canal direto para com nossos clientes, para que possam falar diretamente das necessidades para que se crie sabonetes hipoalergênicos, anti-inflamatórios, e qualquer outra alergia e similares. Sendo assim, proporcionamos um produto diferenciado de qualidade e um serviço exclusivo aos nossos clientes.

Gestão empreendedora é a aplicação da mentalidade empreendedora nos processos do dia a dia de uma empresa já estabelecida. Essa abordagem também pode ser chamada de intraempreendedorismo, ou seja, o empreendedorismo aplicado dentro de sua empresa, ou onde desenvolve suas atividades empresariais. Ter uma boa gestão no Empreendedorismo é a certeza da capacidade e disposição para conceber, desenvolver e gerenciar um negócio a fim de obter lucro. Apesar de o termo também estar ligado com a administração, é mais usado para se referir à sua criação; não é errado, portanto, dizer que um empreendedor pode ou não ser um administrador, e um administrador pode ou não ser um empreendedor. A entrega no negócio o foco principal do empreendedor é desenvolver novas soluções, que depois podem ser vendidas,

administradas por outras pessoas ou por ele próprio. Já o administrador pode ser um investidor que adquiriu uma empresa, um profissional contratado para administrá-la ou o próprio empreendedor, Tanto faz, desde que ele se dedique à gestão do negócio em seu dia a dia, Isso não quer dizer que, com o modelo de gestão empreendedora, os funcionários da organização serão estimulados a criar suas próprias empresas.

***Na realidade, eles encontrarão um ambiente que os incentiva a pensar como empreendedores.***

O que significa que ideias de novos produtos, serviços, processos e modelos de negócio são muito bem-vindas, partindo de quem quer que seja. Quem gosta de aprender, criar e encarar novos desafios costuma enxergar nelas os ambientes de trabalho perfeitos, pois há muito estímulo para o desenvolvimento. Para que uma gestão empreendedora seja reconhecida assim, porém, ela precisa que sua cultura organizacional reflète esses valores. Não adianta apenas tentar se vender como um empreendedor que estimula a inovação e o intraempreendedorismo se, na prática, os colaboradores não se sentem seguros para apresentar novas ideias. Outra característica da gestão empreendedora é a presença de equipes multidisciplinares, em que pessoas com diferentes formações e especializações trabalham juntas e trocam informações constantemente. Além disso, há poucas barreiras para a comunicação entre profissionais de qualquer que seja a equipe, em oposição à gestão tradicional, com departamentos autônomos e distantes, um modelo propício ao surgimento de novas ideias, e dar vidas a cada detalhe. Essa proximidade também é vista entre profissionais de diferentes níveis hierárquicos, uma situação que permite ao colaborador se sentir mais à vontade para sugerir novas ideias aos seus superiores. Uma característica comum encontrada em grandes e pequenas empresas que têm a gestão empreendedora adota o intraempreendedorismo é a gestão horizontal, em que os colaboradores não têm apenas liberdade, mas também autonomia. Feedbacks constantes, dinamismo, disposição para correr riscos, liberdade para testar novas soluções e uso de metodologias ágeis são outras características comuns em empresas que adotam a gestão empreendedora.

A empresa que tem a gestão empreendedora agrega muito valor no seu negócio, também estimula vontade e criatividade para sua empresa e estará sempre na frente e

inovando, assim deixando sempre seu público alvo satisfeito com os resultados que a Natural Baby oferece em seus sabonetes artesanais.

### **3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR**

Segundo Dornelas (2008) “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, e antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”.

Segundo Chiavenato (2004) “o empreendedor é a pessoa que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”.

Para um empreendimento ter sucesso, o ponto crucial de todo negócio são as pessoas por trás dele, sendo a figura principal o empresário, peça essencial para o êxito de seu empreendimento. Aperfeiçoar as habilidades pessoais e de gestão é fundamental para ser um empreendedor de sucesso e para o bom funcionamento de sua empresa. Estudar o seu produto para atender e saber esclarecer todas as dúvidas e necessidades de seus clientes é primordial.

Na empresa Natural Baby é composto por cinco sócios e um dos sócios é um conceituado biólogo que trabalha diretamente na composição de matérias-primas (ervas), para que possam ser usadas na fabricação dos sabonetes artesanais, responsável por todos os laudos técnicos exigidos pela anvisa e obrigações sanitárias exigidas das empresas de cosméticos.

