



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

PROJETO INTEGRADO
BRAINSTORMING EMPRESARIAL
COFFEE BREAK LITERÁRIO

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

COFFEE BREAK LITERÁRIO

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Dilma Mônica Farias Leal, RA 1012019200381

Karen Rigamonti, RA 1012021100385

Maria Aline P. Dos Santos, RA 1012020200142

Jhullian G. Dias dos Santos, RA 1012021100588

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	4
3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA	4
3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR	6
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	8
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	10
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	11
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	15
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	16
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	19
4. CONCLUSÃO	19
REFERÊNCIAS	21

1. INTRODUÇÃO

Brainstorming Empresarial - “ Tempestade de ideias”.

O mercado de trabalho passa por várias mudanças no decorrer do tempo, surgindo situações que exigem uma gestão empresarial com decisões sendo tomadas diariamente, visando atingir seus objetivos e metas da organização.

“ Tempestade de ideias” é um método criado para estimular e explorar a capacidade criativa de um indivíduo ou um grupo, com a expectativa de gerar o maior número de ideias em um determinado tempo. Esse conceito foi criado pelo norte americano Alex Osborn em 1.953, onde o próprio utilizou esse método com seus funcionários a fim de estimular a criatividade, surgindo ideias espontâneas, e sem pressão do ambiente. Alex Osborn criou algumas regras, com o objetivo de superar essas limitações e potencializar várias ideias, e habilidades criativas em grupo ou individual como:

- é proibido criticar ou julgar as ideias apresentadas;
- construir ideias em cima de outras aperfeiçoando;
- ideias ‘fora da caixa’ sempre são esperadas;
- definir os problemas e como resolvê-lo, etc.

É uma técnica em que todos se sintam bem, e valorizam o pensamento e inteligência coletiva. Quando o brainstorming torna-se um hábito, fica mais fácil para os colaboradores, e para os próprios líderes, a visão do mercado, em resolver os problemas que surgirão, usando assim a colaboração e a criatividade.

O objetivo deste trabalho é descrever e demonstrar a tempestade de ideias que o grupo teve, na construção e elaboração de uma empresa fictícia, com base nos conhecimentos estudados em Gestão Empreendedora e Administração Estratégica, será criada uma empresa denominada Coffee Break Literária, mostrando a sua criação, o perfil empreendedor do grupo, as fonte de capital, sua missão, visão e valor no mercado empreendedor

Sendo apresentado neste projeto, uma conclusão com todos os assuntos abordados, e as dificuldades encontradas no mesmo.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa trata-se de uma cafeteria, situada em um local movimentado de São Paulo e para diferenciar-se das demais cafeterias ao redor, contará com um espaço literário.

Com foco em proporcionar um momento com boa gastronomia, conforto, comodidade e tranquilidade para nossos clientes, o espaço será todo planejado com uma decoração aconchegante, ideal para um encontro com amigos e familiares.

Nem sempre somente a arte chama atenção, porém iremos oferecer produtos de qualidade e diversificados. O estabelecimento contará com vários tipos de sanduíches, produtos cafeinados quentes e gelados, doces dentre outros.

O nosso diferencial da equipe Coffee Break, conforme citado acima, será nossa livraria, contanto com diversos livros e autores. Além disso, os clientes receberam nosso cartão fidelidade onde cada visita e consumo das especialidades da casa, ganhará um carimbo no cartão que dará direito a descontos na compra de livros.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

O empreendedor está associado à criação de uma empresa, segundo Schumpeter em sua teoria do ciclo econômico, em qual a economia saia de um estado de equilíbrio e tenha uma vantagem, é necessário o surgimento de uma inovação econômica que vai alterar estrategicamente as condições de equilíbrio da empresa. O processo de criação de uma empresa é uma oportunidade para novos empreendedores, para Gartner, 1989, p. 47, considera um empreendedor aquele que cria uma empresa, por oportunidade, por necessidade, e pela alternativa de um novo negócio.

A criação de uma empresa não depende apenas do seu surgimento, mas o mercado e o público alvo que ela vai atender , aqui temos a exploração de criatividade, e a identificação de oportunidades.

