



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

< ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESA >

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

< ARTES DE MANU PERSONALIZADOS >

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

<ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESA>

PROJETO INTEGRADO

BRAINSTORMING EMPRESARIAL

<ARTES DE MANU PERSONALIZADOS>

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO EMPREENDEDORA - PROF. DANILO MORAIS DOVAL

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA - PROF. LUIZ FERNANDO
PANCINE

Estudantes:

Mário Sérgio Faria, RA 1012020101076

Roberto Teixeira Gomes Leal, RA 1012020200155

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2021

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 6
3.1.2 FONTES DE CAPITAL	7
3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO	8
3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA	9
3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	10
3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	10
3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO	13
4. CONCLUSÃO	14
REFERÊNCIAS	15
ANEXOS	16

1. INTRODUÇÃO

Para um conhecimento geral elaboramos um estudo de caso referente à criação de uma empresa inserindo o “BRAINSTORMING EMPRESARIAL” onde foram desenvolvidos alguns objetivos.

Foi elaborado um perfil descritivo de uma empresa, adotando uma Gestão Empreendedora sua forma de atuação no mercado, aos tópicos de uma Gestão Empreendedora adicionando um perfil empreendedor com suas Fontes de Capital e para uma proposta desse Novo Empreendimento.

Suas características e formas de atuar no mercado, tendo uma administração estratégica elaborada pela Estratégia Empresarial levantando os requisitos de Missão, Visão e Valores.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa **Artes de Manu personalizados** com CNPJ **91.686.235/0001-34**. Atuante no mercado de artesanato, elaborando e desenvolvendo lembranças decorativas personalizadas para festa de aniversários, datas comemorativas, casamentos, batizados e chá de bebe.

Uma empresa com base familiar, administrada pela família “ Faria ” com a oportunidade de mercado, cada vez mais voltada para as pessoas que querem o melhor com um diferencial de inovações e criatividade e o comprometimento de entregas pré estabelecidas em contrato, vem desenvolvendo um trabalho todo dedicado à satisfação de seus clientes.

Com a necessidade de uma renda para ser acrescida ao orçamento familiar, com uma pesquisa voltada para qual mercado ser atuante, foi verificada como estava sendo desenvolvida a procura por produtos diversificados e personalizados, onde a empresa adquiriu o maquinário necessário para a produção de lembranças personalizadas e para decoração de ambientes festivos.

Com a produção de calendários e etiquetas para personalizar materiais escolares teve uma alavancagem em seus faturamentos sendo preciso desempenhar todos seus esforços para estar atendendo seus clientes.

Atuante no mercado com empenho, dedicação e capricho nos produtos desenvolvidos, pensando em estar à frente dos concorrentes, que aderiram a ideia de personalizados.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO EMPREENDEDORA

Analisando as diferentes formas de comércio existentes no mercado, verificando que teria a necessidade de estar atuante com algumas inovações, atualizando e diversificando, observando qual seria a capacidade para estar agregando primeiramente no mercado local, foram verificadas que empresas que atuavam no ramo de lembranças pré fabricadas, não estava atendendo as perspectivas de alguns clientes.

E com o pensamento voltado em acondicionar as necessidades para cada caso em específico, a empresa **Artes de Manu personalizados** entrando no mercado não só modificando e enriquecendo produtos já existentes, como também, personalizando e desenvolvendo produtos específicos para cada situação, modernizando a forma de surpreender e presentear a pessoa desejada.

Voltada a atender o público que muitas vezes querem novidades ou ideias diversificadas, por ser de início inviável financeiramente estar adquirindo uma loja física, optando a estar vendendo e divulgando por meios eletrônico de comunicação e através de redes sociais como ferramentas que auxiliam, desde a divulgação até a entrega do produto final e facilitando o contato com o cliente, através do facebook, instagram, whatsapp, a empresa postava seus produtos desenvolvidos, onde foi reservado um espaço dentro da residência a estar produzindo os produtos, com ideias elaboradas para determinadas situações ou acontecimentos e atendendo cada cliente com seus respectivos detalhes.

Modificando a forma com que se oferece determinados produtos, totalizando e inserindo criatividade na maneira de pensar, desenvolver e fazer produtos, adequando e inserindo em particular artes, gostos e objetos, agregando valor sobre o produto para que se obtenha uma fonte de renda sólida.

3.1.1 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Na empresa **Artes de Manu personalizados** foram adquiridas experiências e especializações no decorrer das atividades administrativas, pois este público empreendedor na maioria das vezes é composto por jovens mulheres, que em busca de qualidade de vida, optaram a estar mais presentes na vida e criação dos filhos , pois diante das adversidades contemporâneas, exigindo se reinventar unindo as atividades do lar com atividades home office, onde foram feitos cursos para atuar e saber operar os maquinários adquiridos para a montagem e fabricação dos produtos da empresa.