O Empreendedor tem total conhecimento do seu empreendimento, conhece cada detalhe e olha com amor para o que faz. A iniciativa é uma competência praticamente auto explicativa e que significa agir com antecipação, correr riscos calculados, identificar oportunidades e pensar sobre como expandir os negócios é estar sempre disposto a dar o primeiro passo na execução de algo, bem como propor novas ideias. Somente através da iniciativa que se consegue trazer as soluções mais efetivas e inovadoras que vão impactar no seu desempenho, estar atento às oportunidades e novidades do mercado, ser ávido por aprender também vai ser útil, uma vez que o conhecimento trará ferramentas importantes para ter a iniciativa certa. Todo empreendedor precisa ter o chamado “senso de oportunidade”. Empreender é mudar o

mundo, por isso, precisa ter segurança em relação ao seu propósito, confiar na sua capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio, mantendo sua postura e seu ponto de vista diante das oposições, e, principalmente, ter confiança na sua própria capacidade realizadora. Ter segurança sobre o seu propósito também é fundamental. Para isso, o que vale é a confiança na capacidade de enfrentar desafios, sabendo se impor e tendo opinião própria. O conhecimento traz o poder, a informação também pode e deve ser usada por empreendedores que desejam alcançar sucesso. Uma boa ideia é buscar inspiração em empresas e pessoas bem-sucedidas na mesma área de atuação. As redes sociais são uma grande ferramenta para facilitar nas pesquisas, não pode deixar de estudar seu empreendimento.

### **3.1.2 FONTES DE CAPITAL**

A empresa Natural Baby Ltda, possui cinco sócios, e o valor disponibilizado pelos sócios acionistas com capital próprio para o início das atividades é de R\$ 100.000,00 reais, dividindo em cem mil quotas, cada sócio terá 20.000 quotas, 20% do valor total. Foi acordado que cada sócio irá receber 2% de juros por mês do valor investido individualmente, o tempo estimado projetado para o retorno do investimento será de 60 meses.

O valor disponibilizado pelos sócios será usado para a locação do primeiro mês do estabelecimento, compra de equipamentos, matéria-prima, contratação de colaboradores, divulgação, marketing, tecnologia como plataformas digitais disponibilizando para o todo, um ambiente que possa trabalhar, entreter, comprar, vender, estreitar laços comerciais, sociais e profissionais.

A escolha pelo capital próprio é que o empreendimento poderá resultar em um caixa com mais ativo livre para a própria empresa, sendo que não haverá dívidas a serem pagas. Com isso, conseguiremos avaliar melhor como a empresa está progredindo, e assim, estaremos correndo menores riscos de crise e que venha a falir.

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

A Empresa Natural Baby foi constituída partindo da ideia de duas das sócias que observaram a dificuldade em encontrar produtos naturais e hipoalergênicos para seus bebês, se juntaram então aos outros sócios que abraçaram essa ideia. O grupo conta com 5 sócios onde cada um é responsável por um setor do empreendimento, produção, vendas, logística e administração.

Percebeu-se grande escassez no setor de produtos naturais que fossem hipoalergênicos e atendessem ao público infantil. Portanto, definiu-se que a linha de sabonetes infantil hipoalergênico natural seria o carro chefe da empresa, mas não o único produto, pois a empresa também pensou e desenvolveu produtos de diversas linhas que atendessem ao público em geral.

A empresa é sediada em Poços de Caldas onde também produz, armazena e vende seus produtos, além da loja física, também conta com suas plataformas digitais.

Durante o desenvolvimento do empreendimento foram feitas diversas pesquisas onde uma delas eram relacionadas a dificuldade de encontrar os produtos hipoalergênicos naturais para bebês na região de Poços de Caldas, pois grande parte das pessoas que participaram e responderam as enquetes, disseram que faziam suas compras online devido a escassez do produto em específico na região. Já nas outras linhas de produtos a empresa possui maior concorrência na área, pois em Poços de Caldas há diversas saboarias artesanais, pois se trata de uma cidade turística, então a demanda nesse segmento encontra-se em alta.

As pesquisas de mercados tiveram resultados promissores já garantindo dois clientes fixos onde comprariam 40% da capacidade de produção, fazendo com que a empresa tivesse vendas fixas.

Para auxiliar e facilitar na produção dos sabonetes artesanais viu-se a necessidade de investir uma quantia do capital inicial em ativos para a linha de produção.