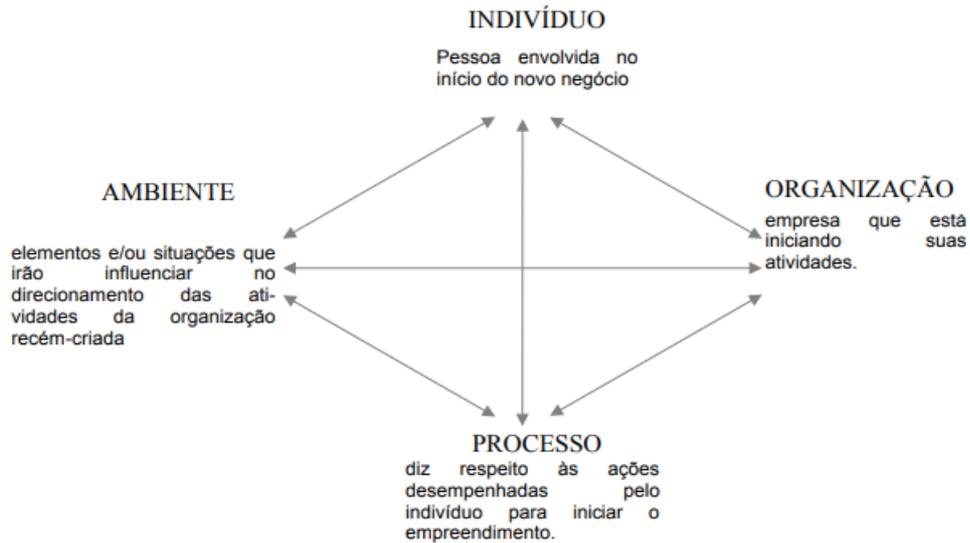


Figura 1: Estrutura para criação de uma nova empresa Fonte: Adaptado de Gartner (1985).

Sendo um processo coletivo e não individual, o empreendedorismo por ser dinâmico, pois leva em consideração essas características em várias etapas.

O empreendedor mostra-se com várias características:

- Tolerância ao risco e avaliador dos riscos;
- Inovador, iniciativa e proatividade;
- Autoconfiança , compromisso, independência.

Entre outras características, na qual vai desenvolvendo ao longo do processo empresarial.

Temos a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), um programa de pesquisa de abrangência mundial que avalia anualmente o nível da atividade empreendedora dos países. Iniciou-se em 1.999, criado com a parceria da London Business School da

Inglaterra e Babson College dos Estados Unidos. No Brasil a pesquisa é dirigida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), junto com o SEBRAE.

Segundo dados da GEM o ano de 2020 foi marcado por várias mudanças, devido a pandemia do Covid - 19, várias pessoas desempregadas, resolveram investir em negócios próprios, a pesquisa mostrou que 25% da população adulta, adotou o empreendedorismo como uma forma de trabalho. Mostrando que o país em 2019 está em destaque entre os 55 países que participaram dessa pesquisa, o Brasil apresenta a 4º maior taxa de empreendedorismo inicial, com negócios com 3,5 anos de funcionamento no Brasil.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

O hábito de tomar café é uma tradição no dia a dia dos brasileiros, como se fosse um momento de relaxamento e descanso no dia. Uma pesquisa feita pela Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), mostra o Brasil em 2º lugar no ranking de consumo de café, perdendo apenas para os Estados Unidos. Aproveitando esse mercado que está em alta, cafeterias são uma proposta para novos negócios de empreendedorismo no mercado atual, unindo o útil ao agradável, o consumo de café, com um lugar acolhedor fora de casa.

Ninguém precisa realmente nascer empreendedor para se dedicar a um negócio próprio, ele pode se tornar um empreendedor, pessoas com boa capacidade de aprendizagem e de adaptação, também podem se planejar para conduzir um negócio, por processo de amadurecimento, ensinamentos que vão ser obtidos através de erros e acertos nesse processo. O nosso perfil empreendedor conta com algumas características básicas como visão, ter uma leitura do mercado em que vamos atuar, tirar uma vantagem e acrescentar algo que faça nosso diferencial, para poder visualizar daqui 3, 5 e 10 anos, e compartilhar essa visão com os sócios, funcionários, fornecedores e clientes, mostrando confiança e liderança, temos o perfil de administradores de riscos, como futuros empreendedores não podemos desconsiderar os riscos que são presentes no dia a dia, de

