



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
ASSESSORIA E AUDITORIA CONTÁBIL

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

ASSESSORIA CONTÁBIL EMPREENDIMENTOS

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Carlos Alberto Rosalin Filho, RA 18001323

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	6
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	6
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	6
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	7
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	8
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	8
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	8
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	8
4. CONCLUSÃO	10
REFERÊNCIAS	11
ANEXOS	12

1. INTRODUÇÃO

Atualmente há no Brasil cerca de 20 milhões de empresas ativas no qual a cada dia buscam sustentar, expandir e aumentar seus lucros diante das incertezas que o mundo passa diante da pandemia causada pelo Corona Vírus, dentre outras questões como notícias de corrupção, inflação, alta do dólar americano etc.

Dentro desse cenário há empresas que acabam falindo por não conseguirem sustentar os seus negócios, entretanto há outras empresas que se destacam aproveitando o momento para elevar os negócios e aumentar o lucro.

Na situação atual brasileira há de se acentuar a ação empreendedora relacionando a criatividade, a inovação, introduzindo novos produtos e serviços, produzindo o crescimento dos negócios dentro das empresas, aquecendo o mercado macro e a microeconomia.

A contabilidade como Ciência Social e Aplicada que é adapta-se para atender as necessidades da sociedade praticando as ações de Orientação, Controles e Registro, sendo de fundamental para a entidade financeira, pois possui o objetivo (finalidade) de fornecer informações para a tomada de decisões, ainda mais em um cenário de crise.

A criação de uma empresa Contábil que não visa somente fornecer informações mas sim ajudar na criação de novos produtos dentro de uma projeção econômica consciente pode ser uma grande forma de empreendedorismo no qual consiste o objetivo deste projeto.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A assessoria contábil empreendimentos, é uma empresa que analisa a situação do mercado financeiro a nível mundial e através dos resultados obtidos cria produtos para entrarem no mercado, sendo altamente competitivos e com alta margem de lucros.

Desta forma a empresa não visa um mercado específico mas sim toda e qualquer área em que novos produtos podem gerar lucros.

O mundo está passando por uma pandemia devido ao surgimento do Coronavírus, que está causando um número elevado de mortes, chegando a 3,5 milhões. Fato este em que os governos vêm impondo medidas restritivas e regras para a população como o uso de máscaras e álcool gel.

Com as novas regras, devido ao grande número de usuários, população e profissionais da saúde, ocorre a escassez na matéria prima para a fabricação de máscaras, diminuindo assim a sua quantidade disponível no mercado.

Observa-se também que além da escassez de máscaras utilizadas, há um descarte inadequado por parte da população, o que está causando aumento da poluição de mares e rios.

Com esta análise, a empresa propõe um novo produto de máscaras, sendo elas biodegradáveis e feitas de material reciclado a partir de compostos orgânicos.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

Dada a situação mundial causado pelo Covid-19 a empresa assessoria contábil empreendimento através de sua característica empreendedora analisa o risco financeiro do investidor colocando produtos a disposição que podem aquecer o mercado.

Como o produto apresentado pela empresa se trata de máscaras feitas de materiais biodegradáveis e reciclados, não se tem de imediato recursos necessários, mas como a Assessoria Contábil Empreendimentos é uma empresa que coloca em primeiro

lugar o Empreendedorismo, ela adota a “Bricolagem” combinando recursos disponíveis promovendo a solução de problemas e gerando oportunidades.

As máscaras produzidas levarão o nome de máscaras “descarts” e segundo Kotler (1991), este novo produto segue procedimentos analisando o mercado. As máscaras “descarts” objetivam o mercado a curto prazo que necessitam de máscaras para tentar controlar o avanço da covid-19, tendo diversos mercados alvos como Hospitais, empresas públicas e privadas e a população em geral. Como o uso é muito grande por parte dos hospitais, será fornecido máscaras em larga escala sendo estes prioritariamente o mercado alvo e desta forma após usarem a máscara e se identificarem com o produto irão recomendá-las contribuindo para o sucesso final do produto.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Assessoria Cotábil Empreendimentos é uma empresa do ramo empreendedor colocando como prioridade as ideias e o perfil empreendedor buscando o otimismo e a visão de futuro, a capacidade de transformar crises em oportunidades, busca incessante por novos negócios e oportunidades, preocupação em melhorar produtos e serviços e os interesses das necessidades do mercado.

No momento atual que o mundo está passando devido a crise causada pela pandemia do Coronavírus, a empresa tem buscado transformar essa crise em oportunidade de vendas de máscaras que todo tipo de mercado desconhece fornecendo produtos melhores e de interesse para o mercado.

Dentro desta perspectiva a contratação de mão de obra qualificada com funcionários preocupados em melhorar os serviços, com habilidade para inovar criando algo novo e motivados.