A empresa Natural Baby Ltda, tem como missão contribuir com a qualidade de

vida e sustentabilidade, onde seus produtos são 100% naturais e não testados em animais.

### 3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Para Michael Porter, uma estratégia competitiva são ações defensivas e ofensivas que criam uma posição vantajosa para a organização, ou seja, são ações previamente desenvolvidas e planejadas para facilitar a adaptação das mesmas às características de seu ambiente externo. (13 de fev. 2014).

Em pesquisa realizada com consumidores de produtos orgânicos da feira do Parque da Água Branca, na cidade de São Paulo, observa-se que a fidelidade desses consumidores é muito alta. Além disso, foi notado que o maior veículo de comunicação desses produtos são as indicações de amigos, ou o "boca-a-boca". (CERVEIRA e CASTRO, 1998)

A [lei nº 10.831](#), de 23 de dezembro de 2003 foi criada para dar um panorama geral do que são os orgânicos. Em 2007, o [decreto nº 6.323](#) trouxe em detalhes como deve ser a produção, certificação e comercialização desses alimentos.

Através desta lei, nota-se que o certificado é a melhor forma de garantir a qualidade de um produto orgânico. Ele garante que toda a produção respeitou as regras e gerou um produto confiável, seja ele manufaturado ou não.

Os nossos principais produtos são sabonetes em barras, sabonetes líquidos, óleos essenciais e corporais orgânicos, com certificados e ingredientes orgânicos e naturais. Todos com embalagens recicláveis e biodegradáveis.

Tendo isso em mente, nossas opções são oferecer produtos saudáveis com muitas informações, permitindo uma escolha consciente e tranquila. Temos o compromisso de apresentar produtos que contribuam na vida das pessoas, que as permitam sentirem-se mais belas e saudáveis, tanto por dentro quanto por fora ao adquirirem nossos produtos.

Sendo assim, nossa visão no futuro é estar entre as melhores empresas no ramo de cosméticos e e-commerce com cuidados com a pele e a beleza oferecendo produtos de qualidade e eficácia.

Nosso público alvo serão crianças e adolescentes que cada vez mais procuram por cuidados com a pele como (acne, oleosidades, espinhas, ressecamento, etc.) ou até mesmo crianças que sofrem de alergias criando e inovando em produtos de fabricação própria, personalizados e com insumos naturais.

Após algumas pesquisas de empresas, foram identificados potenciais concorrentes que concorrem por produtos semelhantes com benefícios parecidos e que vendem pela Internet.

Do total de potenciais concorrentes, 10 foram considerados principais em razão de serem concorrentes por marca e de terem como principal canal de vendas a Internet.

(Surya, Simple Organic, Cativa, Arte dos Aromas, BAIMS, Glory by Nature, Bioart, Herbia, It Balm, Almanati, Souvie, Florestas e Magia dos Aromas)

Com isso em mente, sempre será necessário observarmos as ações dessas empresas, principalmente suas campanhas de ações realizadas em lojas físicas e virtuais. Com o objetivo de identificar os aspectos da concorrência que afetam a empresa, procurando sempre trabalhar com preços semelhantes, de forma a evitarmos o canibalismo. Aplicando assim o modelo da análise SWOT. (Forças, Fraquezas, Oportunidades, Ameaças).

Para a divulgação de nossos produtos usaremos a análise dos 4P's que é composto por produto, preço, praça e promoção. O **Produto**: Temos o objetivo de ampliar todas as possibilidades que envolvam os produtos da empresa e seus benefícios, com cosméticos naturais e orgânicos sempre com a garantia de origem dos insumos orgânicos e naturais com certificados de fabricação. Para produtos mais saudáveis ou com pouquíssimos produtos químicos contribuindo assim com o meio ambiente. Além de oferecer produtos personalizados com qualidade e eficácia, a empresa também vai trabalhar com a experiência de sites de referência, oferecendo mais praticidade e conforto com informações úteis ajudando assim nossos contribuintes a escolherem melhor seus produtos. O **Preço**: Como mostra a pesquisa com consumidores de produtos orgânicos, eles têm ciência que deverão pagar mais caro pela qualidade que esses produtos oferecem. A dúvida está em como o cliente fará essa comparação. Se for

com empresas como a Avon e Natura os produtos estarão com pouca diferença no valor. Como o nosso público é formado por mães e adolescentes que aceitam pagar um pouco mais para ter produtos de melhor qualidade e eficácia, nossos produtos serão a melhor opção. Descontos também serão ideias usadas para aumentar as vendas, principalmente em datas especiais e comemorativas (kits com vários itens). As opções de pagamento são variadas e flexíveis. **Praça:** Os principais canais de vendas será nossa loja física e virtual, devemos ser capazes de gerar um cadastro com as informações de preferências dos clientes. **Promoção:** Uma boa forma de divulgar o nosso site é cadastrá-lo em sites de referência. Em geral, o cadastro é gratuito e ainda existem alguns serviços para as empresas, como no caso do Ebit ([www.ebit.com.br](http://www.ebit.com.br)), que realiza pesquisas de satisfação pós-compras gratuitas.