pesquisa, planejamento e objetivos que já são esperados no processo empreendedor. O perfil de estabelecer bom relacionamento, mantendo assim contato com clientes e parcerias que podem ser fechadas com a empresa, e persistência para lidar com erros e acertos, com clientes problemáticos e enfrentar crises. A persistência é uma das características do nosso perfil empreendedor para ter ambição para manter e definir metas a serem alcançadas, e comprometimento com a equipe para realizar no dia a dia, e por fim o planejamento, através de plano de ação, gerenciar e otimizar o tempo. sabemos que essas características são poucas, mas são fundamentais para a criação de um novo negócio.

Um dos perfil de cafeteria que temos o exemplo e modelo de seguir é o Sofá Café, uma rede de cafeteria com sede principal em São Paulo, e com várias franquias espalhadas no Brasil, uma empresa que já ganhou prêmios e destaques por excelência em funcionamento e atendimento ao público, sempre inovando o seu atendimento.

O nosso empreendimento, não quer ser franqueado no momento mas que seja uma possibilidade para o futuro, a partir dessa cafeteria construir um novo negócio inovador, com melhorias que seja um diferencial no mercado atual, com o nome Coffee Break Literário, trazendo o prazer em tomar um café e se sentir tranquilo, fazendo uma pausa no dia a dia do trabalho, com ambientes que trazem conforto e uma livraria disponível dentro do café, onde os clientes possam relaxar e sentir em casa.

A rede de Sofá Café disponibiliza cursos e consultoria nessa área de atuação, o perfil empreendedor está preparado para aprimorar seus conhecimentos nessa área, trazendo novos conhecimentos para o novo empreendimento, mesmo tendo recurso, temos que nos preparar e estar prontos para o novo mercado que nos espera, investido em marketing e propaganda nas redes sociais para atrair e instigar a curiosidade de novos clientes a conhecer o lugar e se sentir acolhido.

O consumo de café no Brasil cresceu e com isso trouxe mais consumidores exigentes na inovação e qualidade do mesmo, a nossa cafeteria quer ser esse diferencial no seu estabelecimento, trazendo o trabalho e a qualidade dos produtos como um diferencial no atendimento a seus clientes.

Sendo elaborados com ingredientes selecionados, a cafeteria trabalha com equipamentos importados.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

O Plano de Negócio é uma ferramenta muito utilizada no mundo empresarial, o planejamento colabora para quem está iniciando uma empresa ou para quem quer expandir, ou para quem precisa de um capital de terceiro. Um planejamento financeiro faz parte dos objetivos e metas da empresa, e o valor a ser investido na empresa de capital inicial.

Depois de ser calculado o valor de aquisição predial, devem ser calculados os:

- custos dos equipamentos fixos, como aquisição de material de escritório, móveis para a decoração do ambiente, veículos.
- investimentos pré operacionais que são as reformas e registro da empresa;
- Capital de giro, dinheiro que é responsável pela manutenção da empresa, venda a prazo e fornecedores.

As análises da receitas e custos variáveis, gastos e faturamentos esperados, vai permitir que a empresa demonstre o seu resultado do exercício a DRE, que é um relatório gerencial muito importante no plano de negócio, onde será avaliado as receitas e despesas da empresa, avaliando se vai ter o lucro ou prejuízo esperado.

O plano financeiro nos possibilita:

- calcular os indicadores , avaliando se a empresa atingiu o faturamento mínimo para não ter prejuízo;
- o prazo do retorno do investimento, o tempo necessário para o retorno desse investimento, o capital investido;
- lucratividade, o lucro da empresa e receita total.

Um orçamento financeiro, com seu objetivo bem definido, vai auxiliar o empreendedor a se organizar financeiramente. Com uma projeção detalhada a empresa

saberá o valor que tem que investir na empresa. Com um orçamento claro as decisões a serem tomadas serão mais objetivas e claras.

Após realizarmos os cálculos de investimento, verificamos que inicialmente será mais viável a alocação do local do que a compra do mesmo, visto que por ser um local valorizado o valor de compra do imóvel será muito alto, dessa forma optamos pela alocação reduzindo o valor do capital inicial de investimento.