O material básico para a criação da máscara será um tipo de papel biodegradável, já vindo pronto da empresa terceira, desta forma serão necessária mão de obra confeccionar a máscaras. Assim buscamos conhecimentos em costura e automação.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

A empresa utilizará capital de investidores, buscando parceiros que tenham interesse em colocar esse novo produto no mercado. Desta forma a empresa terá um custo de capital. Sendo custo de capital próprio o retorno mínimo que os acionistas exigem de seu capital investido na empresa.

A utilização de capital de empresas parceiras, trará vantagens para o início do novo ramo de produção de máscaras como a menor risco de falência e os credores podem forçar a empresa a decretar falência. Ao contrário, os investidores poderão aguardar uma mudança de cenário, ou, até mesmo investir mais dinheiro. Relação ganha-ganha. Seus sócios investidores serão também seus parceiros. Como todos caminham com o mesmo objetivo de maximizar os resultados, os conhecimentos podem ser trocados e, por conseguinte, a empresa poderá beneficiar-se com novas visões de mercado e diferentes experiências. Um novo know-how estratégico ou novas formas de liderança podem ser um gatilho para mudanças ainda maiores e mais rentáveis no futuro. Capital Próprio não precisa ser devolvido. Isso significa que todo o dinheiro gerado pelo fluxo de caixa pode ser utilizado para fazer o negócio crescer.

Através do valor criado pelo capital próprio será possível determinar se o projeto será viável ou não. O projeto será viável se o valor do fluxo de caixa descontado pelo custo de capital será positivo. Neste caso, significa que a empresa está gerando valor para o acionista e tem um ROI maior que o custo de capital.

Assim será calculado o custo capital:

Sendo:

- o $K = \text{custo de capital}$
- o $J = \text{juros}$

- o *d = dividendos*
- o *cp = capital próprio*
- o *ct = capital de terceiros*

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

No Brasil há em torno de 62 empresas fornecendo equipamentos de proteção individual (EPI) e fornecem em torno de 45 milhões de máscaras. Com o aumento da demanda alavancada pelo setor hospitalar no qual consumiram 1 milhão de máscaras por mês e no ano de 2021 aumentos para 10 milhões (Animaseg 2020). Fica claro que o mercado necessita de mais máscaras assim como de matéria prima.

Considerando também onde e como as máscaras serão descartadas, surge uma preocupação com o meio ambiente, no qual a produção das máscaras será biodegradável feitas de fibra porosa de bambu.

Neste vertente não haverá muito concorrentes, pois será um produto inédito e principalmente por haver necessidade imediata no consumo das máscaras mercado consumidor irá absorver rapidamente

A matéria prima que será produzida através do bambu, será fornecida pela empresa “Alfa-LTDA” consolidada no mercado. A empresa Alfa do Nordeste, produz uma espécie de pano, chamado e “entrelaço”. A espécie escolhida, depois de muitos anos de pesquisa, é a *Bambusa vulgaris*, que produz fibra longa de alta resistência física, capaz de garantir excelente entrelaçamento. A “Beta”, empresa pertencente ao grupo que está instalada em Pernambuco, poderá fabricar a partir do bambu 6milt/mês de entrelaço.

Após a produção desse entrelaço será confeccionado por meio de maquinários, as máscaras biodegradáveis conforme a imagem 1.



Imagem 1. Máscara biodegradável

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Estratégias de negócio são a criação e implementação dos objetivos e planos adotados para o crescimento da empresa, com base nos recursos disponíveis e no ambiente interno e externo.

Para a formação de estratégia da empresa serão tomados os seguintes tópicos:

1. Qual o negócio central da empresa
2. Quem é o principal cliente que vai comprar o produto
3. Qual o local onde o produto será vendido
4. Quais as oportunidades e riscos no desenvolvimento

Assim serão analisados o ambiente político, social e tecnológico colocando o produto no centro destas questões.

O negócio central da empresa é a produção de máscaras biodegradáveis. Os principais clientes serão hospitais e clínicas primeiramente e em seguida serão a população em geral. O produto será vendido em todo território nacional através de vendedores presenciais e vendedores que utilizam a internet. Diante do cenário mundial a oportunidade é grande mas há risco dos concorrentes colocarem preços mais atrativos.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

De acordo com o SEBRAE (2019) pode-se conceituar como estratégia empresarial como a forma que a empresa dispõe para buscar e alcançar seus objetivos.