Também, adotaremos ferramentas de divulgação como: Newsletter desenvolvimento de conteúdo confiável para envio aos clientes cadastrados na loja e nas páginas da empresa. A edição será mensal abordando os benefícios dos cosméticos, ações dos extratos naturais, depoimentos sobre o uso dos produtos.

E por fim, E-mail marketing, ferramenta para divulgação de informações sobre os produtos e promoção dos mesmos, por meio de link para a loja virtual. As edições deverão ser mensais, alternando quinzenalmente com a Newsletter.

### 3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Segundo Ferreira (1999, pág. 841), etimologicamente, o termo estratégia deriva do grego *strategía* e do latim *strategia*.

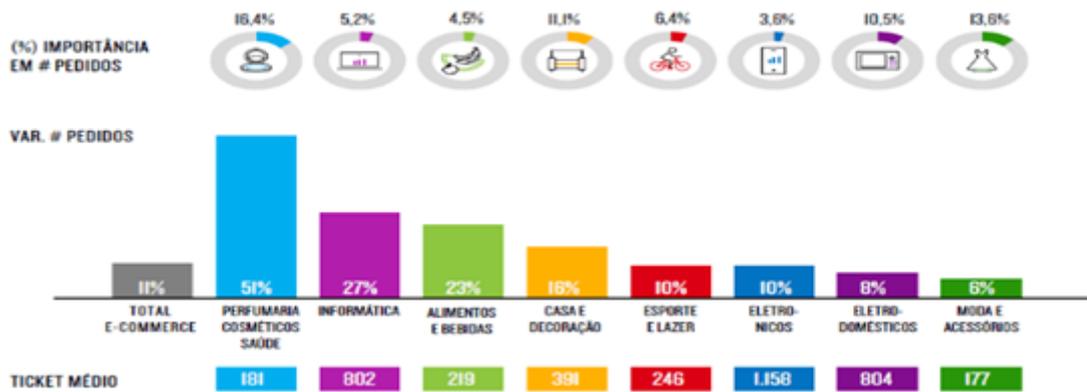
PORTTER (1996), afirma que a estratégia empresarial é uma combinação dos fins que a empresa busca com meios pelos quais está buscando chegar lá.

A estratégia empresarial tem por finalidade direcionar as ações e recursos disponíveis de forma competitiva para ganhar certa vantagem, a fim de orientar a organização no cenário de atuação, visando grandes chances de atingir os objetivos esperados.

Tendo em vista, o crescimento esperado segundo dados da empresa de pesquisas Euromonitor International, as vendas do setor de produtos de beleza e cuidados pessoais para o período de 2018 a 2023 são: Banho e chuveiro, de R\$ 8,086 bilhões para R\$ 8,488 bilhões, 5% (1% ao ano); Cosméticos de cor, de R\$ 9,101 bilhões para R\$ 9,819 bilhões, 7,9% (1,5% ao ano); Desodorantes, de R\$ 11,564 bilhões para R\$ 15,216 bilhões, 31,6% (5,6% ao ano); Fragrâncias, de R\$ 25,160 bilhões para R\$ 33,645 bilhões, 33,7% (6% ao ano); Cuidado capilar, de R\$ 21,620 bilhões para R\$ 24,765 bilhões, 14,5% (2,8% ao ano); Higiene bucal, de R\$ 9,767 bilhões para R\$ 11,842 bilhões, 21,2% (3,9% ao ano); Cuidados com a pele, de R\$ 12,098 bilhões para R\$ 14,469 bilhões, 19,6% (3,6 ao ano); Protetor solar, de R\$ 3,453 bilhões para R\$ 3,939 bilhões, 14,1% (2,7% ao ano).