O empreendimento conta com quatro sócios que durante reunião de análise de custos, realizaram uma projeção de valores a serem gastos com a documentação, equipamentos, estoque, decoração, mobília e todos os investimentos necessários para dar início ao projeto, totalizando R\$138.00,00

Item	Valor
Equipamentos	R\$ 65.00,00
Decoração/Mobília	R\$ 25.00,00
Documentação	R\$ 10.00,00
Estoque	R\$ 25.00,00
Caixa	R\$ 20.00,00
Marketing	R\$ 10.000,00
Demais Custos	R\$5.000,00

Tabela 1: Custos Iniciais do projeto

Os quatro sócios em comum acordo concordaram em inicial com a empresa por recursos próprios e cada um irá investir conforme possui. Dessa forma a empresa adotou cotas, onde cada cota equivale a R\$1,00. Todo esse processo foi firmado em contrato e autenticado. Abaixo podemos verificar como ficou a distribuição de cotas.

Sócio	Valor	Cota	% de Participação
A	R\$ 56.000,00	56.000,00	35 %
B	R\$ 43.200,00	43.200,00	27 %
C	R\$ 32.000,00	32.000,00	20 %
D	R\$28.800,00	28.800,00	18 %

Tabela 2: Tabela de Cotas por sócio

Dessa forma ficou estipulado que no primeiro dois meses de abertura, 100 % do lucro líquido da empresa será revertido para a empresa e após o segundo mês, quando a empresa já estiver estabilizada, os sócios acordaram que 40% do lucro líquido da empresa ficará para investimento e 60% entre os sócios conforme sua cota de participação. Essa porcentagem será analisada trimestralmente e alterada conforme necessidade.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

A Coffee Break Literária foi idealizada para atender a demanda do público que procura por um local agradável, confortável, com bom atendimento e valores acessíveis. Além disso, tem como diferencial a livraria no mesmo local, onde os clientes podem apreciar uma bela xícara de café enquanto lê um livro.

A cafeteria está localizada em um ponto com grande movimentação de pessoas e com vários empreendimentos ao redor. A escolha se deu pelo fluxo de pessoas e a necessidade de um local calmo em meio a correria do dia a dia de São Paulo. Visando isso, a acústica do local foi toda preparada para reduzir os barulhos externos, trazendo um ambiente aconchegante e tranquilo.

Nas proximidades do nosso café existem outras cafeterias no mesmo ramo, porém conforme pesquisa realizada atualmente os concorrentes possuem cafeterias

padronizadas, sem nenhum tipo de atrativo ou diferença que agreguem valor e fidelize seu cliente.

Nossa cafeteria será especializada em café diferenciados. Trazendo cafés de diversas regiões. Além disso, não ficamos na mesmice do café pingado, traremos para o nosso empreendimento receitas diferentes e inovadoras para aguçar a curiosidade e a vontade dos nossos clientes em experimentá-los. Em nosso cardápio além de termos diversos tipos de café como já citado, teremos também receitas como café com paçoca e cacau, café com doce de leite e chantilly, café com menta, milk shake, frozen, frappé, dentre outros. Junto ao café, teremos uma ilha com acompanhamentos, como tortas, salgados, pães, lanches, brioches, croissant, cookies, brownie e bolachas.

A cafeteria contará também com um espaço literário, com livros à venda, abrangendo diversos gêneros literários como ficção e não ficção, suspense, romance, fantasia, poesia e infantil contando com livros renomados e lançamentos.

Por fim, a fim de fidelizar o cliente e incentivar a leitura, teremos um cartão fidelidade, o qual a cada compra acima de R\$50,00 o cliente receberá um carimbo. Somando 10 carimbos o cliente ganhará um desconto de 30% de desconto na compra de um livro.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

Fundamental para todo bom gestor, a administração estratégica é parte muito importante do desempenho de seu negócio. Baseando-se no plano de negócio, missão, visão e valores da empresa, a administração estratégica precisa olhar com profundidade os objetivos, posicionamento no mercado e fluxo operacional.

Uma estratégia competitiva deve ser pensada não só na concepção da empresa, mas principalmente nas modificações do mercado.

Alterações tecnológicas, concorrência, economia e outros aspectos devem ser considerados em qualquer estratégia. Assim como o modelo da administração estratégica, que é fundamental para manter-se sempre competitivo.