Dentro desta busca pelos objetivos há de se ter um planejamento estratégico, no qual se dividem em algumas etapas:

Etapa 1: Analisar a Situação

Etapa 2: Gerar Metas e planos Alternativos

Etapa 3: Avaliar Metas e Planos

Etapa 4: Selecionar Metas e Planos

Etapa 5: Implementar Metas e Planos

Etapa 6: Monitorar e controlar o desempenho

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Encontramos Missão, Visão e Valores conceituados dentro do Planejamento estratégico, sendo fundamentais para atingir os objetivos estratégicos a curto, médio e longo prazo

Para integrar o processo de planejamento estratégico, além destas ações deve conter as definições das seguintes variáveis na visão de Parisi e Megliorini (2011) são: Missão, Visão e Valores, conforme a seguir:

Missão: A Missão da empresa deve expressar a essência do negócio, ou seja, a razão de existir da empresa. De todos, este é o mais duradouro, e pode ser revisto de acordo com as situações do ambiente externo;

Visão: A visão da empresa expressa onde a empresa quer chegar ao final da execução do planejamento, ela deve ser executável e ao mesmo tempo desafiadora, assim fazendo com que os gestores e colaboradores se esforcem ao máximo para alcançá-las;

Valores: Os valores devem espelhar tudo aquilo em que os gestores da empresa julgam importante, ou que acreditam para a gestão e o desenvolvimento do negócio e que nortearão o comportamento de todos os negócios.

A missão da empresa deve responder a três perguntas:

- a) Porque a empresa existe
- b) Qual o papel da empresa no mercado
- c) O que a empresa agrega aos diversos públicos envolvidos

Realizada pesquisas em empresas conceituadas no mercado financeiro e de produção, observa-se que em quase sua totalidade essas empresas trazem consigo o tema “*sustentabilidade*” na questão da missão.

Como exemplos tem-se a missão da CPF

“Gerar energia a partir de fontes renováveis, em harmonia com o meio ambiente e a sociedade, promovendo o amadurecimento do mercado de energia limpa.”

Missão da Petrobras:

“Atuar na indústria de petróleo e gás de forma ética, segura e rentável, com responsabilidade social e ambiental, fornecendo produtos adequados às necessidades dos clientes e contribuindo para o desenvolvimento do Brasil e dos países onde atua.”

Missão Itaú:

“é fornecer soluções, produtos, serviços financeiros e de seguros de forma ágil e competente, promovendo a mobilidade social, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e para um relacionamento duradouro com acionistas e clientes”.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Desta a forma, através de uma pesquisa de mercado e sobre as missões de grande empresas, a *Assessoria Contábil*, em sua produção de máscaras terá como Missão, Visão e Valores as seguintes definições abaixo:

Missão: Contribuir para a realização das pessoas e para o desenvolvimento sustentável, mediante a oferta de soluções e serviços de assessoria para a implementação de produtos novos no mercado.

Visão: Ser líder e inovador na assistência médico-hospitalar, referência na gestão do conhecimento e reconhecida pelo comprometimento com a responsabilidade social.

Valores: Proteção ao meio ambiente, produto de qualidade, eficácia no combate ao coronavírus.

4. CONCLUSÃO

Diante do tema abordado, pontuando principalmente a criação de um novo produto que será inserido no mercado atual, o conhecimento em gestão empresarial e principalmente em gestão estratégica é fundamental para buscar o sucesso do novo empreendimento. Desta forma ao colocar em tópicos as principais formas de gerir um novo negócio e respondê-los é uma estratégia que poderá ajudar no crescimento do negócio.

Dentro desta mentalidade, ao se criar um novo produto, “*Máscaras Biodegradáveis*” há de se ter um pleno conhecimento da forma de mercado, do momento econômico e político atual e principalmente da forma de gestão empresarial .

Outra questão importante é na busca de matéria prima e profissionais qualificados que tenham conhecimento na produção do produto e que pensem de forma empreendedora. Na produção deste trabalho a questão em que se encontra mais dificuldades é como inserir a mentalidade empreendedora dentro da empresa e como fazer com que novas ideias surjam e se transformem em algo concreto e rentável.

Por fim ressalta-se que a persistência no estudo no qual se adquire conhecimento dos negócios poderá levar ao sucesso de novos produtos.

REFERÊNCIAS

COLLINS, J. & PORRAS, J. Feitas para durar: Práticas bem-sucedidas de empresas visionárias. Rio de Janeiro, Rocco, 1995.

KAWASAKI, G. (2006). A arte do começo : o guia definitivo para iniciar o seu projeto. Rio de Janeiro : Best Seller, 2006.

COLLINS, J. & PORRAS, J. (1996) Building Your Company's Vision, Harvard Business Review, Vol. 74, Iss. 5, pp65–77.

SEBRAE.PortalSebrae,2016.Disponívelemhttps://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_estrategia

MINTZBERG, Henry. A criação artesanal da estratégia. In: Montgomery et al. (org.), Estratégia: a busca da vantagem competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

SANTANDER. Portal Santander, 2021. Disponível em https://www.santander.com.br/document/wps/santander_brasil_missao_modelo_jan_12.pdf

ANEXOS

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