Por se tratar de uma comercialização de produtos que dispõem de tempo, criatividade para confecção, atendimento antes, durante e após serem feitos os pedidos, foi necessário ser colocado prazo para serem entregues os pedidos, pelo qual será entregue pela parte envolvida ao empreendedor e o atendimento por se tratar de um trabalho feito nas regiões da própria convívio com a família não foi estipulado horário de atendimento, ficando inteiramente disposição de seus clientes para contato.

Com habilidade e criatividade já adquiridas pelo empreendedor e colocando em prática todos seus conhecimentos, utilizando de diferentes tipos de papéis, adesivos e enriquecendo alguns produtos como canecas, caixas acrílicas e tubetes.

Por se tratar de uma maneira diferenciada de atendimento com produto todo customizado, acrescidos e enriquecidos com nome, fotos e desenhos referentes ao tema que o cliente escolhesse, para melhor adequação de seus produtos, totalizado no bem estar em atender as expectativas de seus clientes, foi elaborada política de vendas, que se tornou eficiente para lidar com diversas situações que diminuem a perda de tempo e trabalhos excessivos sem nenhum ganho adicional.

3.1.2 FONTES DE CAPITAL

Administrando e criando situações para reservas em dinheiro a família “Faria ” aderindo a ideia de montar uma empresa com membros da família, apenas para não estarem mais se sujeitando a normas e procedimentos presente em algumas empresas, desenvolvida com recursos próprios adquiridos, para obtenção de meios financeiros para uma melhor sobrevivência.

Com o valor estipulado para entrada no mercado de 5.000,00 reais para obter maquinário e materiais, trabalhando para a obtenção de seu lucro, com o valor do produto com acréscimo de 50% de mão de obra, 20% de uso pelo seus maquinários, força, água e demais utensílio que serão utilizados, com uma inovadora forma de atuar e atender seus clientes que com o conhecimento de seus produtos, acabamentos, produtos utilizados e a forma com ele eram entregues, deixando cada vez mais clientes satisfeitos criando uma imagem da empresa excelente, fidelizando alguns clientes.

A empresa aderindo a um planejamento orçamentário, com um plano de negócio voltado a sobrevivência e manutenção da empresa com uma estratégia voltada para a realidade, foi estipulado um valor de lucro estimado em 15.000,00 reais nos primeiros seis meses, onde 5.000,00 retornam as economias da família, 5.000,00 reais foram utilizados pela empresa como capital de giro, 2.000,00 reais para a obtenção e desenvolvimento de novas mercadorias para a empresa se torna-se uma empresa sólida e 3.000,00 reais utilizados como salário.

3.1.3 PROPOSTA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO

Na necessidade de adquirir produtos com um diferencial e customizado conforme as datas comemorativas, referentes à própria satisfação, onde não houve resposta para a expectativa encontrada no mercado atual, visando encontrar as conformidades referentes a expectativa de quem oferece e quem quer receber, seja de inteira responsabilidade da imagem que uma empresa transfere a seus clientes, foi elaborada um plano de negócio que atenderia a falta existente no mercado.

Aderindo a uma ideia inovadora em produtos em papelaria saindo do comodismo de comprar, adquirir ou mesmo utilizar produtos que se tem disponíveis no mercado, com uma pesquisa feita e elaborada uma estratégia de marketing para a divulgação de seus produtos, o plano de negócios foi colocado em prática.

Pela utilização da criatividade e habilidade em interpretar e colocar em prática os diversos estilos e gosto de seus clientes e interagindo com os respectivos, para que seja encontrada, maneiras e soluções para o desenvolvimento de cada produto, a empresa para gerar um comprometimento de seus clientes e criar um vínculo sólido. Aderindo uma nova forma de plano de negócio se fez necessário a expor para seus clientes, que se tem custo de tempo ou disposição a estar elaborando uma arte para produzir seus produtos sendo disposta e acrescido ao valor do produto, demitindo alguns clientes que geram prejuízo mais que benefício.

Aumentando sua margem para se ter lucro e por se tratar de que anualmente existem datas comemorativas, esta forma de vínculo continuaria, desde atendendo as expectativas de seus clientes, focalizando no que realmente é necessária e deixando de lado a parte de que estrategicamente iriam usufruir de nossos serviços ao qual não será feito uso de registros de patentes por ser de total agrado pessoal de seus clientes, particularmente de pessoas que querem aderir e utilizar de nosso produtos e não copiar a ideia.