O Brasil é o maior produtor de café nos últimos 150 anos! É o primeiro produtor e exportador de café, açúcar, álcool e sucos. Só nos dez primeiros meses de 2019, as exportações brasileiras de café atingiram 34,05 milhões de sacas, volume superior ao de 2018, cujas exportações no mesmo período atingiram 27,73 milhões de sacas segundo o Conselho dos Exportadores de Café do Brasil – Cecafé.

Perdendo apenas para a água, o café é a segunda bebida mais consumida no Brasil.

É uma bebida que pode ser consumida quente, gelada e em diversas receitas diferentes, como bolos, sorvetes e diversas outras opções.

Mais do que apenas um lugar para tomar café, as cafeterias tornaram-se ambientes de convivência, onde o simples ato de tomar um café se torna um prazer.

Nosso planejamento estratégico foi estudado e muito bem pensado. Nosso café literário está localizado na avenida paulista em São Paulo, um local cheio de atrações, onde o acesso é fácil. Visitado diariamente por vários turistas. Com certeza nosso maior investimento foi na localização. Dentro da estratégia, estudamos o plano de marketing escolhendo a dedo nossos serviços e produtos que serão oferecidos. Para sermos referência em sabor e qualidade, pesquisamos muito sobre os melhores fornecedores que poderiam nos auxiliar neste negócio. Com o intuito de trazer clientes novos e fidelizar quem já provou nosso café, criamos um cartão fidelidade, para incentivar o cliente a vir mais vezes no nosso ambiente. Temos vários desafios, e citaremos nossos pontos fortes e fracos e também oportunidades, durante a realização desse negócio.

Oportunidades:

Cresceu a busca por cafés em grão torrado. A preferência por espressos, bem como a procura por máquinas automáticas e domésticas de café elevou o total das vendas em grão, que passou de 18% para 19%. Por outro lado, o fenômeno das cápsulas parece ter acelerado ainda mais, trazendo uma mudança de hábitos dos consumidores, que veem na praticidade e na variedade de sabores, as características adequadas para uso no lar, nos

escritórios, em pequenos comércios, lojas e outros estabelecimentos onde antes não havia serviço de café.

O consumo continua concentrado nas residências, representando 64% do total, enquanto fora do lar atingiu 34%. Este último tende a crescer continuamente, porque a oferta de cafés de alta qualidade em cafeterias, restaurantes e panificadoras induz ao aumento da demanda da bebida. Destaca-se também o consumo do grão torrado no food service, que segue em crescimento.

O consumo de café deve continuar em expansão com uma tendência de crescimento contínuo até 2021, com evolução estimada em 3,5% ao ano.

Cafés de alta qualidade, superiores ou gourmet devem ganhar espaço na preferência de grupos de consumidores que valorizam sabor e aroma diferenciados e que já demonstraram que pagam mais, desde que a entrega seja correspondente. Cafés tradicionais e extra forte continuarão sendo o grande "consumo" e ganharão mais qualidade em função das safras boas em 2017/2018 e 2018/2019, e do maior cuidado dos industriais com as matérias-primas e com os processos industriais que conduzem à qualidade.

Pontos Fortes:

- Aumento expressivo da abrangência social e do número de consumidores potenciais
- O consumo de lanches fora de casa está crescendo, e a tendência é a elaboração de novos produtos e o aumento do consumo de cafés mais elaborados.

Pontos Fracos:

- Expectativa de retorno demorado dos investimentos e crescimento moderado.
- Desconhecimento do público em relação aos serviços inovadores.

Temos um alto investimento em máquinas de cafés, tudo para satisfazer nossos clientes. Segue abaixo algumas:

Máquinas de café de filtro:

As máquinas de café a filtro são um dos tipos de máquinas mais utilizadas e populares. Permitindo fazer uma grande quantidade de café de uma vez só, são máquinas que permitem fazer café de sabor intenso.

Máquinas de café a filtro funcionam graças a um depósito de água. A água é aquecida por uma resistência que está, normalmente, na base do equipamento. Uma vez que a água fica quente, a mesma passa por um filtro onde, juntamente com o café aí colocado, é produzida a bebida final.

Máquina de café manual:

É fã de um bom expresso ou bica? Saber como escolher uma máquina de café passa também por saber qual é o tipo de café que prefere! Se é fã desta bebida, a máquina de café manual pode ser uma excelente opção.