Como previsão para os próximos anos, devemos investir em plataformas de e-commerce para uma automatização garantindo assim rapidez e eficiência. Ao mesmo tempo ganhamos maior divulgação de nossos produtos e marca no mercado, além do benefício de nossa loja estar aberta 24hrs por dia, 7 dias por semana, proporcionando aos nossos consumidores mais praticidade e conforto na escolha final. Segundo o site e-commerce Brasil, hoje o comércio eletrônico tem participação de 12% no varejo em todo o mundo. Os produtos mais vendidos nas plataformas digitais são: Perfumaria, Cosméticos e Saúde cresceram 112%; Moda e Acessórios; Esporte e lazer, 40%; Casa e Decoração, 38%.

A expectativa dos especialistas do setor é que essa tendência deve se manter forte.



Após o aumento das vendas, será contratado uma empresa especializada em marketing digital e pesquisa de mercados de como agregar contribuintes. Contratando assim colaboradores para ampliar nossa loja com vendas nacionais, e até mesmo a importação de produtos diferenciados, será considerada para manter a variedade oferecida.

### 3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

A missão de uma empresa é como se fosse a carteira de identidade dela, é o que define a empresa. A missão deve ser clara pois é por ela que a empresa refletirá o que a organização tem de especial e de diferente das demais concorrentes, a mesma está alinhada com os valores e expectativas da maioria dos stakeholders que está relacionado ao alcance e aos limites da organização.

A missão é o propósito da empresa, o motivo pelo qual ela existe e trabalha todos os dias para se desenvolver no mercado econômico. Toda empresa tem uma estratégia de negócio, que auxilia no momento de colocar em prática a missão:

- O que a empresa irá fornecer ?
- Para que ela foi criada ?
- Qual seu público alvo ?
- Onde irá fornecer os seus produtos ou serviços?

**“ Uma empresa não é definida pelo seu nome ou produto, mas sim pela sua missão, criada pela sua razão de existir.”**

**Peter Drucke**

Como descrito anteriormente, a missão de uma empresa é de extrema importância, pois será a razão da existência da empresa, é nela que todos os colaboradores, sócios, administradores e gestores se baseiam para definir sua estratégia de crescimento. Se a empresa, em um todo, não souber sua missão, a mesma se encontrará sem foco. Para a criação de uma missão deve-se atentar o que ela irá oferecer para o seu público, definir qual seu público alvo, o que além de fornecer o produto ou serviço, irá oferecer de diferencial ao consumidor, para motivar os colaboradores e parceiros além de inspirar a missão tem que ser desafiadora mantendo assim o engajamento dos envolvidos.

Também conhecido como plano estratégico, é o olhar do futuro de onde a organização pretende chegar, diferente da missão que é, “Quem somos?”, “O que fazemos?”, “E porque estamos aqui?”, já a visão diz, a que ponto queremos chegar .

A visão de uma empresa quando bem elaborada determina a rota na qual ela pretende traçar para desenvolver seus negócios, assim moldando sua identidade organizacional. Uma visão bem construída, são distintas e específicas para cada empresa. Os gestores e empreendedores no momento da criação da visão da empresa deverá se atentar ao uso de declarações superficiais ou genéricas por exemplo:

“ Iremos nos tornar um líder global e a primeira opção dos clientes em todo mercado que optamos por atender. “

De acordo com Arthur A. Tompson Jr , A. J. Strickland III e John E. Gamble, em sua décima quinta edição do livro administração estratégica citam:

“ Para que uma visão estratégica funcione como uma ferramenta gerencial valiosa, ela precisa (1) Proporcionar um entendimento daquilo que os líderes desejam que sua empresa apareça e (2) Oferecer aos gerentes um ponto de referência para tomarem decisões estratégicas e preparar-se para o futuro.“

A seguir podemos verificar as distinções entre visão e missão:

<b>CARACTERÍSTICA DE MISSÃO</b>	<b>CARACTERÍSTICAS DE VISÃO</b>
Identifica o negócio	é o que se “sonha” para o negócio
É a partida	É a chegada
É a “carteira de identidade” da empresa	É o “passaporte” para o futuro
Identifica “quem somos”	Projeta “quem desejamos ser “
Foco no presente para o futuro	Focalizada no futuro
Vocações para a eternidade	E mutável, conforme os desafios

Para a visão de um novo empreendimento bem elaborada, segue alguns elementos nos quais o empreendedor deva-se atentar:

➤ **A VISÃO DEVE SER ELABORADA:**

Apresentar um quadro do tipo de empresa que os dirigentes estão tentando desenvolver e da posição de mercado que a organização está se empenhando por acompanhar.