A **Artes de Manu personalizados** desenvolvendo uma funcionalidades em produtos personalizados em papel com a pretensão de seus produtos irem se

diversificando para um aumento no alcance de um mercado maior, incorporando a venda de roupas e acessórios personalizados, procurando assim um aumento maior para seu sucesso.

3.2 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A administração estratégica é o conjunto de análises, decisões e orientações que direcionam a utilização dos recursos da empresa, visando um desempenho superior em longo prazo.

Dessa maneira, ela abrange a análise aprofundada dos ambientes interno e externo, a formulação da estratégia a partir de documentos como o planejamento estratégico, de modo a viabilizar a implementação da estratégia, seu controle e avaliação.

Esse modo de administrar, como é comum nas estratégias em geral, pode tomar diferentes formas. Contudo, é uma constante na administração estratégica a busca por harmonia entre as diferentes atividades, setores e equipes da empresa, isto é, o tratamento do empreendimento como um todo e não como partes.

Sua diferença em relação ao modo convencional de administração é que, enquanto a administração convencional tem foco no presente, a partir de análise de indicadores de desempenho e resultado dos processos, a administração estratégica vai além, projetando uma vantagem competitiva futura, capaz de melhorar o posicionamento da empresa no mercado sob uma perspectiva de vanguarda.

Dessa maneira, a administração estratégica se empenha no desenvolvimento de competências pioneiras simultaneamente à consolidação do negócio. Isto é, ela busca fortalecer a empresa e garantir que ela esteja sempre a um passo à frente.

3.2.1 A ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Estratégia empresarial são ações de direcionamentos planejadas e adotadas pela empresa para ganhar vantagem competitiva frente ao seu cenário de atuação, visando potencializar suas capacidades a fim de atingir objetivos estabelecidos.

Tem a finalidade direcionar as ações empresariais, aproveitando os recursos disponíveis e a orientação a seguir, perante o cenário de atuação e os diversos objetivos organizacionais.

Está relacionado a mobilização de todos os recursos da empresa no âmbito global, visando atingir objetivos a longo prazo.

A estratégia empresarial estabelece uma mesma direção para a organização em termos de seus diversos objetivos e orienta o aproveitamento dos recursos disponíveis e usados para a organização empresarial seguir em direção aos seus interesses estratégicos.

Refere-se ao caminho pelo qual a direção da empresa conduzirá a organização, tendo como referência o produto/serviço oferecido, mercado escolhido, cenário de atuação existente e os objetivos organizacionais estabelecidos.

3.2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão, visão e valores são o tripé que confere identidade e propósito para uma empresa. Sem esse tripé, é praticamente impossível construir um planejamento estratégico e guiar as decisões feitas dentro da empresa de modo a atingir os resultados esperados.

Normalmente são estabelecidos no início de uma organização durante o planejamento estratégico, documentadas formalmente e revisadas periodicamente.

O principal papel da **missão** é inspirar e engajar a equipe, conectando todos os colaboradores e guiando-os em direção ao sucesso da organização. Quando a equipe

sabe que há objetivos maiores por trás de cada decisão, leva a missão em consideração em suas atividades diárias e contribui para o crescimento da empresa naturalmente.

A **visão**, por outro lado, é a declaração de onde chegou a organização, vista do futuro. Costuma -se dizer que definir a visão é como tirar uma foto do futuro, detalhando como a empresa será vista pelo mercado depois de ter implantado as mudanças necessárias, isto é, executando o seu planejamento estratégico.

Também conhecidos como princípios, os **valores** de uma empresa ditam a maneira que ela irá se comportar para cumprir os objetivos a longo prazo — não é à toa que missão, visão e valores formam um tripé inseparável.

É importante que a empresa tenha valores bem estabelecidos e amplamente conhecidos internamente e, mais do que isso, que os colaboradores acreditem e ajam de acordo com eles.

Exemplos de missão de organizações :

Fiat: desenvolver, produzir e comercializar carros e serviços que as pessoas prefiram comprar e possuam orgulho de possuir, garantindo a criação de valor e a sustentabilidade do negócio.

Disneyworld: criar um mundo onde todos possam ser crianças.

Avon: ser a companhia que melhor entende e satisfaz as necessidades de produtos, serviços e auto realização das mulheres no mundo todo.

Mcdonalds: servir alimentos de qualidade, com rapidez e simpatia, num ambiente limpo e agradável.

3M: Solucionar problemas ainda não solucionados.

Ambev: Criar vínculos fortes e duradouros com os consumidores e clientes, fornecendo-lhes as melhores marcas, produtos e serviços.