Este tipo de equipamento dá-lhe a possibilidade de preparar uma bebida feita a gosto, com um sabor mais ou menos intenso.

Máquina de Cápsulas:

Sendo muito fáceis de utilizar e de limpar, fazer cafés e bebidas extravagantes com este tipo de equipamento é muito rápido! A rapidez e facilidade de utilização são, certamente, duas das maiores características deste tipo de máquina.

As máquinas de cápsulas funcionam através de um sistema de pressão que faz passar a água na cápsula, resultando na bebida final. Permitem muito facilmente ter um café de qualidade, mas não só! Com este equipamento, pode-se dar-se ao luxo de escolher não só o tipo de café, como também outros tipos de bebidas como chá ou chocolate.

Máquinas super automáticas:

As máquinas super automáticas são um dos equipamentos preferidos daqueles que procuram acertar na escolha de uma máquina de café que produz uma bebida realmente intensa e de qualidade.

Este tipo de máquina permite fazer um café que mantém a riqueza e intensidade única acabado de moer, isto porque sim, esta máquina mói no momento os grãos de café!

Como funciona: a máquina automática tem um moinho de café integrado. Assim, esta máquina pode moer automaticamente o café, permitindo que extrato dos grãos dure para uma ou mais chávenas ao mesmo tempo.

Para o futuro estamos estudando abrir uma franquia ou abrir o capital da empresa. Com os novos recursos, utilizaremos os valores para para realizar investimentos que internacionalizam a empresa e desenvolveremos outros produtos e serviços também.

Nos próximos meses lançaremos uma plataforma digital, além de ser um programa de fidelidade, será também uma plataforma de conhecimento do consumidor, mostrando os produtos claramente.

Atualmente na biblioteca fazemos orientação de pesquisa, atendimento ao cliente para esclarecimento de dúvidas, através do WhatsApp clientes fazem reservas de livros.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Num futuro próximo, queremos ser referência em bom atendimento, café de qualidade e preço justo. Nosso trabalho duro dia a dia nos encoraja e nos coloca numa posição onde o sucesso é consequência. Nos últimos anos o Coffee Break Literária vem realizando pesquisas para identificar novos públicos consumidores e desenvolvendo produtos inovadores para eles. Sem abrir mão da nossa qualidade e bom serviço levaremos nossos produtos para todas as classes sociais. Outro planejamento é desenvolver cada vez mais outros tipos de cafês, sabores marcantes e intensos, para assim conquistar a posição da melhor empresa brasileira que serve café e livro num mesmo ambiente. Sempre buscando inovação, continuaremos investindo em nosso marketing

para manter nossa marca jovem e competitiva, sempre visando atender todos os segmentos, quadruplicando assim nosso faturamento.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Ao iniciarmos os projetos para o desenvolvimento de uma nova empresa, dentro da administração estratégica é necessário definir a missão, visão e valores. Esses três pontos estão ligados ao objetivo da empresa, suas perspectivas no futuro e quais os princípios são importantes para a entidade.

Cobra (1992) aponta que para a implementação da missão em uma empresa é necessário responder com precisão e clareza as seguintes perguntas:

1. Por que e para que a nossa organização existe?
2. Quais são os nossos clientes atuais e potenciais?
3. Quais são as necessidades a serem satisfeitas desses clientes?
4. Temos tecnologia e recursos adequados à satisfação dessas necessidades?
5. Qual é o nosso negócio hoje e qual deveria ser?
6. Qual é a nossa missão social e econômica?

De modo geral, a missão deve conter os motivos da existência da empresa, seu propósito e aspirações.

Uma empresa não se define pelo seu nome, estatuto ou produto que faz; ela se define pela sua missão. Somente uma definição clara da missão é razão de existir da organização e torna possíveis, claros e realistas os objetivos da empresa. (DRUCKER, 2011)

A visão da empresa reflete o que a empresa deseja para o seu futuro, o que espera-se que ocorra em um determinado período de tempo. Diferente da missão que é permanente, a visão mesmo sendo planos a longo prazo pode ser modificada conforme os objetivos alcançados.

Para Rodrigues et al (2009), “visão da empresa é a explicação do que ela tem por objetivo de posicionamento para o futuro.