➤ **A VISÃO DEVE SER DIRECIONADA:**

É voltada para o futuro; descreve o percurso estratégico que os administradores traçaram e os tipos de mudanças no produto/mercado/cliente/tecnologia que ajudarão a empresa a preparar-se para o futuro.

➤ **A VISÃO DEVE SER FOCALIZADA:**

Suficientemente específica a fim de proporcionar orientação aos gerentes para tomarem decisões e alocar recursos.

➤ **A VISÃO DEVE SER FLEXÍVEL:**

Não é uma declaração em termos definitivos a trajetória traçada poder ajustada à medida que se alterem as circunstâncias de produto/mercado/cliente/tecnologia.

➤ **A VISÃO DEVE SER VIÁVEL:**

Encontra-se ao alcance daquilo que a empresa razoavelmente pode esperar em ocasiões futuras.

➤ **A VISÃO DEVE SER DESEJÁVEL:**

Explica porque a trajetória escolhida representa bom senso empresarial e atende as expectativas a longo prazo dos stakeholders (especialmente acionistas, empregados e clientes).

➤ **A VISÃO DEVE SER FÁCIL DE**

**COMUNICAR:** Pode ser explicada em 5 a 10 minutos e, idealmente, pode ser reduzida a um slogan simples e de fácil memorização como a famosa visão de Henry Ford de “um carro em toda garagem”.

(Fonte: Parcialmente com base em Kotter, John P. Leading Change. Boston: Harvard Business School Press, 1996. p. 72. retirada do livro: Administração Estratégica, 15ª Edição, Editora McGraw-Hill).

O valor de uma empresa é o que dita a sua personalidade, definindo uma "ética", para a funcionalidade da organização. Quando se define os valores de uma organização, e quando praticado no seu cotidiano, a cultura organizacional se mantém saudável obtendo bons resultados e principalmente bons relacionamentos dentro e fora da organização. São os valores de uma empresa que dita qual o rumo ético a empresa seguirá, qual a imagem ela fornecerá aos seus clientes, gerenciadores, ou investidores. Os valores são compostos por regras morais que a empresa apresentará em todo momento. A Partir de sua elaboração, estará presente no momento de uma contratação, ao apresentar empresa a futuros investidores, ao manter contato com clientes, será apresentado muitas vezes de forma direta ou indireta através de atitudes e ações, e assim conhecerá a personalidade e a índole daquela organização.

Os valores podem facilitar a articulação da missão e visão de uma organização, a colaboração entre os funcionários, auxiliando no seu comportamento com o mercado, comunidade ou sociedade.

“ ...Tamayo (1998, p,58) Salienta que as prioridades axiológicas estruturam a identidade extrínseca da organização, permitindo distingui-las de outras, pois “uma empresa que enfatiza os valores de hierarquia e tradição diferencia-se facilmente daquelas que priorizam os valores de autonomia e criatividade ou de competição e domínio de mercado”.

(Marcelo Bedani, 18 de julho de 2012)

Para Tamayo e Gondim (1996), citam alguns aspectos onde se é importante observar durante uma elaboração de valores organizacionais, tais como: **Aspecto Cognitivo** de uma organização, são as crenças da empresa onde irá conhecer a realidade da empresa. Ela está ligada a toda corporação, os valores são a base para uma análise de comportamento entre todos da organização, tais como: RESPEITO, HUMILDADE, INTEGRIDADE. Onde esses valores a corporação irá aplicar tanto internamente quanto externamente com os colaboradores, clientes, fornecedores, futuros filiados e sócios. **Aspecto Motivacional**, expressam interesse ou desejo, eles podem ser aplicados tanto para personalidade influentes na organização quanto para o público externo. Tais como:

## SUPERAÇÃO E CONFIANÇA, RESULTADOS E METAS CUMPRIDAS, FANÁTICOS POR PERFORMANCE.

“ They can motivate action, giving it direction and emotional intensity.”

( “ Eles podem motivar a ação, dando-lhe direção e intensidade.”)

(Schwartz, 1994. p.21 )

Atualmente, no mundo comercial um dos segmentos que mais crescem são os empreendimentos na linha de cosméticos voltado para o público infantil, onde apenas no Brasil já movimentou R\$ 3,4 Bilhões de reais, no ano de 2012. Isto segundo os dados da ABIHPEC - ( Associação Brasileira Da Indústria De Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmético). O que também ocorre com as indústrias de cosméticos da linha orgânico, Natural.