Vale: Transformar recursos naturais em prosperidade e desenvolvimento sustentável.

Exemplos de Visão de organizações :

Euax Consulting: Por nossa notória capacidade de entregar aumento de performance, somos um desejado parceiro para transformação do modelo de gestão e dos negócios, criando ambientes focados em gerar resultados. Nossos clientes

reconhecem uma experiência única em cada interação com nosso time e no uso dos nossos métodos.

3M: Ser reconhecida como a empresa mais criativa do mundo.

Google: Ser referência mundial em inovação e organização de conteúdo, agregando conhecimento e bem estar à sociedade.

Nike: Ser uma referência em artigos esportivos mantendo assim um vínculo com qualidade de vida e de pessoas.

Ambev: Unir as pessoas por um mundo melhor.

Vale: Ser a empresa de recursos naturais global número um em criação de valor de longo prazo, com excelência, paixão pelas pessoas e pelo planeta.

Toyota: Crescer de forma sustentável seguindo os princípios Toyota de gestão, tornando-se referência em qualidade e atendimento, consolidando a marca no mercado local e regional, realizando o melhor atendimento, mantendo acima de tudo a alegria, harmonia e satisfação no ambiente organizacional.

Exemplos de Valores de organizações :

Adidas: apaixonados, autênticos, comprometidos, honestos, inovadores e inspiradores.

Apple: meio ambiente, responsabilidade dos fornecedores, inclusão e diversidade, acessibilidade, privacidade e educação.

Nike: empresa inovadora, que proporciona modernidade, atendendo, assim, a necessidade do público.

Coca-Cola: Inovação, liderança, responsabilidade, integridade, paixão, colaboração, diversidade, qualidade.

3.2.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES PARA O NOVO NEGÓCIO

"A missão da empresa **Artes de Manu personalizados** é atuar no setor de papelaria personalizada, com produtos de qualidade a preço justo, atendendo a todo tipo de clientes"

"A visão da empresa **Artes de Manu personalizados** é completar a primeira década de existência com fôlego e saúde financeira para mais 10 anos, aumentando o mix de produtos ano a ano, facilitando a vida dos nossos clientes, sendo sempre a primeira opção quando eles pensarem em papelaria personalizada"

Os valores da empresa **Artes de Manu personalizados** está bem objetiva, mas condensando as principais crenças que a empresas familiares tem consigo, que foram adquiridas durante toda a vida profissional e que norteiam o empreendimento.

Ficaram assim definidas:

- Respeito ao cliente e a comunidade
- Ética • Honestidade
- Atendimento
- Flexibilidade

4. CONCLUSÃO

Os administradores de empresas buscam a cada dia novos meios de se prepararem para o futuro e para mudanças que inevitavelmente acontecerão. Assim, como forma de conhecer a empresa e seu ambiente, se preparando para o futuro e para as mudanças surge o planejamento estratégico.

Este trabalho teve como objetivo elaborar junto a empresa **Artes de Manu personalizados** um planejamento estratégico, visando melhor preparar a empresa para um futuro. O objetivo geral foi alcançado e o plano suas declarações de missão, visão e valores que são fatores críticos de sucesso e ações estratégicas concluídas, gerando um plano que deve começar a ser implementado ainda no ano de 2021.

REFERÊNCIAS

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA, IDEBRASIL. Acesso em: 22 de Maio de 2021

Disponível

<http://www.idebrasil.com.br/blog/administracao-estrategica-um-conhecimento-que-todo-dono-de-empresa-precisa-dominar/>

ESTRATÉGIA EMPRESARIAL, GESTÃO DE SEGURANÇA PRIVADA. Acesso em: 22 de Maio de 2021

Disponível

<https://gestaodesegurancaprivada.com.br/estrategia-empresarial-o-que-e-tipos-como-fazer/#O-que-e-estrategia-empresarial>

MISSÃO, VALORES E VISÃO, EUAX. Acesso em: 23 de Maio de 2021

Disponível : <https://www.euax.com.br/2020/03/missao-visao-e-valores/>

MISSÃO, VALORES E VISÃO, ENDOMARKETING. Acesso em: 23 de Maio de 2021

Disponível : <https://endomarketing.tv/missao-visao-e-valores/#o-que-e-missao-visao-valores>

WEBINAR ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA . Acesso em: 01 junho 2021

Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=hDt0A7RDErA>

WEBINAR ADMINISTRAÇÃO GESTÃO EMPREENDEDORA. Acesso em: 02 junho 2021.

Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=lz98htqTlrA>

ANEXOS