A visão é uma imagem mental poderosa do que queremos criar no futuro. Ela reflete aquilo com que nos preocupamos mais, representa uma expressão de como será nossa missão e está em harmonia com nossos valores e propósitos. As visões são o resultado de um trabalho conjunto entre a cabeça e o coração. Elas se baseiam na realidade, mas visualizam o futuro. Elas nos permitem explorar as possibilidades, as realidades desejadas. Por causa disto, elas se tornam a estrutura do que queremos criar, o que nos orienta quando fazemos escolhas e compromissos de ação. (SCOTT; JAFFE; TOBE, 1998, p. 73)

Segundo Tamayo e Gondim (1996, p. 63) definem valores como “princípios ou crenças, organizados hierarquicamente, relativos a comportamentos desejáveis para orientar a vida da empresa e estão a serviço de interesses individuais, coletivos ou mistos”.

Os valores da empresa são constituídos dos princípios éticos da empresa. Eles definem o comportamento, atitude e moral da empresa. Os valores da empresa devem ser seguidos por todos os colaboradores, administradores e fundadores.

A equipe realizou um levantamento de empresas que estão no mesmo ramo do nosso novo empreendimento. Com isso selecionamos algumas para analisarmos sua missão, visão e valor para auxiliar no desenvolvimento na nossa missão, visão e valores.

Starbucks, 2021:

Missão: Nossa missão é inspirar e nutrir o espírito humano - uma pessoa, uma xícara de café e uma comunidade de cada vez.

Visão: Criar uma nação Starbucks, um mundo do café.

Valores: Oferecer um excelente ambiente de trabalho e tratar a todos com respeito. Abraçar a diversidade como um elemento essencial na maneira de fazer negócios. Aplicar padrões mais elevados de excelência na compra, torrefação e entrega de café sempre fresco. Manter os clientes extremamente satisfeitos todo o tempo. Contribuir positivamente com as comunidades e o ambiente ao nosso redor. Reconhecer que lucratividade é essencial para o nosso sucesso futuro.

Inverno D'Italia, 2021:

Missão: Nossa missão é participar do dia a dia das pessoas e através de uma xícara de café transformar uma região, um bairro, deixando as pessoas mais felizes e unidas. A busca da excelência da Inverno D'Italia está no exercício de qualidade, em tudo.

Visão: Ser referência de excelência em produtos e atendimento. Estar entre as empresas favoritas dos consumidores e criar uma legião de pessoas interligadas pelo mesmo objetivo, estar em um ambiente agradável, que se torna um refúgio, uma pausa no dia a dia e ainda, saborear uma bebida perfeita, feita na hora, para ele.

Valores: Trabalhamos com padrões e acreditamos que todos nós devemos buscar qualidade, em tudo. Só servimos a bebida para nosso cliente/amigo quando temos certeza que está perfeita. Respeitamos cada pessoa que contribui direta e indiretamente em todo o processo. Seja na colheita, no beneficiamento e torra, parte fiscal, logística, operacional, até a pessoa que entrega o café perfeito para nosso cliente. Nossos funcionários possuem liberdade e acreditamos que quanto mais felizes, mais bem feito será o trabalho realizado. Sempre nos tratamos uns aos outros com educação, respeito e dignidade. Todos trabalham com os mesmos princípios e cada um tem autonomia para cobrar o cumprimento dos nossos valores.

Café Itatibense, 2021:

Missão: Buscar a superação nos processos para levar a máxima qualidade à mesa dos nossos consumidores, e soluções e facilidades a todos os segmentos.

Visão: Fazer com que cada pessoa neste país experimente nossos produtos e se apaixone.

Valores: Somos uma empresa do bem, com muita vontade de evoluir e melhorar sempre.

Nossos valores são: Honestidade, Transparência, Humildade, Respeito, Responsabilidade, Sustentabilidade e Valorização Humana.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

Missão: Proporcionar um momento relaxante e agradável de leitura acompanhado de um bom cafezinho, prezando por produtos de excelência e serviços de qualidade.