Tiramos como exemplo as Empresas **AROMÁTICA COSMÉTICOS** e **UNEVIE**, para a demonstração de sua missão, visão e valores organizacionais.

➤ **UNEVIE:** A empresa é uma fabricante de cosméticos naturais e vegetais de economia criativa que produz tudo a mão, possui mais de 80 itens em seu portfólio, a Unevie possui e-commerce para o varejo, plataforma exclusiva para o atacado, pontos de vendas e representantes em todo o Brasil e possui planos para se tornar uma franquia.

**MISSÃO:** Criar produtos naturais e vegetais, livre de testes em animais, cultivando o bem estar para o corpo e a mente sem causar impacto socioambiental.

**VISÃO:** Semear um futuro mais sustentável e saudável, todos juntos clientes, colaboradores, parceiros, unidos a unevie.

**VALORES:** A empresa preza pelo meio ambiente e todos seus produtos são biodegradáveis, sempre com pensamento sustentável, procura sempre ser transparente para seus clientes, com compra e venda de forma ética.

➤ **AROMÁTICA COSMÉTICOS:** É uma empresa de fabricação de cosméticos instalada na cidade de São João Da Boa Vista, com mais de 20 anos de atuação. A Aromática Cosméticos elabora produtos com fabricação própria tais como: sabonetes, linha infantil, linha de barbearia, entre outros.

**MISSÃO:** Promover a auto estima e o bem estar, aliados a valores sólidos em busca da felicidade de nossos clientes e consumidores.

**VISÃO:** Ser reconhecida pela qualidade e pelo cuidado presente em todos os processos e ser uma empresa referência em produtos cosméticos.

**VALORES:** Essas são as diretrizes e os valores fundamentais defendidos e promovidos pela Aromática, para que possa condizer com sua atuação no mercado.

- Estabilidade - preocupação com o bem estar,
- Responsabilidade - Promoção da auto estima,
- Comprometimento - Solidez das parcerias,
- Valorização das relações comerciais com seus parceiros,
- A Aromática tem em sua essência o trabalho, a fé e a união.

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

A Natural Baby, é uma marca de cosméticos voltado para o público infante juvenil, que oferece às pessoas, principalmente as mães preocupadas com seus filhos, cosméticos produzidos com ingredientes naturais e orgânicos obtidos por meio de uma interação equilibrada entre o homem, a natureza e o meio ambiente. Nossos produtos são elaborados com ingredientes cuidadosamente selecionados para cuidar da saúde da pele e dos cabelos das crianças. O desenvolvimento e as embalagens dos produtos seguem o princípio da sustentabilidade, se resume no respeito às gerações presentes e futuras. Portanto, através de nossa administração estratégica, elaboramos a visão, missão e valores da nossa empresa:

**MISSÃO:** Criar, desenvolver, entender e fornecer cosméticos com ingredientes naturais e orgânicos que proporcionam equilíbrio e bem estar aos clientes. Ser uma empresa de excelência no atendimento, sustentável e que preza pelo meio ambiente e pela responsabilidade social.

**VISÃO:** Ser reconhecida nacional e internacionalmente como uma empresa inovadora no desenvolvimento de cosméticos naturais e orgânicos, voltado ao público infante juvenil, com excelência na qualidade de nossos produtos e no atendimento aos clientes.

**VALORES:** Ética e transparência, Qualidade, Respeito, Criatividade, Inovação, Meio Ambiente, Sustentabilidade, Tecnologia, Confiança.

## 4. CONCLUSÃO

O Projeto Integrado foi elaborado em equipe, onde cada participante fez a sua parte, sempre colaborando para ajudar um ao outro. Constatamos o quanto cada assunto exposto no projeto é importante para o enriquecimento de nossos conhecimentos para que conquistemos o sucesso em nossa profissão.

Foi possível também, ver o quanto “BRAINSTORMING EMPRESARIAL ” é decisório nas empresas, pois é responsável pela organização, avaliação e armazenamento das informações da empresa para poder alcançar o sucesso.

O trabalho buscou expor a importância do papel da gestão empreendedora e administração estratégica no processo de gestão das organizações, no qual oferecem o suporte aos novos empreendedores na tomada de decisão. Através de instrumentos de controle, conhecimento, aperfeiçoamento nos planejamentos e suas áreas, buscando eficiência e eficácia nos processos através da avaliação constante do que foi orado do realizado.

A empresa NATURAL BABY LTDA, vem para renovar o mercado com sua marca, e gerando importantes valores para a economia brasileira. Conforme destacamos ao longo do projeto, não existe uma fórmula pronta, uma metodologia fechada a ser aplicada para colocar em prática a gestão empreendedora. Trata-se de um modelo conceitual, uma mentalidade que pode ser colocada em prática de diversas maneiras. A elaboração do projeto, nos ajudou a desenvolver características de empreendedor e administrador de um futuro promissor de sucesso.

## REFERÊNCIAS

4 Ps DO MARKETING. O que são, como funcionam e exemplos. Disponível em <<https://neilpatel.com/br/blog/4-ps-do-marketing>>. Acesso em 02 de jun. de 2021.

ADMINISTRAÇÃO. Disponível em <**Administração de Marketing** (PDF), Kotler e Keller, 14ed, | Marcos Vinicius - Academia.edu>. Acesso em 20 de maio de 2021.

BEDANI, Marcelo. O impacto dos valores organizacionais na percepção de estímulos e barreiras à criatividade no ambiente de trabalho. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 13, n. 3, p. 150-176, 2012.

BELEZA NATURAL. 10 marcas de cosméticos orgânicos e sem crueldade animal - 03/06/2018. Disponível em <UOL Universa>. Acesso em 13 de maio de 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 1999. 278p.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo** corporativo, como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 2. ed. Rio de Janeiro, Elsevier, 2008. xii, 166p.

EBIT. Reputação de lojas virtuais. Disponível em <<https://www.ebit.com.br>> e dados para o mercado online>. Acesso em 28 de maio de 2021.

E-COMMERCE. **Você sabe quais produtos mais vendidos na internet?** | E-Commerce Brasil. Disponível em <(ecommercebrasil.com.br)>. Acesso em 02 de jun. de 2021.

ECONOMIA DE SERVIÇOS. **A Economia da Beleza**, o setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos | Economia de Serviços. Disponível em <economiasdeservicos.com >. Acesso em 15 de maio de 2021.

ESTRATÉGIA EMPRESARIAL. O que é? **Conceito**, Quais são, Como fazer? Disponível em <[gestaodesegurancaprivada.com.br](http://gestaodesegurancaprivada.com.br)>. Acesso em 30 de maio de 2021.

FORBES BRASIL. Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo. Disponível em <<https://forbes.com.br/>>. Acesso em 25 de maio de 2021.

.JOHNSON, Kevin D. **A Mente do Empreendedor** - Edição 1ª - Editora Astral Cultural.

MERCADO DE COSMÉTICOS. cresce, apesar da crise. Disponível em <[correio braziliense.com.br](http://correio braziliense.com.br)>. Acesso em 18 de maio de 2021.

MERCADO DA BELEZA.. Empresas focam no segmento infantil. Disponível em <<https://aromatica cosméticos.com.br/a-empresa/>>. Acesso em 31 de maio de 2021.

PORTER, M. **Estratégica Competitiva**. Rio de Janeiro. Elsevier, 1986.

PORTAL EMBRAPA. **Embrapa**. Disponível em <[capa-doc-125.cdr. D embrapa.br](http://capa-doc-125.cdr. D embrapa.br)>. Acesso em 03 de jun. 2021.

PRODUTOS ORGÂNICOS. **O que é a Certificação de Produtos Orgânicos** - Remessa Online - Notícias Sobre Transferências Internacionais e Câmbio. Disponível em <[www.remissaonline.com.br](http://www.remissaonline.com.br)>. Acesso em 19 maio 2021.

SISTEMA DE CERTIFICAÇÃO. **Certificação**. Disponível em : <[www.planalto.gov.br](http://www.planalto.gov.br)> Decreto nº 6323 ([planalto.gov.br](http://planalto.gov.br)). Acesso em 21 de maio de 2021.

TAMAYO, Alvaro; MENDES, Ana Magnólia; PAZ, Maria das Graças Torres da. Inventário de valores organizacionais. **Estudos de Psicologia (Natal)**, v. 5, n. 2, p. 289-315, 2000.

UNEVIE. **Cosméticos**. Disponível em: <<https://www.uneviecosmeticos.com.br/sobre-a-unevie/>>. Acesso em 20 de maio de 2021.