Visão: Se tornar uma cafeteria referência na região, buscando sempre pela inovação, qualidade e bom atendimento

Valores:

- Ética e integridade
- Qualidade dos produtos
- Qualidade no atendimento
- Transparência
- Flexibilidade
- Foco no cliente

4. CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo principal, criar uma empresa fictícia, onde inserimos a mesma no ramo alimentício e literário, onde foram abordadas questões de gestão empreendedora e administração estratégica. Criar uma empresa não é fácil, afinal junto a isso vem uma questão de coisas, estratégia, ramo que será inserido, mercado externo, questões financeiras e etc.

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 uma organização. Sendo assim ativamos nosso

modo empreendedor e entre ideias escolhemos criar uma empresa no ramo alimentício, onde café e livros seria nossa invenção e inovação no mercado. Pouco se vê ambientes com essa característica e isso nos chamou atenção, afinal um bom empreendedor desenvolve novas soluções mas nunca deixa de inovar.

A administração estratégica é a arte e a ciência de criar negócios bem-sucedidos. Visando isso, criamos nosso negócio. Definimos nossa missão, visão e valores. Nossas oportunidades no mercado, desafios que iriam aparecer é assim saiu o Coffee Break Literário, nossa empresa, que serve café e livros de qualidade.

O maior aprendizado que esse Projeto nos trouxe, foi que para se ter sucesso, todos que fazem parte da empresa precisam caminhar juntos na mesma direção. Buscando sempre os mesmos resultados, dando sempre o melhor de si, não importa qual o setor da empresa o colaborador esteja inserido. Nosso maior desafio foi aceitar a desistência de uma integrante do grupo, faltando apenas uma semana para entregar o Projeto. Mas isso em momento algum nos desestabilizou, afinal nas empresas também é assim, pessoas entram e saem do quadro de funcionários, mas a empresa bem estabilizada, bem inserida e forte com sua missão, visão e valores não se deixa abalar, sabemos que os desafios encontrados pelo caminho nos dá resistência e nos impulsiona.

REFERÊNCIAS

- Blog Gestão de Segurança Privada, **Estratégia Empresarial: O que é? Conceitos, Quais são e como fazer?**, 2021 Disponível em:
<https://gestaodesegurancaprivada.com.br/estrategia-empresarial-o-que-e-tipos-como-fazer>. Acesso em 07 de junho de 2021
- Blog Docket, **O que é administração estratégica**, 2020. Disponível em:
<https://blog.docket.com.br/o-que-e-administracao-estrategica>. Acesso em 07 de junho de 2021
- COBRA, M. H. N., **Administração de Marketing**. São Paulo: Atlas, 1992
- Inverno D'Italia, **Missão Visão e Valores**, 2021. Disponível em:
<http://www.invernoditaliacoffee.com.br/missao-visao-valores>. Acesso em 07 de junho de 2021
- Maquinas de Cafe, **Como escolher uma máquina de café**, 2021. Disponível em:
<https://www.maquinasdecafe.net/como-escolher-uma-maquina-de-cafe>. Acesso em 07 de junho de 2021
- Review Café, **Dados sobre Café no Brasil: Consumo, Produção e Exportação**, 2020. Disponível em: <https://reviewcafe.com.br/dicas-e-receitas/dados-sobre-cafe-no-brasil>. Acesso em 07 de junho de 2021
- RODRIGUES, M. R. A., TORRES M. C. S., FILHO J. M. LOBATO D. M., **Estratégia de empresas**. 9 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2009
- Sebrae, **Brasil deve atingir marca histórica de empreendedorismo**, 2020. Disponível em:
<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/brasil-deve-atingir-marca-historica-de-empreendedorismo-em-2020,d9c76d10f3e92710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 07 de junho de 2021.
- Sebrae, **Como montar uma cafeteria**, 2019. Disponível em:
<https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/como-montar-uma-cafeateria>. Acesso em 07 de junho de 2021
- SCOOT, Cynthia; D.; JAFFE, D. T., TOBE, G. R., **Visão, Valores e Missão Organizacional: construindo a organização do futuro**. Rio de Janeiro: Qualitymark
- Starbucks At Home, 2021. Disponível em <https://www.starbucksathome.com/br>. Acesso em 07 de junho de 2021
- TAMAYO, A.; GONDIM, M.G.C. Escala de Valores Organizacionais. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, São Paulo, v. 31, n. 2, p. 62-72, abr./jun. 1996

